

UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y COMUNICACIÓN



**PRODUCCION DE PROGRAMA RADIAL CON PERSPECTIVA DE GÉNERO “EL
TOUR DE LAS MUJERES” TRANSMITIDO EN RADIO STEREO ROMANCE 105.3
EN LA CIUDAD DE JINOTEPE.**

Producto Creativo para obtener el Título de Licenciada en Comunicación Social

Autor: Jessica de los Ángeles Solís Lumbí

Tutor: Balford Alejandro Vargas

Managua, Nicaragua
Diciembre 2010

Dedicatoria

Este Producto Creativo está dedicado en primera instancia a Dios nuestro Hacedor, porque es el dador de la vida y sin Él este trabajo no se hubiese realizado

.

A mis padres que han sido un motor impulsor a lo largo de mi formación académica, moral y profesional.

A los colegas comunicadores que utilizan sus talentos para derribar las murallas que propician desigualdades sociales y luchan por un cambio social donde exista el respeto a los derechos humanos.

Agradecimientos

Definitivamente las personas actuarían de mejor manera si diesen gracias todos los días, durante al menos dos meses seguidos, por las bendiciones diarias.

Quiero expresar mi más grande gratitud a Dios, quien siempre nos sostiene y nos abre las puertas de par en par, cuando quizás antes se cerró una tras nosotros.

No puedo dejar de agradecer a mis padres, quienes siempre velan por mi bienestar y se esfuerzan junto conmigo para lograr mis metas.

Al tutor de esta asignatura Msc. Balford Vargas, por sus críticas siempre oportunas, su exigencia y por compartir su experiencia de manera inigualable con nosotros.

Quiero agradecer al Grupo Radial Romance, que me facilitó el espacio para poder ejecutar mi Producto Creativo y de esa manera llegar a la audiencia.

Quiero expresar mi agradecimiento a la Licenciada Julia Téllez Cruz, quien me ayudó durante el proceso de ejecución del Producto Creativo.

A la Licenciada María Auxiliadora Henríquez, Asesora Legal de la Comisaría de la Mujer en el municipio de Jinotepe, Licenciada Gaudi Medrano Psicóloga de la Comisaría de la Mujer, Licenciada Leddys Cruz; a todas ellas por su disposición a aclarar siempre las dudas que se me presentaron.

Índice

Objetivos del Producto Creativo	2
Justificaciones	3
Antecedentes del Producto	5
Marco Teórico del Producto	7
Metodología utilizada	19
Desarrollo	25
Resultados del Estudio	27
Discusión y análisis de resultados	29
Validaciones	33
Glosario de términos	44

Introducción:

Poco a poco el tema de la equidad de género en los medios de comunicación cobra auge. La audiencia está expuesta a toda clase de información que puede crear una nueva idea con respecto al papel que las mujeres desempeñan en sociedad o, en el peor de los casos, a fundar estereotipos nuevos y afianzar los ya existentes.

En este trabajo de análisis de mi Producto Creativo, podrá encontrar las causas que me motivaron para emprender este proyecto, cual es el propósito de un Producto como éste y de qué herramientas o métodos de auxilié para realizarlo.

También podrá apreciar las teorías comunicacionales en las que me basé para este producto, historia del nacimiento de la radio, su influencia en la sociedad y cómo las mujeres han ocupado estos espacios a lo largo de los años.

No podemos olvidar las teorías en las que se fundamentan los estudios de género y que han sido tema de estudio de muchos juristas desde que comenzó el movimiento por la defensa de derechos femeninos en el siglo XX.

Como cada teoría presenta sus propios términos también incluimos un glosario de género, apropiado para entender adecuadamente cada vocablo utilizado entorno a ese tema.

Objetivos:

1. General:

- Crear a través de la radio un espacio de denuncia para las mujeres.

2. Específicos:

- Retroalimentar información sobre la situación que viven actualmente las mujeres del departamento de Carazo.
- Destruir estereotipo que existen respecto al papel que juegan las mujeres en la sociedad.
- Permitir que la audiencia también aporte a la solución de problemas

Justificación:

La radio es una de las maneras más efectivas para llegar a todo tipo de público. Recientemente, Yader Luna, redactor del semanario La Brújula, realizó un reportaje y él mismo aborda que la radio a nivel local continúa ayudando a construir, y a la vez a hacer funcionar, comunidades. A su manera, ayudan a construir ciudadanía. Y por ello son fundamentales para la democracia. Durante décadas los noticieros, novelas, transmisiones deportivas y programas especiales, le dieron a los ciudadanos un espacio donde sentirse a gusto e identificados como nicaragüenses.

De hecho, por alcance, la radio todavía es el medio de comunicación más importante de Nicaragua: el único al que pueden acceder los pobladores de las zonas más aisladas, así como los miles de nicaragüenses a quienes les falta la electricidad para hacer funcionar una televisión o el dinero para comprar un diario.

Los países latinoamericanos han explotado al máximo este medio convirtiéndola en una fórmula para resolver problemas cotidianos de diferentes sectores sociales. El sector femenino no se ha quedado atrás y han tratado de utilizar la radio como un medio para darle soluciones a sus problemas.

Tal es el caso de Perú, donde los programas de radio para mujeres son tan diversos y abordan sus problemas desde diversas áreas. Ejemplo de ello es el caso de un grupo de mujeres tejedoras que dirigen su programa "Puntos y Puntadas" desde su lugar de trabajo en un asentamiento y para ello fueron capacitadas.

Otro de los casos que vale la pena mencionar es el del programa "Aguas turbias Voces claras" concebido para enfrentar la violencia sexual. El programa es transmitido cada semana con media hora de duración. El programa de cada semana es enviado a un centro para mujeres cuya sede está en Lima, para luego ser repartido en todo Perú.

Por otra parte, la idea de crear un programa especial para mujeres es que ellas son parte fundamental de la sociedad nicaragüense. Esto se refleja claramente en el último informe de la Fundación Internacional para el Desafío Económico Global (FIDEG) donde claramente se expone que las mujeres constituyen el 45% de la población económicamente activa en Nicaragua. Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) registra que la Población Económicamente Activa en el país es de 2.2 millones de habitantes. Es decir que, si se tomase en cuenta el porcentaje manejado por el FIDEG, de ese total 990 mil serían mujeres.

Sus formas de vida, tradiciones, cultura, problemas, situaciones y temores son distintos a los de cualquier otra mujer. Es necesario conocer cómo y en qué circunstancias vive la mujer nicaragüense para crear cambios graduales, pero reales.

Con este programa de radio se procura que las mujeres escuchen sus propias historias y compartan sus experiencias con los radioescuchas, que se dejen atrás los esquemas o patrones establecidos por la sociedad y se construya uno más verídico y actual. Este programa será el espacio ideal donde las mujeres podrán encontrar más de una respuesta a sus problemas convirtiéndose en el único momento en que puedan ser escuchadas.

Es viable la realización de este proyecto, ya que no necesita de gran cantidad de dinero para realizarlo, pero sí es necesario de una emisora que esté interesada, dispuesta a promover y apoyar este proyecto.

Antecedentes:

Para realizar este trabajo se hicieron algunas investigaciones en las estaciones radiales más populares para conocer qué otro tipo de programas existen en torno a este tema y se encontraron los siguientes:

1. Radio mujer:

Esta emisora se caracteriza porque la mayor parte de sus programas están hechos por y para mujeres. Al consultárseles, expresaron que ninguno de sus programas es en vivo, es decir, todos son pregrabados. Además no cuentan actualmente con un programa para mujeres en vivo, donde se pueda debatir o hablar sobre temas que aquejan a la población femenina. La mayoría de su programación semanal y de fin de semana es música clásica instrumental o del pasado.

2. Mujeres en conflicto:

Este programa se transmite en vivo en radio La Primerísima de nueve a diez de la noche. Lo dirige Patricia Orozco. En este programa se aceptan llamadas al aire para resolver problemas de las mujeres que llaman para exponer sus situaciones, en especial problemas de violencia.

3. “Buscando vida: ¿qué hacen allá las mujeres nicaragüenses?”

Este programa también se transmite en radio La Primerísima El programa se centra en la situación de los migrantes nicaragüenses en Costa Rica, especialmente las mujeres. Es un programa de análisis y de debate, con entrevistas y un corresponsal que participa en vivo desde San José. Está patrocinado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Procuraduría para la Defensa de los Derechos Humanos de Nicaragua.

4. Red de Mujeres: “La Esperanza”

Cada viernes, en las comunidades de San Juan del Sur, Tola, Rivas, Belén y Pica Pica, se encienden las radios de 7 a 8 de la noche y se sintoniza el programa radial “Uniendo Voces”. En el parlante de la radio se escuchan voces de mujeres jóvenes tocando temas que casi nunca llegan a los medios de comunicación.

Tampoco podemos olvidar que la televisión también presenta antecedentes tratando el problema de las mujeres.

Podemos tomar como ejemplo la serie *Lo que Callamos las Mujeres*, transmitido por la cadena mexicana Azteca Trece y reproducido por casi toda América Latina. Ya son más de 10 años los que este programa tiene de trayectoria.

No podemos olvidar tampoco *Mujer Casos de la Vida Real*. Un programa dirigido por Silvia Pinal, donde el problema se dramatizaba a partir de la carta de un televidente que exponía su problema para que se le ayudase a encontrar una solución. Es decir el tema de la mujer y sus problemas siempre ha estado de una u otra forma en los medios de comunicación. Han escudriñado la manera en que muchas mujeres enfrentan sus situaciones y lo han plasmado de diversas formas en los medios.

Marco Teórico:

Bosquejo:

- 1) Conceptos básicos:
 - a) Medios de Comunicación
 - b) Género
 - c) Perspectiva de Género
 - d) Feminismo
- 2) Teorías de la Comunicación
- 3) Historia de la Radio y función de la Radiodifusión
- 4) Elaboración de un programa radial.
- 5) Radio Revistas.
- 6) Género y Comunicación
- 7) Roles de las mujeres en el mundo radial.

Conceptos Básicos:

1. Medios de Comunicación

El ser humano es por naturaleza un ser social y desde tiempos remotos ha buscado la manera y los instrumentos para relacionarse, es así como surgen los medios de comunicación.

Medio de comunicación es un concepto muy amplio que, a través de la historia, tuvo diferentes y amplios significados; sin embargo, la enciclopedia virtual libre, Wikipedia, lo define como los instrumentos o formas de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional.

La televisión, la prensa escrita y la radio, lograron posicionarse como los medios comunicacionales más populares y de mayor utilidad en la vida cotidiana, estos tres medios superaron enormes obstáculos tecnológicos para desarrollarse y convertirse en lo que hoy conocemos como los principales medios de masas.

La televisión y la prensa escrita indudablemente intervinieron y definieron la historia, pero en este trabajo analizaremos el desarrollo de la radiodifusión, sus principales funciones y su impacto en la sociedad, especialmente en la vida de las mujeres, su protagonismo en el intento de demostrar que la radio tiene dos caras en lugar de una sola, tal como lo afirma Bertold Barchtee en su ensayo *La radio: ¿un descubrimiento antediluviano?*

2. Género:

Por otra parte, los estudios de medios masivos de comunicación y su público específico tienen una larga historia que sin duda se remite a los orígenes mismos de la investigación de la comunicación. Las mujeres y hombres fueron parte de dichas investigaciones, pero fue hasta que la perspectiva de género apareció como una nueva propuesta filosófica y ética, que la situación de mujeres y hombres empezaron a hacerse visibles, así lo expresó Cecilia Rodríguez Dorantes, Doctora en sociología, durante una ponencia en mayo de 1997.

A esto se suman los aportes que comenzaron a girar acerca de la perspectiva de género. El concepto de "género" data de 1955, cuando el investigador John Money propuso el término "papel de género" para describir el conjunto de conductas atribuidas a las mujeres y los varones.

Con el paso del tiempo y el avance de las teorías, se comenzó a manejar de manera errónea e inexacta el término y el concepto de "género".

Actualmente el concepto de género se usa de las siguientes maneras:

1. Algunos sustituyen la palabra sexo por género
2. Otros utilizan el concepto de género como sinónimo de mujeres
3. Finalmente, género se emplea para designar las relaciones sociales entre los sexos

Para que no exista lugar a dudas debe dejarse en claro las diferencias que existen en cuanto a los términos de sexo y género. El primero se basa en una categoría clasificatoria de los seres humanos basada en la biología, es decir aquellos factores físicos que diferencian al hombre de la mujer. En cuanto a género, se habla de los valores creados y reproducidos dentro y a través de la cultura, como los que generan y sustentan los atributos con que se conforman, identifican y distinguen "lo femenino" y lo "masculino".

3- Perspectiva de género:

Esta perspectiva establece que la forma en que mujeres y hombres son considerados, la valoración social que reciben y la división familiar y social de su trabajo, son invenciones humanas que van mucho más allá de lo que las diferencias biológicas pudieran determinar.

Quizás el aspecto fundamental de la perspectiva de género es que busca también superar el androcentrismo de las ciencias sociales, lo cual generó una invisibilidad de la mujer en la historia.

A lo largo de la historia y el progreso de la sociedad también los filósofos más reconocidos se mostraron interesados por el rol que las mujeres desempeñaban en la sociedad. Ellos plasmaron sus ideas y percepciones acorde al contexto histórico, político y social en el que vivían.

“La mujer y el hombre están formados el uno para el otro (...) los hombres dependen de las mujeres por sus deseos y necesidades. Nosotros sin ellas, subsistiríamos mejor que ellas sin nosotros.
Rousseau (1712-1778)

“Sólo el aspecto de la mujer revela que no está destinada ni a los grandes trabajos de la inteligencia ni a los grandes trabajos materiales. (...) ¿Qué puede esperarse de las mujeres, si se reflexiona que en el mundo entero no ha podido producir este sexo un solo genio verdaderamente grande, ni una obra compleja y original en las bellas artes, ni un solo trabajo de valor duradero...?”
Schopenhauer (1788-1860)

Esto demuestra la idea que los filósofos más representativos de la época y por qué no de la historia, concebían sobre las mujeres. El concepto que ellos manejaban, de que la deuda con la vida las mujeres deben pagarla cuidando a los niños, con los dolores de parto o con cualquier tipo de sufrimiento y por supuesto atendiendo y obedeciendo a su esposo.

4- Feminismo

Ante esto surgió, en Francia, un nuevo movimiento, una nueva manera de pensar que esta vez no se originó de los hombres, sino de un grupo de mujeres interesadas por defender sus derechos y su papel en la esfera de la vida pública: se trata del feminismo.

El feminismo es una ideología plural y diversa con un solo objetivo político: transformar la situación de subordinación de las mujeres en todo el mundo. La teoría feminista es a su vez, la producción teórica que se enmarca dentro del contexto feminista y que tiene como característica principal ser comprometida.

“Entenderemos por feminismo lo relativo a todas aquellas personas y grupos, reflexiones y actuaciones orientadas a acabar con la subordinación, desigualdad, y opresión de las mujeres y lograr, por tanto, su emancipación y la construcción de una sociedad en que ya no tengan cabida las discriminaciones por razón de sexo y género.” Castells , Carmen (1996)

Por eso es necesario que se utilicen los medios de comunicación como agentes informantes y educadores para erradicar el concepto manchado que se maneja actualmente entorno al feminismo.

Las mujeres de alta sociedad, entre ellas hijas y esposas de banqueros del siglo XX, prestaban sus salones para reuniones especiales y donaban grandes cantidades de dinero para la lucha que apenas estaba comenzando.

Teorías de la Comunicación

Los medios de comunicación como constructores de realidades, tienen capacidades potenciales, sin embargo no podemos pretender que manejando los medios vamos a cambiar las relaciones del exterior sin entender cómo la comunicación las construye desde adentro. Para estudiar la comunicación adecuadamente se han creado teorías que la fundamentan y la normalizan. Entre todas escogí dos de las más importantes que tiene que ver con los efectos que tienen los medios sobre las audiencias. La primera de ellas es:

- Teoría de los efectos sobre las audiencias:

Es decir conocer cuáles serán las reacciones del público frente a las propuestas mediáticas con el objeto de obtener las claves para conducir el comportamiento de las masas.

Esta teoría viene a ser objetada por la de las diferencias individuales, pues no podemos observar o tomar a la sociedad como una sola masa, como una sola opinión, si se supone que cada individuo es diferente al otro, incluso en sus percepciones y métodos para manejar diversas situaciones, sin dejar a un lado la manera en que cada quien percibe los mensajes que reciben como bombardeo de los medios de comunicación.

- Teoría de las diferencias individuales:

Esta teoría se basa en las diferencias dadas por la individualidad. La audiencia deja de ser una masa homogénea puesto que cada miembro tiene características que lo hacen diferente a otro, por lo tanto, su conducta podrá ser diferente, dependiendo de su personalidad.

Esta última teoría está muy relacionada con el interés, más bien la motivación que el destinatario posee con respecto al tema, por lo tanto la audiencia se concentra en los mensajes que más se adaptan a sus propias actitudes y valores, evitando quizás los que resultan poco atractivos o más complejos. Ante esto puede desarrollarse una memoria selectiva, es decir el individuo suele recordar mejor aquello que favorece sus propias opiniones. Así vemos como un factor lleva al otro y desencadena una serie de consecuencias que pueden ser que el mensaje de los medios

De esta forma, el poder de los medios es relativo, aunque se confiaba en la posibilidad de manipular los efectos si se conocían adecuadamente las características psicológicas de la audiencia y se elaboraban mensajes a la medida, es decir crear un efecto en particular para un público determinado.

A estas teorías también pueden sumarse diversos enfoques que surgieron alrededor de la comunicación en Estados Unidos y Europa entre los años cuarenta y cincuenta con la idea de señalar las mediaciones sociales y psicológicas presentes en el proceso comunicativo.

Una de ellas es el enfoque positivista, el cual predominó en Estados Unidos. Esta teoría se identifica con el método general de las Ciencias Naturales, que explica que los fenómenos sociales al igual que los naturales corresponden a leyes universales incambiables, que los científicos (en el caso de las ciencias) o como sociedad debemos adoptar una posición neutral, es decir como simples espectadores. A su vez este enfoque no cuestiona el papel de los medios de comunicación en la distribución desigual del poder en cualquiera de los sectores.

Por otra parte, en Europa nace una corriente que prácticamente combate lo que explica el enfoque positivista. Se trata del La Teoría Crítica. Esta corriente plantea que los medios de comunicación son agentes, o más bien mecanismos que pueden utilizarse para el cambio social.

El enfoque crítico, además de estudiar el rol de la comunicación en el contexto social y su papel en la desigualdad social, los seguidores y actores de este enfoque se comprometen con el cambio social, no son simples espectadores y personajes neutrales, por el contrario cuestionan el papel que ejercen los medios en la ideología que domina la sociedad actual.

Historia de la Radio y función de la Radiodifusión.

Por eso, la radio como medio de comunicación masivo también forma parte de las herramientas que pretenden crear cambios sociales, por ellos es pertinente recordar cómo nace la radiodifusión. La radiodifusión tiene su propia historia, pero Pierre Albert, en 1982 manifestó que sus orígenes se confunden con los de las telecomunicaciones por ondas.

El nacimiento de la radio fue quizás el más delicado de todos los medios de comunicación, pues su proceso de creación no obedeció un orden o cronología lógica, ni se le atribuye dicho invento a una sola persona, sino que, fue el resultado de diversas investigaciones, hechas al mismo tiempo, desde distintas perspectivas y por diversos equipos alrededor del mundo.

“El descubrimiento de la radiodifusión y la rapidez de su expansión señalan, como todas las grandes innovaciones tecnológicas contemporáneas que (...) a pesar de la competencia de los intereses industriales (...) la comunidad científica antes de 1914 ya había organizado bastante bien el intercambio de informaciones indispensables para la buena marcha del progreso”. Albert, Pierre *Historia de la Radio y la Televisión* (1982)

Albert Pierre en su libro *Historia de la Radio y la Televisión* explica que la fundación de las primeras estaciones emisoras de radio fueron obra de los productores de material radioeléctrico, que buscaban la forma de divulgar sus experiencias y popularizar sus técnicas, difundiendo conciertos o noticias.

Es difícil concretar cuál fue exactamente la primera emisión en el mundo o en qué país, sin embargo no cabe la duda que Estados Unidos ocupó los primeros lugares en la mayor parte de los aspectos de la actividad radiofónica.

La radio evolucionó de manera increíble, pero Bertold Barchtee explica que para descubrir lo positivo de la radiodifusión, se debe crear una propuesta para cambiar el funcionamiento de la radio: hay que transformar la radio, convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación.

Barchtee asegura que la radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también

recibir; no solamente oír al radioescucha, sino también hacerle hablar y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él.

Es de vital importancia que la radiodifusión haga posible el intercambio, por esto surgen los programas radiales en vivo.

Elaboración de un programa Radial

Pero cuando nos proponemos a realizar un programa de radio, nos preguntamos ¿Por dónde empezamos? En el libro *Producción de programas de radio* Mario Kaplun aconseja que lo primero es establecer el proyecto, el plan del programa y el autor amplía que debe entenderse programa no como una emisión, una audición o una unidad de tiempo, sino como una serie un conjunto de emisiones que tendrán una temática en común y que a su vez estarán agrupadas bajo un mismo título permanente, el cual será el nombre del programa.

Kaplun añade que es importante que el programa adopte un mismo formato, una misma duración y que mantenga un mismo horario de emisión, es decir los mismos días a la misma hora.

“Un programa sólo se justifica si tiene una finalidad, si llena una necesidad. Si le sirve al oyente, si le aporta y le deja algo, si lo ayuda a enriquecerse en términos de reflexión y de conciencia crítica”
Kaplun, Mario (1978)

Cuando se piensa elaborar un programa radial es fundamental determinar a qué sector del público nos proponemos dirigir el programa. A veces la caracterización de la audiencia la tenemos antes de comenzar a elaborar la propuesta de programa. De esta manera se nos hará más fácil determinar los contenidos del programa, sus características, incluso, nos ayudará a establecer el horario.

En un proyecto radial es muy importante pensar y encontrar todas esas características formales que tienen que ver con el programa y que le añaden personalidad y cierto atractivo. Es primordial que sepamos qué vamos a decir, a quién se lo diremos y para qué se lo vamos a decir, pero más trascendental es hallar la manera sobre cómo decirlo de una manera original, interesante, atractiva y eficaz.

Un programa radial sólo tendrá razón de ser si tenemos un propósito claro y definido, si somos capaces de explicar con claridad y de manera concreta para qué queremos hacer el programa y qué nos proponemos aportarle al oyente.

José Ignacio López Vigil aborda sobre los formatos y género radiales. De ellos resalto la Radio Revista:

“Todo cabe en la revista, todos los géneros y subgéneros pueden trabajarse en su estructura. Y todos caben, cualquier oyente puede engancharse en su ruta. Por eso, también se la conoce como programa ómnibus, un transporte público que se detiene en muchas estaciones y donde suben los más variados pasajeros. La buena dirección del conjunto la asegura el chofer de la revista, quien conduce el programa” López, José Ignacio *Manual para radialistas apasionados y apasionadas*.

Las revistas radiales suelen clasificarse de acuerdo a la segmentación de público, de ser así se caracterizan acorde a las necesidades de sus destinatarios. Al segmentarse no se persigue la idea de excluir a otra posible audiencia, sino de priorizar un sector en específico. La revista también puede clasificarse por su contenido, de esa manera definen el vocabulario a emplear y las temáticas para abordar.

Roles de las mujeres en el mundo radial

Asimismo Josefa Bracero Torres trató de fusionar el tema de la radio con la participación y derechos de las mujeres al escribir *Las mujeres que hablan por radio y televisión* en el año 2007 y en el artículo expone que el mundo unipolar y globalizado que sirve de marco al desarrollo tecnológico de los sistemas de comunicación y propaganda, la imagen y la presencia de la mujer, especialmente en la Radio y la Televisión, se mantienen con diversos grados de manipulación.

Las mujeres, siendo las mejores aliadas y consumidoras de este medio de comunicación, su actuación y presencia física no es de relevancia cuantitativa ni cualitativa, salvo en algunos casos como actrices o trabajadoras de servicio. En menor escala locutoras y escritoras y como excepción alguna técnica de equipos. En muchos países de Latinoamérica, el destaque de la mujer se veía reducido incluso en los programas dramatizados, porque no podían reflejar de otra manera una sociedad donde ellas eran discriminadas.

Hace algunos años existía la falsa idea de que la credibilidad y los atractivos en los noticieros sólo se podían lograr con una impecable voz masculina que poseyera muy buena dicción. Lo mismo ocurría con las narraciones dramáticas.

Sin embargo, Josefa Bracero, ratifica que a pesar de estas y otras limitaciones, las mujeres dejaron una huella vívida en el quehacer radial.

“A partir de los años sesenta del pasado siglo las mujeres comenzaron a escalar posiciones, pero lentamente, a partir de los cambios conceptuales en la sociedad, que propiciaron el desarrollo de su talento... De esta forma fue creciendo el número de las que inscribieron sus nombres entre los más destacados en la dirección de programas, las guionistas, las actrices y las técnicas.” Josefa Bracero (2007)

Lentamente las mujeres periodistas comenzaron a escalar y a cubrir espacios importantes que antes eran reservados para los hombres. Esto significó solo un paso que han dado las mujeres a través de los años en la sociedad para lograr la igualdad. La situación social de las mujeres no es la misma que hace veinticinco años.

Cristina Praga es presidenta de AMECO (Asociación Española de Mujeres en los Medios de Comunicación) escribió:

“La presencia de la mujer en los Medios de Comunicación sigue siendo escasa en sus dos vertientes, como profesional de la información y como objeto protagonista de la información. El tratamiento y la imagen que transmiten los Medios sobre las mujeres no suelen reflejar la realidad social tan cambiante y variable por la que transita.” Praga, Cristina *Mujeres y Medios de Comunicación: Una relación Controvertida* (2003)

Mónica López Barahona, Directora de bioquímica y de la cátedra del Centro Universitario Francisco de Vitoria explica que hemos pasado de la absoluta desigualdad, hasta la casi plena equiparación. Y la mujer ha tenido un papel muy importante en este aspecto, aunque aún hay muchas cosas por hacer.

Mónica López también habla de un aspecto muy importante: “Yo creo que la mujer será distinta (...) No estará sometida al hombre y, en el trabajo, será más activa, serán muy cultas y tendrán estudios superiores, por lo que podrán acceder a cargos más importantes.

Es así como observamos cuánto ha cambiado y seguirá cambiando la mujer en la sociedad moderna.

Nicaragua es un país que no se ha quedado atrás en cuanto a producciones radiales se refiere, en especial con el tema de las mujeres. Radio Mujer es la radio por excelencia de las voces femeninas y Ada Luz Monterrey está al frente de la producción de los programas. Radio Mujer este 4 de diciembre cumplirá 18 años de estar al aire.

Ada Luz Monterrey, en una entrevista, afirmó que Radio Mujer se hizo para todas las mujeres sin discriminación. Aunque lamenta que hay miles de mujeres nicaragüenses que no han tenido la posibilidad de apropiarse de la teoría científica del género para la defensa de sus derechos y su lucha, no desde un punto de vista partidario, sino como personas y como seres humanos que son.

“Uno de los éxitos más importantes de Radio Mujer es mantener la libertad de expresión cueste lo que cueste como medio de comunicación (...) Otro éxito, además del pluralismo y lo democrático de este medio de comunicación ha sido un avance en cuanto a la lucha por la transformación de la sociedad” Monterrey, Ada Luz (Entrevista para *Páginas Verdes* 2001)

Marco Metodológico

Este trabajo presenta muchos objetivos, para poder materializarlos, realizaremos diversas investigaciones de bibliografía nacional y extranjera que aborden el tema de la producción radial, ejemplo de ellos son Mario Kaplún con el libro *“Producción de Programas de Radio”* y diversos compendios o libros de Ignacio López Vigil.

Este proyecto se realizó a partir de una metodología de investigación cualitativa, ya que deseábamos identificar lo que realmente las mujeres necesitaban escuchar en un programa radial, para eso precisábamos la recolección de información, no para obtener estadísticas o datos numéricos al final, sino para conocer y reconstruir una realidad que pueda aplicarse en el proyecto final.

La información se recolectó con el objetivo de analizarla y comprenderla para responder las preguntas que nos hemos planteado en esta investigación. Necesitamos que los mismos actores sociales, en este caso las mujeres, nos involucren en sus contextos, de esta manera se conocerá qué es exactamente lo que necesitan o desean conocer.

Este programa radial se realizó en vivo y estaba dirigido especialmente a mujeres desde los 18 hasta los 28 años, que bien podían ser amas de casa o estudiantes universitarias; solteras o casadas. El programa se caracterizó por ser formativo, combinado siempre con entretenimiento y el mismo se ejecutó dos veces por semana, con duración de una hora por día, durante dos meses y durante ese período se abordaron temas sociales, médicos e informativos que fueron de interés para el público meta.

El lunes se planteaba una problemática, a manera dramatizada se planteaba la situación donde se involucraban personajes con nombres ficticios, al final se presentaba una encrucijada y la audiencia era quien opinaba cuál era la mejor salida.

El viernes se continuaba con esa temática pero desde otro punto de vista, que bien podía ser la intervención de un experto con una entrevista en vivo o la de un oyente que atravesó o tiene experiencia en el tema de la semana.

Cada semana hubo una temática diferente y en base a ese tema giraba el resto de la programación.

Para determinar el horario del programa, temas de interés y otros aspectos, realicé trescientas encuestas, dirigidas tanto a mujeres como varones entre los 18 y 28 años, residentes en la ciudad de Jinotepe.

También utilicé los grupos focales como herramienta para evaluar mi producto creativo. El primero que desarrollé fue un grupo mixto con 11 presentes. Nadie de ellos había escuchado el programa, fue antes de que el programa comenzara a emitirse, con el objetivo de saber qué tanta apertura podía existir por parte de ellos hacia el programa.

El segundo grupo focal que desarrollé fue con personas que escucharon más de una vez nuestro programa. El rango de edades del grupo focal anterior se mantuvo. Para esa ocasión se invitaron a 11 personas y asistieron 9.

Las entrevistas también son parte de la metodología de este producto y los entrevistados fueron el Licenciado Francisco Gadea, Director del grupo radial Romance, por lo tanto con experiencia en el medio radial.

Ya que mi producto creativo está ligado a los estudios de género, una de mis fuentes a entrevistar fue la Máster Ligia Arana, Directora del Programa Interdisciplinario de Estudios de Género.

Entrevista número 1

Licenciado Francisco Gadea

Director del grupo radial Romance

- ¿Qué factores influyen al momento de incidir en la opinión pública?
- ¿Qué aspectos se deben tomar en cuenta antes o al momento de producir un programa radial?
- ¿Puede mencionar qué normas son adecuadas para mantener el interés de la audiencia?
- ¿Presenta la radio desventajas, con respecto a otros medios para influir en la sociedad?
- ¿Qué tan importante es la radio como herramienta para abordar problemática de algunos sectores sociales?
- ¿Considera que se aborda de manera correcta la equidad de género en los medios?
- ¿Qué recomendaciones puede brindar para abordar temas sociales en la radio?

Entrevista número 2

Msc. Ligia Arana

Directora PIEG (Programa Interdisciplinario de Estudios de Género)

- ¿Por qué es importante ligar el tema de género a la comunicación?
- ¿Qué tanto influyen los medios en la sociedad al crear espacios donde se aborden problemáticas sobre equidad de género?
- ¿Cómo considera usted la labor actual de los medios con respecto al tema de mujeres y género?
- ¿Qué factores son importantes considerar al momento de abordar temas de género?
- ¿Por qué se crearon mitos o significados erróneos sobre los conceptos que se refieren al género?
- ¿Qué recomendaciones daría a los dueños de medios o a los comunicadores para informar adecuadamente a la sociedad con respecto al tema de género?

Grupo Focal Número 1

Personas entre los 18 y 28 años residentes en Jinotepe

Cuestionario:

- ¿Consideran que los medios influyen de alguna manera en su formación de opinión?
- ¿Cuáles son los medios de comunicación que más utilizan?
- ¿Qué tanto escucha la radio?
- ¿A qué hora la escuchan?
- ¿Qué significa la palabra género para ustedes?
- ¿Han escuchado hablar sobre la equidad de género?
- ¿Creen que existe la desigualdad de género en nuestro país?
- ¿Consideran que las mujeres pueden desempeñar las mismas actividades o cargos que un hombre?
- ¿Qué papel desempeñan actualmente las mujeres en la sociedad?
- ¿Tienen las mujeres los mismos derechos que un hombre? Se respetan esos derechos?

Grupo Focal Número 2

Grupo de oyentes del programa “El Tour de las mujeres”

Cuestionario:

- ¿Qué les parece el contenido del programa “El Tour de las mujeres”?
- ¿Por qué escuchaba el programa?
- ¿Qué inconvenientes encontraron al escuchar el programa?
- ¿Qué lo motivó para que dieran su opinión?
- ¿Considera que los problemas abordados son reales en las vidas de muchas mujeres?
- ¿Los invitados al programa e información brindada ayudaron de alguna manera a tu formación de opinión?
- ¿Qué recomendaciones daría para mejorar el programa?

DESARROLLO

Entrevistas

Francisco Gadea Director Radio Romance.

El Licenciado Gadea es director del grupo radial romance radicado en la zona de Carazo y con amplia cobertura en la zona sur del país.

En la entrevista que realizamos planteó que para un programa influya en la sociedad es trascendental la seriedad del conductor, porque es importante que aparte que el programa tenga impacto por el contenido, también tenga credibilidad de quien lo dice. “No importa lo que vos digás, vos podés decir algo excelente, pero si no creen en vos, nadie va a creer lo que decís, sin importar si lo que decís es cierto, entonces eso es la seriedad de uno, la forma en que lo dice y cómo se proyecta ante la comunidad...” (Gadea 2010)

En la entrevista también abordamos si existía alguna desventaja de la radio con respecto a otros medios, para tratar temas sobre derechos humanos y el aseguró que no, que era todo lo contrario, que la radio cuenta con ventajas que otros medios no pueden obtener fácilmente, tal es el caso de la televisión. Expresó que en ese medio uno está más propenso a no hablar, porque nuestro rostro se reconoce fácilmente, mientras que en la radio solamente es la voz. Además resalta el hecho de que la radio llega a donde otros no pueden o no han podido llegar aún.

Con respecto al tema de género, consideró que es importante que se aborde en los medios de comunicación, en especial en la radio, el tema de la equidad de género, resaltar los derechos de las mujeres “ya que actualmente existen muchos tabúes de que si la mujer debe ser o no debe ser igual a los hombres en cuanto a sus derechos... estos tipos de programas abren los ojos a la sociedad, en especial a las mujeres, de manera que puedan darse cuenta que están violando sus derechos...”

Con respecto a los factores que influyen al momento de hacer un programa de este tipo, considera que unos de los factores que no se pueden obviar es que el programa esté adaptado y contextualizado a la realidad socioeconómica de nuestro país. Existen muchos programas, pero pocos están acorde al contexto de nuestra sociedad. Algo que no puede dejarse atrás es un lenguaje adecuado, nada sofisticado, para que sea de fácil entendimiento para la audiencia y por supuesto la absorción del mensaje sea efectiva.

Msc. Ligia Arana

Directora del PIEG (Programa Interdisciplinario de Estudios de Género)

Al abordar con la Msc. Ligia Arana sobre género y comunicación, nos explicó la manera en que los medios manejan actualmente este tema. “No existe un manejo adecuado por parte de los medios de los conceptos básicos de lo que es género y lo que en realidad engloba la palabra...cada vez que se habla de género se liga inmediatamente a mujeres...”

Al comentarle sobre el producto creativo que estoy realizando, expresó que es importante conocer cada término adecuadamente y darle el nombre correcto a cada situación, sin temor alguno: “Si es de corte feminista, debes conocer muy bien lo que significa esta teoría, porque lejos de ser un simple movimiento, es una teoría que se levantó con fuerza, lo que sucedió es que el término ha sido satanizado y empleado erróneamente por los medios, actualmente cuando se habla de feminismo lastimosamente lo asocian con lesbianas...” (Arana 2010)

Arana manifestó la importancia de crear este tipo de espacios que también permita la información correcta para la sociedad, aparte de luchar por los derechos y trato justo hacia las mujeres. “Problemáticas de mujeres hay en abundancia, lo importante es buscarle una salida al problema, tratar de crear soluciones y que la sociedad palpe que sí existen situaciones tan críticas como la violencia hacia las mujeres...”

Por otra parte aseveró que es necesario que los periodistas, educadores directos de la sociedad, se actualicen constantemente en lo que a temas de género y comunicación se refiere.

Resultados del Estudio

En las encuestas, 258 de los consultados manifestaron escuchar radio casi todo el día, sin embargo lo hacían con el único fin de entretenerse, básicamente la ocupan para escuchar música y no aburrirse. Las otras 42 personas lo hacían para informarse durante el día.

Ninguno de los encuestados dijo conocer algún programa dirigido a mujeres, pero de existir sí lo escucharían. Al consultarles sobre la frecuencia con las que les agradaría escuchar el programa, 189 personas dijeron que más de una vez por semana

Para evaluar mi producto realicé 2 grupos focales. El primero antes de realizar el programa, para conocer las expectativas de la población y la apertura ante un programa de este tipo.

En este grupo los citados fueron 12, de cuales solo 11 asistieron. Una de las preguntas realizadas fue si consideraban que los medios de comunicación influían en la sociedad. Todos los presentes coincidieron que para bien o para mal, los medios influyen en la vida cotidiana y hasta en el pensamiento de la audiencia.

Todos los consultados en el grupo focal expresaron que escuchaban la radio muchas veces como medio de entretenimiento y casi siempre lo hacían al mismo tiempo que realizaban otro trabajo, lo cual hace que se despejen un momento.

Al plantearse la pregunta si para ellos existía la equidad o igualdad de género en Nicaragua, hubo opiniones diferentes 2 de ellos expresaron que si existía, pues en Nicaragua hay apertura en todos los ámbitos tanto para mujeres como hombres y que si las mujeres no ocupaban esos espacios eran porque ellas no lo deseaban, la otra parte del grupo argumentó que quizás lo que existía era la poca promoción por parte de la sociedad para que mujeres que involucraran en espacios que habían estado reservados para varones.

Por otra parte una de las presentes argumentó que esa es la excusa más común por parte de los grupos sociales, que la mujer no accede a los espacios que desea por falta de propia motivación siendo todo lo contrario, que las mujeres sí están deseosas por abrirse a nuevos espacios, pero lo que sucede que por mucho tiempo esos cargos han sido destinados para hombres y por “eso muchos lo ven mal”.

La comparación cultural no pudo faltar y vemos cómo influyen muchas veces los medios de comunicación al momento de formarse una opinión o imagen. Uno de los presentes dijo que las mujeres nicaragüenses viven bien comparado a como las tratan en otras culturas, que en Nicaragua sí puede hablarse de equidad de género.

Por otra parte hubo un buen debate con respecto a que si las mujeres pueden desempeñar las mismas tareas que los hombres. Los 5 varones presentes enfatizaron que hay tareas dirigidas únicamente para el desempeño masculino por la fuerza que requieren, en cambio las mujeres expresaron que hay tareas que requieren de fuerza física que ellas realizan tales como las labores del hogar.

Discusión

El segundo grupo con el cual realicé el grupo focal eran oyentes del programa. Con ellos abordamos la manera en que se ejecutaba el programa. Fueron citadas 12 personas 4 de ellos varones, al momento de la reunión faltaron 2 de los varones. De los presentes siete aseguraron que la manera en que se abordaba el programa era interesante, entretenida y llamaba mucho la atención. Sin embargo destacaron que para añadirle un poco más de interés faltaba una voz masculina con la cual la parte de la audiencia se sintiese identificada, ya que también hombres escuchaban el programa. Todos mencionaron que primero escucharon el programa por curiosidad, pero que luego lo sintieron como un método de informarse y entretenerse al mismo tiempo pues se les permitía participar constantemente.

Los temas abordados eran diferentes a los que normalmente están trillados por los medios de comunicación y resaltaron que lo mejor era que los invitados de la semana casi siempre estaban dispuestos a responder las inquietudes de la audiencia.

Al escuchar los problemas que atravesaba el personaje central de la semana, aseguran que hay situaciones que ni recordaban que las mujeres suelen atravesar y que la sociedad no los toma en cuenta, por lo tanto es necesario que se hable sobre ellos en los medios de comunicación.

Cuando permitimos que los oyentes opinen comprobamos que el enfoque o teoría crítica influye en gran manera, pues la mayoría de los miembros de grupo focal expresaron que al escuchar los problemas de las mujeres, se sentían impotentes y que los hizo sentir que no podían quedarse de brazos cruzados. Además manifestaron que motivó su espíritu crítico, que sentían deseos de propiciar un cambio y no sólo de participar al momento del programa.

Lo interesante de esto es que cada uno tenía su motivación para participar en el programa y cada uno opinaba diferente al otro, cada participante tenía sus razones para dar una solución diferente a cada problema. Aquí comprobamos la teoría de comunicación de las Diferencias Individuales. Cada ser humano es diferente, por lo tanto no se puede predecir el comportamiento o la actitud del oyente si cada quien da los aportes acorde a sus diferencias, características y por supuesto intereses o motivaciones.

Esto demuestra no sólo que los medios manipulan a la audiencia, en esta caso a los oyentes, el hecho de que los medios de comunicación manejan a la audiencia puede seguir considerándose cierto, pero es imposible desligarlo del hecho que la sociedad ya no se queda inmóvil o serena ante lo que presentan los medios. La nueva revolución es

que la audiencia combate y discute con el medio, de dicha discusión los medios conocen lo que la sociedad exige o desea recibir.

Los varones presentes en el grupo focal admitieron tener conceptos erróneos con respecto a la equidad de género y a los roles que las mujeres juegan en la actualidad y aseguran que otros, por falta de buena información, mantengan los estereotipos. Además exteriorizaron su preocupación que por la falta del conocimiento de muchos, los derechos de las mujeres sean olvidado y limitados con respecto a los de los varones.

Todos opinaron sentirse útiles al momento de dar sus opiniones para el programa, añaden que es una manera diferente de participar en la sociedad. Por otra parte los varones presentes en el grupo admitieron que tenían ciertos estereotipos con roles que las mujeres desempeñaban en sociedad, sin embargo al escuchar los temas del programa se y razones lógicas se dan cuenta que en Nicaragua se debe luchar por una mejor valoración del desempeño femenino en la sociedad.

TABLA 1
GASTOS PREOPERATIVOS

Insumo	Valor/ unidad	Unidades	Total
Computadora	\$500	1	\$500
Resma de papel	\$4.00	2	\$8.00
Recargas celular	\$2.00	10	\$12
Uso de internet	\$0.60	15	\$9.00
Transporte	\$0.40	20	\$8.00
		Subtotal:	\$537.00
		Imprevistos:	\$100.00
		Total:	\$637.00

TABLA 2
COSTOS DE PRODUCCIÓN

Insumos	Valor/ unidad	Unidades	Total
Locución	\$200	8	\$1,600
Espacio Radial	\$100	1	\$100
Guiones	\$100	2	\$200
Disco Externo	\$100	1	\$100
Edición	\$40	30	\$1,200
Memoria USB	\$25	2	\$50
Recargas	\$2	8	\$16
Trasnporte	\$1	8	\$8
Uso de internet	\$1	12	\$12
CD	\$1	25	\$25
		Sub Total	\$3,311
		Imprevistos	\$200
		Total	\$3,511

Validaciones

Lic Francisco Gadea

Director Grupo Radial Romance

La producción del programa radial “El Tour de las mujeres” presenta riquezas en cuanto a contenido y recursos utilizados. Como grupo Radial nos interesamos mucho por el cambio social, un cambio que sea justo y parejo para todos los sectores de la población.

Ante la creciente problemática de violencia hacia las mujeres consideré pertinente la realización de un programa con este enfoque, la respuesta por parte de la audiencia ha sido muy buena a lo largo de la ejecución del programa.

Los materiales utilizados para abordar la problemática son atractivos y la manera en que se establece el contacto con la audiencia permite que exista retroalimentación o intercambio de información con la audiencia.

Por otro lado no se esperaba que el público masculino también se hiciera presente al momento de crear audiencia, esto demuestra que existe un gran interés por parte del sector masculino de crear un posible cambio en la forma cómo se ha visto y tratado la figura femenina durante años. Lo que vale resaltar en este aspecto es que la mayoría de los que participaron y opinaron en el programa son jóvenes y es importante tratar de incidir mucho más en la juventud, pues es la generación presente y son ellos quienes se encargarán de mantener el cambio que se está formando o de mantener estereotipos anticuados e impuestos por una sociedad patriarcal.

Lic. Leddys Cruz

Psicóloga SILAIS Carazo

Como psicóloga me siento muy vinculada a este trabajo que se realiza en la radio. En mi labor diaria, me encuentro con muchas mujeres que atraviesan problemas similares a los que se han planteado en “El Tour de las mujeres”. Muchas requieren de asistencia médica, pero muy pocos toman en cuenta que quizás problemas como el maltrato físico requiere más allá que un doctor o un abogado, se necesita que las mentes de las mujeres también estén saludables.

Al combinar mi trabajo como psicóloga, mi experiencia con mujeres y transportarlo hasta la radio, hace que la labor se expanda a lugares donde uno no puede llegar. Las conductoras del programa siempre me plantean dudas que tiene la audiencia, de esa manera se transforma en una ayuda colectiva.

Creo que el programa va mucho más allá de exponer un caso en particular. Desde el momento en que se consulta una fuente adecuada es porque al problema también se le quiere facilitar una solución.

Siempre trabajé con casos particulares, en lugares determinados, al trabajar con la audiencia y ver como las conductoras se desempeñan como puente, me doy cuenta de la magnitud del alcance y logro de los medios de comunicación.

Lic. María Auxiliadora Henríquez

Abogada y Notaria Pública

Asesora Legal Comisaría de la Mujer

Como asesora legal de la Comisaría, pocas veces he estado participando en un medio de comunicación como fuente de información o como entrevistada en algún programa. A su vez son pocos los medios de comunicación que buscan una guía y se la presentan a la población para brindarle una salida a alguna circunstancia difícil.

La importancia de este programa es que se realiza en vivo, las consultas con respecto a temas legales se hacen en el momento y de requerir mayor tiempo se hace una cita para abordarlo con más calma en las oficinas.

Algo que es fácil de percibir, sobre todo en la juventud, es que a muchos no les gusta consultar este tipo de temas, donde necesiten revisar documentos, leyes o artículos; sin embargo muchas veces al tratar problemáticas o derechos humanos, específicamente de mujeres, es irremediable el uso de las leyes nacionales y es lo bonito de este espacio, la información no falla y a su vez viene a ser fundamentada por especialista.

La falta de información adecuada y de una buena guía muchas veces es la causa de tantos problemas que las mujeres atraviesan. A este programa lo siento como un método, una herramienta para instruir a las mismas mujeres. Una mujer bien informada de sus derechos, tiene gran valor y es de suma importancia para evitar ser pisoteadas.

Este programa ha sido de afianzamiento para el comité de mujeres que semanalmente se reúne en la comisaría para ser capacitadas en cuanto a temas sobre los derechos y situaciones de riesgo de las mujeres de Carazo.

Guión “El tour de las mujeres” Lunes

CONTROL: **VIÑETA DE ENTRADA. MANTIENE MÚSICA EN 2P**

Locutoras: Dan la bienvenida al programa y saludan.
Comentan el nuevo programa que estarán llevando.

Locutoras: Anuncian primera pausa musical

CONTROL: **PAUSA MUSICAL**

Locutoras: Agradecen que les sigan sintonizando y dan la hora. Anuncian el
Siguiete segmento.

CONTROL: **VIÑETA “EFEMÉRIDES”**

Locutoras explican en qué consiste el segmento

CONTROL: **SUENA “EFEMÉRIDES”**

Locutoras: Comentan con la audiencia lo sucedido en el segmento anterior,
Anuncian corte comercial

CONTROL: **CORTE COMERCIAL**

Locutoras: Agradecen sintonía nuevamente, anuncian hora. Anuncian el
siguiete segmento

CONTROL: **VIÑETA 100 MUJERES EN CONFLICTO**

Locutoras explican en qué consiste el segmento

CONTROL: **SUENA 100 MUJERES EN CONFLICTO**

Locutoras: Comentan sobre el tema del segmento anterior y entorno a él gira
el tema central del programa. Invitan a la audiencia a participar y
dar opinión con respecto al tema. Anuncian pausa musical

CONTROL: **PAUSA MUSICAL**

Locutoras: Agradecen llamadas y opiniones. Agradecen sintonía e invitan al
próximo programa. Se despiden

CONTROL **VIÑETA DE SALIDA**

Guión “El tour de las mujeres” Viernes

CONTROL: **VIÑETA DE ENTRADA. MANTIENE MÚSICA EN 2P**

Locutoras: Dan la bienvenida al programa y saludan.

Dan avances sobre el tema de esa noche

Locutoras: Anuncian primera pausa musical

CONTROL: **PAUSA MUSICAL**

Locutoras: Agradecen sintonía y dan la hora. Anuncian el siguiente segmento.

CONTROL: **HUELLA DE MUJER**

Locutoras: comentan sobre el segmento e invitan a la audiencia a comentar.

Anuncian corte comercial

CONTROL: **CORTE COMERCIAL**

Locutoras: Agradecen sintonía nuevamente, anuncian hora. Presentan y dan bienvenida al invitado de la tarde.

Invitado: se presenta y habla sobre el tema central

Locutoras: Inician entrevista con el invitado e invitan a radioescuchas a llamar Para opinar o preguntar. Anuncian pausa musical

CONTROL: **PAUSA MUSICAL**

Locutoras: Agradecen sintonía y continúan con la entrevista y llamadas.

Anuncian corte comercial.

CONTROL: **CORTE COMERCIAL**

Agradecen llamadas y opiniones. Permiten que el invitado haga sus Conclusiones. Agradecen al invitado, sintonía e invitan al próximo programa. Se despiden de la audiencia.

CONTROL **VIÑETA DE SALIDA**

VIÑETA DE ENTRADA

“PROGRAMA EL TOUR DE LAS MUJERES”

CONTROL: _____ **RUIDO DE BUS LIGAR A 2P**

MUJER

Bienvenidos a nuestro Tour por los rincones
nunca antes explorados de las vidas femeninas.

(alegre) es hora de que alistés tus maletas
porque ya Comenzó nuestro viaje.

CONTROL: _____ **MUSICA ALEGRE. LIGAR A 2P**

NARRADORA:

(entusiasmada) En este momento inicia tu
programa EL TOUR DE LAS MUJERES. Acompáñanos
en los 60 minutos de viaje.

CONTROL: _____ **MANTIENE MUSICA**

VIÑETA DE SALIDA

“PROGRAMA EL TOUR DE LAS MUJERES”

CONTROL: _____ **RUIDO DE BUS LIGAR A 2P**

MUJER llegamos a nuestra última estación, pero
No podés perderte nuestro próximo tour

CONTROL: _____ **MUSICA ALEGRE. LIGAR A 2P**

NARRADORA: (entusiasmada)Te invitamos para que nos
acompañes nuevamente en el próximo programa de
EL TOUR DE LAS MUJERES. Hasta pronto

CONTROL: _____ **MANTIENE MUSICA**

VIÑETA DE EFEMÉRIDES

“PROGRAMA EL TOUR DE LAS MUJERES”

CONTROL: _____ **MUSICA SUAVE**

MUJER (Con voz suave) Un día puede definir la historia de nuestra sociedad

CONTROL: _____ **MUSICA ALEGRE. LIGAR A 2P**

MUJER: (entusiasmada) ¿Qué sucedió un día como hoy? Descúbrelo con nosotras en el segmento efemérides, fechas que especiales que cambiaron al mundo.

CONTROL: _____ **DESVANECE MUSICA**

VIÑETA SEGMENTO HUELLA DE MUJER

“PROGRAMA EL TOUR DE LAS MUJERES”

CONTROL: _____ **MUSICA ALEGRE. LIGAR RUIDO DE PASOS**

MUJER (CONTENTA) Cuando se avanza con paso firme
Es muy fácil dejar huella

CONTROL: _____ **MUSICA ALEGRE. LIGAR A 2P**

MUJER: (decidida) Muchas mujeres marcaron la historia
Y es justo recordar sus acciones. Estás en nuestro
Segmento Huella de Mujer. Estás lista para dejar tu
huella?

CONTROL: _____ **DESVANECE MUSICA**

PROMOCIÓN

“PROGRAMA EL TOUR DE LAS MUJERES”

CONTROL: RUIDO DE BUS. LIGAR A 2P

CONDUCTORA: (entusiasmada)

Un tour es sinónimo de aventura, compañerismo
Y descubrimientos!

COPILOTO

(con ánimo) llama todos aquellos que deseen
acompañarnos en este viaje para que se apresuren,
tengan sus boletos en mano y viajen con nosotras

JUNTAS

EN EL TOUR DE LAS MUJERES

CONTROL: DESVANECE RUIDO DE BUS. LIGA “UNA MUSICA BRUTAL”

NARRADOR:

Un nuevo espacio dedicado para ellas, Donde la
Opinión, conflictos salud y sociedad, Forman la
mezcla perfecta. EL TOUR DE LAS
MUJERES. Escúchanos Lunes y viernes a las 4 de la
Tarde en la 105.3 Radio Stereo Romance

CONTROL: DESVANECE MÚSICA

Glosario

Androcentrismo:

Es tomar al hombre como medida de todas las cosas. Se da cuando un estudio, análisis o investigación se enfoca desde la perspectiva masculina únicamente, presentando la experiencia y las necesidades de los hombres, como centrales a la experiencia humana (como válida para ambos sexos) y por tanto la única relevante, la única importante.

Condición de la mujer:

Factores y mecanismos sociales, económicos, y culturales que mantienen a la mujer en una situación desventajosa y subordinada en relación con el hombre. La forma en que se expresa esta subordinación varía según el contexto histórico y cultural.

Discriminación

Es el poder de los padres: un sistema familiar, social, ideológico y político mediante el cual los hombres, por la fuerza, usando la presión directa o por medio de símbolos, ritos, tradiciones, leyes, educación, el imaginario popular o inconsciente colectivo, la maternidad forzada, la heterosexualidad obligatoria, la división sexual del trabajo y la historia robada, determinan qué funciones podemos o no desempeñar las mujeres, siempre está subordinado al grupo, casta o clase compuesto por hombres, aunque pueda ser que una o varias mujeres tengan poder, hasta mucho poder, como las reinas o primeras ministras o, que todas las mujeres ejerzan cierto tipo de poder.

Según la ONU, discriminación es tanto la distinción, exclusión o preferencia que tenga por objeto o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública.

Enfoque de género

Es la visión que tienen los hombres y la visión que tienen las mujeres ante un mismo hecho, lo que determina una interpretación diferente entre unos y otras.

Equidad

Su acepción está vinculada totalmente al ámbito de la justicia: equidad es la cualidad de los fallos, juicios o repartos en que se da a cada persona según corresponda a sus méritos o deméritos. O sea, es la cualidad por la que ninguna de las partes es favorecida de manera injusta en perjuicio de la otra.

Estereotipo

Imagen mental muy simplificada (por lo general) de alguna categoría de personas, institución o acontecimiento, que es compartida en sus características esenciales por un gran número de personas. Frecuentemente los estereotipos van acompañados de prejuicios, esto es, de una predisposición favorable o desfavorable hacia cualquier miembro de la categoría en cuestión.

Género:

Conjunto de ideas, creencias, representaciones y atribuciones sociales construidas en cada cultura tomando como base la diferencia sexual. Estas características se han traducido en desigualdades y marginación para la mayoría de las mujeres y en la subordinación de sus intereses como persona a los de los otros

Perspectiva de Género

Herramienta de análisis que nos permite identificar las diferencias entre hombres y mujeres para establecer acciones tendientes a promover situaciones de equidad

Rol

Prescripciones, normas y expectativas de comportamiento para hombres y mujeres; ejemplo: mujeres tienen como papel cuidar a los hijos/as y hacer comida. Los hombres tienen como rol, el ser proveedor del gasto y protector de la familia

Sexo:

Se refiere a las diferencias biológicas entre el macho y la hembra de la especie, tratándose de características naturales e inmodificables.

Sexismo

Posición económica relativa de la mujer con respecto del hombre. Se mide, por ejemplo, de acuerdo a la diferencia entre los salarios del hombre y de la mujer y de las oportunidades de empleo, participación en los cuerpos legislativos, vulnerabilidad ante la pobreza y la violencia, y otros parámetros similares. Es la discriminación que se hace de alguno de los dos sexos invalidando las capacidades y actitudes del otro.

Género:

Conjunto de ideas, creencias, representaciones y atribuciones sociales construidas en cada cultura tomando como base la diferencia sexual. Estas características se han traducido en desigualdades y marginación para la mayoría de las mujeres y en la subordinación de sus intereses como persona a los de los otros

Bibliografía

1. *La radio: ¿un descubrimiento antediluviano?*
Barchtee, Bertold
2. *La Inferioridad Mental de la Mujer*,
Moebius, Paul. Barcelona, 1982
3. *Los medios: el aparato ideológico de la globalización*
Ramonet, Ignacio
4. www.awid.org
Derechos de las Mujeres
Jones, Rochelle
5. *Comunicación y perspectiva de género*
Hermosilla, María Elena
6. www.measurecommunication.org
El papel de los medios de comunicación en el tratamiento de la violencia de género
7. www.mujeresenred.net
Feminismos, comunicación y tecnologías de la información
8. *Género y medios masivos de comunicación*
Rodríguez, Dorantes Cecilia