

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN



**Un acercamiento al discurso feminista radial a
partir del programa EN CONTACTO en MILENIA
RADIO**

**Tesis para optar el Título de
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**Presentada por
RITA AZUCENA SEGOVIA ROJAS**

Lima - Perú
2004



*A: Willy, Rita, Guillermo y Mark
A Milenia Radio, mi segunda familia*

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, esta investigación no podría haberse realizado sin la confianza depositada por el Colectivo Radial Feminista a través del equipo de Milenia Radio. A Gabriela Ayzanoa, Mariela Jara, Yaned Fernandez, Elsa Salazar, Ana Doris Abarca, Aurora Angeles y Rocío Quispe, un agradecimiento especial por todo el apoyo brindado, tanto en el acceso a los libros, a los proyectos de la radio, y a las instalaciones de Milenia Radio como si fuera mi propia casa. Y al equipo de jóvenes de Milenia Radio que apoyaron este proyecto: a Carlos Flores, Aldo Cadenas y Giovanni Curi, gracias por las facilidades brindadas y sobre todo por la amistad cultivada durante todo este tiempo de trabajo.

Un sincero reconocimiento especial a Rosa Cisneros, jefa de prensa de Milenia Radio, quién ha colaborado además en la presente tesis como una buena asesora y como correctora de estilo del marco teórico desarrollado.

En segundo lugar, quisiera expresar mi sentimientos de estima y gratitud a mi asesor Pablo Espinoza, que me ha acompañado durante todo el desarrollo de esta aventura de investigación. A usted, estimado profesor, mi agradecimiento sincero por todo el apoyo brindado en sus asesorías, donde aprendía cada vez un poco más, guiando mis pasos por el camino de la investigación en comunicación, área que me interesa explorar y profundizar.

En tercer lugar quiero agradecer a la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica, mi alma mater, donde pude realizar mi formación académica y adquirir los conocimientos necesarios para utilizar diferentes criterios dentro del proceso de investigación. No mencionaré nombres, pues son muchas personas pertenecientes a la Facultad que me han brindado su estima y apoyo, a todos ellos un agradecimiento especial.

Por último, sin dejar de ser importantes, quiero agradecer a mi familia, a todos y cada uno en especial, pues han sabido comprender el tiempo invertido en esta investigación,

animándome a continuar a pesar de las dificultades que se presentaban. A ellos les dedico todo el esfuerzo realizado, y mi gratitud eterna por guiarme y darme la confianza necesaria para poder seguir adelante.



INDICE

INTRODUCCIÓN	i
1. EL FEMINISMO Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN	01
1.1. El Feminismo	02
1.1.1. Historia del Movimiento Feminista.	03
1.1.2. Principios Básicos del Feminismo y su relación con los medios.	11
1.1.3. Comunicación con Enfoque de Género	15
1.1.4. Búsqueda de espacios en los medios de Comunicación.	19
1.2. Presencia de la Mujer en la Radio.	27
1.2.1. La radio: Breve Cronología.	27
1.2.2. Algunas características básicas de la radio.	28
1.2.3. Géneros y Formatos Radiales	34
1.2.4. Perspectivas de la Radiodifusión.	36
1.2.5. Diagnóstico del medio radial limeño.	37
1.2.6. Situación y presencia de la mujer en el medio radial limeño.	40
1.2.7. Perspectiva Feminista en el medio radial.	42
1.2.8. Formas de Representación y de Apelación de la mujer.	43
2. RADIO MILENIA: LA EMISORA FEMINISTA DE LA AM.	47
2.1. Antecedentes y Posicionamiento de los programas Feministas en AM.	47
2.1.1. El Pionero: Nuestra Vida	50
2.1.2. Segunda propuesta. Pásame La Voz.	51
2.1.3. Nueva alternativa: Cortocircuito.	52
2.1.4. Alternativa en provincias: Warmikuna Rimanchis.	53
2.2. Necesidad de una emisora propia.	54
2.3. Nacimiento del Colectivo Radial Feminista (CRF)	56
2.3.1. Organización y Estructura.	57
2.3.2. Objetivos del Colectivo Radial Feminista.	58
2.3.3. Público.	59
2.3.4. Trabajo con Redes	61
2.4. Milenia Radio: La voz de las mujeres.	61
2.4.1. Concepción del nuevo medio radial.	61
2.4.2. Soporte Institucional.	63
2.4.3. Datos Básicos de Milenia Radio.	65
2.4.4. Misión – Visión – Objetivos Comunicacionales.	65
2.4.5. Organización y Estructura.	67
2.4.6. Estrategias de Trabajo	69
2.4.7. Inserción del término Género en una propuesta radial.	72
2.4.8. Programación General.	73
2.4.9. Redes y Asociaciones vinculadas a Milenia Radio.	75
2.4.10. Red de productoras afiliadas a nivel Nacional.	78
2.4.11. Rol de las comunicadoras de Milenia Radio.	79

3. METODOLOGÍA PARA UN ANÁLISIS DEL DISCURSO FEMINISTA RADIAL EN EL PROGRAMA “EN CONTACTO” EN MILENIA RADIO. 82

3.1.	El Método de Análisis del discurso radial.	82
3.2.	Objeto de Estudio.	83
3.2.1.	El programa “En Contacto”: Elementos Formales.	84
3.2.2.	El programa “En Contacto” como objeto de estudio.	85
3.2.3.	Propósito e importancia de estudiar “En Contacto”	86
3.3.	Tipo de Investigación a realizar:	87
3.3.1.	Hipótesis.	88
3.3.2.	Los Objetivos.	88
3.3.3.	Unidad de Análisis a investigar.	90
3.3.4.	La muestra en En Contacto.	90
3.4.	Elección de los ejes temáticos para la muestra abordados en En Contacto	91
3.5.	Elementos y conceptos que interactúan en nuestra investigación.	93
3.5.1.	En Contacto con el Feminismo.	94
3.5.2.	En Contacto y la presencia de la mujer	94
3.5.3.	En Contacto con la Radio.	94
3.5.4.	En Contacto con Milenia Radio.	95
3.5.5.	En Contacto y sus conductoras: feministas y comunicadoras.	95
3.6.	Criterios comunicacionales que se presentan para el análisis del discurso.	96
3.6.1.	Modelos Metodológicos para el análisis del discurso radial.	96
3.7.	Desarrollo de los instrumentos Metodológicos.	99
3.7.1.	El acceso al espacio de Comunicación en Milenia Radio.	99
3.7.2.	El conocimiento de los actores.	100
3.7.3.	La realización de la matriz de registro de los programas.	100
3.7.4.	Matriz para el análisis del discurso de los programas.	101
3.8.	Etapas y Cronograma de la investigación.	104
3.8.1.	Primera Etapa: Exploración y Planificación.	105
3.8.2.	Segunda Etapa: Marco Teórico: Identificación de las fuentes bibliográficas.	105
3.8.3.	Tercera Etapa: Entrevistas a Profundidad.	106
3.8.4.	Cuarta Etapa: El Universo y la Muestra.	107
4.	EN CONTACTO...CON LOS DERECHOS DE LA MUJER	109
4.1.	La Agenda de Milenia Radio y su coyuntura en la ciudad de Lima.	110
4.1.1.	Las Políticas Públicas de salud sexual reproductiva y la posición del Colectivo.	110
4.1.2.	La Problemática en la Violencia, huelgas y arbitrariedades.	112
4.1.3.	El Ministerio de La Mujer y la Igualdad de Oportunidades.	112
4.2.	Antecedentes del programa “En Contacto”	114
4.3.	En Contacto..con los derechos de la mujer.	114

4.4.	Personal encargado de la Programación.	115
4.5.	Realización de “En Contacto” en las diferentes etapas de producción.	116
4.5.1.	Etapas de producción.	117
4.6.	Análisis de los programas seleccionados.	120
4.6.1.	Características de la forma del discurso	120
4.6.2.	Modo de Producción del discurso	127
4.6.3.	Temáticas e ideas que trabaja el discurso	134
4.6.4.	Comentario Cualitativo.	140
4.6.5.	Matriz de Registro de los Programas de “En Contacto”	145
4.6.6.	Matriz de Análisis de los Programas de “En Contacto”	151

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES **187**

ANEXOS: **199**

Anexo N°1:	Breve reseña de las Instituciones que forman parte del CRF.	200
Anexo N°2:	Listado de emisoras de la AM.	216
Anexo N°3:	Listado de Temas tratados en En Contacto.	218
Anexo N°4:	Periodismo Cívico y Democrático.	222
Anexo N°5:	La Entrevista Popular.	225
Anexo N°6:	Balotario de Preguntas para entrevista.	229
Anexo N°7:	Transcripción de Entrevista Productora En Contacto.	231
Anexo N°8:	Fragmentos Entrevista a Conductora En Contacto.	252

BIBLIOGRAFÍA **263**

INTRODUCCIÓN

La radio representa uno de los universos más ricos y poco estudiados en los últimos tiempos¹. La evolución que ha ido desarrollándose en este medio de comunicación ha mejorado progresivamente, siendo necesario volver la mirada a este objeto de estudio. El paulatino cambio en materia de programación, temáticas y públicos ha llevado a la radio a reestructurarse internamente en las propuestas de los emisores hacia los oyentes receptores, surgiendo diferentes alternativas dentro del espectro radial..

En el mes de diciembre del 2002 terminé mi carrera universitaria en Ciencias y Artes de la Comunicación. Esperaba realizar prácticas en radio, área que me interesa y en la cuál no había podido desempeñarme lo suficiente. Surge entonces la oportunidad de colaborar como operadora de cabina y en producción en una radio católica. Eran los inicios del mes de abril del 2003. Estas pequeñas colaboraciones despiertan el interés por una visión del mundo radial que me empieza a interesar, pero que aún no me permitía desenvolverme en un trabajo de campo más denso, situación que me hace seguir buscando otras oportunidades en radio.

A mediados de abril comenté mis inquietudes a una buena amiga de la infancia. Ella me contacta con una persona que había trabajado en una radio feminista. La idea de poder realizar prácticas en una radio con estas características me resultó interesante, puesto que era una realidad ajena a mi persona, por lo que acudí a la entrevista. Así, casi de manera inesperada, ingresé al mundo de Milenia Radio, una emisora feminista ubicada en la AM.

Mariela Jara, la gerente de programación, me encomienda el trabajo directo en asistencia de producción y como reportera del programa “En Contacto”, donde ella realizaba la producción general. De esta manera me involucro con la problemática de la mujer y de sus derechos, realizando trabajos de campo que me vinculan con las

¹ Alfaro, Rosa María. “La radio ciudadana del Futuro”, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, 1999. Páginas.

protagonistas de la noticia, participando además de algunos talleres brindados por la radio, motivo por el cuál obtengo mayores conocimientos sobre el trabajo específico dentro de este medio radial y el trabajo que realizan las Organizaciones No Gubernamentales e Instituciones que la respaldan.

Luego de cuatro meses de realizar prácticas en dicha emisora, comienzo a planear mi rumbo académico, decidiéndome a presentar una investigación para obtener el grado de Licenciada en Ciencias y Artes de la Comunicación, con mención en Comunicación Audiovisual.

La idea inicial era seguir con el tema desarrollado en los cursos de Seminario de Investigación I y II². Sin embargo, la problemática tratada a través del programa En Contacto y las actoras sociales dentro del mismo me hicieron cambiar la elección de la temática a investigar, guiándome hacia Milenia Radio como medio de comunicación y al discurso feminista que transmitía. En Contacto, el programa radial donde apoyaba en asistencia de producción y como reportera, empezó a constituirse en un objeto interesante de estudio, pues a partir de dicho programa podría acceder a los elementos del lenguaje radiofónico entremezclado con el discurso realizado a través del lenguaje feminista.

Es así que empiezan a surgir preguntas referidas al discurso feminista: cuáles son las características que lo definen dentro del medio de comunicación radial, a quiénes se dirige, cómo son las formas de apelación, entre otros aspectos. Toda esta temática, al ser nueva para mi persona, me hizo plantear los inicios de mi investigación, delimitada en un primer momento por el análisis del discurso feminista en el programa En Contacto.

El programa no está desligado del medio radial con el que interactúa y desarrolla los principios feministas y comunicativos. Después de revisar documentos de la radio, bibliografía respecto al medio en el cual me iba a involucrar y realizar entrevistas

² Cursos que se dictan en la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación en el Noveno y Décimo ciclo respectivamente.

previas con las integrantes de la radio, surge la idea de la presente tesis titulada: “Un acercamiento al discurso feminista radial a partir del programa En Contacto en Milenia Radio”. Esta propuesta es planteada a la Gerente de Programación de Milenia Radio como proyecto de Tesis, siendo aceptada después de haber sido revisada.

De esta manera empiezo la investigación proponiendo mi proyecto de tesis a la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación, en octubre del año 2003. Al mes siguiente, recibo la aprobación de la misma, siendo asignado como mi asesor el profesor Pablo Espinoza, quien dicta en la universidad los cursos de Metodología de la Investigación y Seminario de Tesis³.

Es así que continuó el desarrollo del plan de tesis presentado a mi facultad, para lo cual inicio la investigación recogiendo informaciones y datos básicos dentro de Milenia Radio: proyectos de comunicación radial, estudios de audiencia realizados por el Colectivo Radial Feminista,⁴ lectura de libros sobre feminismo y comunicación, entre otros. Las entrevistas realizadas tanto a la conductora como a la productora del programa En Contacto sirvieron para poder focalizar el rumbo de la investigación y sobre todo los aspectos principales que debían de ser desarrollados.

De igual manera resultaron fundamentales las audiciones previas de los programas realizados en En Contacto, pues ayudaron a delimitar las temáticas y los elementos a considerar dentro del posterior análisis. Por ello, la presente investigación desarrolla 4 capítulos que engloban todos los elementos desarrollados para nuestro acercamiento al discurso feminista radial, y que sirven de manera fundamental para la elaboración de las conclusiones finales.

El primer capítulo, que constituye nuestro marco teórico principal, está referido a tres elementos que forman parte de toda la investigación: el feminismo, la mujer y la radio. A través de este capítulo he tratado de realizar un breve resumen sobre la historia del feminismo vinculada con la comunicación, considerando sus principios básicos como

³ Pablo Espinoza había colaborado en la elaboración del esquema del proyecto de Tesis, por lo que su elección como mi asesor era ya esperada.

⁴ Agrupación que dirige Milenia Radio.

los referidos a una comunicación con enfoque de género, instrumento de análisis que ayuda a presentar esta propuesta a través de las comunicadoras feministas. Seguidamente, he presentado a la mujer dentro del medio radial, considerando los aspectos básicos que caracterizan a este medio de comunicación en principio, para mostrar luego cómo la mujer se presenta tanto como emisora de discursos, protagonista y finalmente, receptora de los mismos. Termine presentando las formas de representación y apelación de la mujer que serán importantes dentro del posterior análisis de los programas seleccionados.

El segundo capítulo se refiere a Milenia Radio. Este capítulo desarrolla en primer lugar los antecedentes previos de los programas feministas disgregados en la AM, que sirven como referentes directos a la elaboración de toda la propuesta comunicativa de Milenia Radio como emisora feminista. La formación del Colectivo Radial Feminista, su organización, estructura, misión, objetivos y la posterior formación de Milenia Radio con toda una programación basada en una comunicación con enfoque o perspectiva de género son revisadas de manera concisa, realizando el primer acercamiento a la propuesta comunicativa de los grupos feministas.

El tercer capítulo se presenta como una bisagra entre los dos capítulos anteriormente desarrollados. Se presenta la metodología desarrollada durante todo el proceso de investigación, delimitando nuestras hipótesis y objetivos, una descripción detallada de nuestro objeto de estudio, los ejes temáticos que he delimitado junto con los criterios comunicacionales utilizados a través del desarrollo de la investigación. Los instrumentos metodológicos aparecen descritos en relación directa con lo realizado, terminando el capítulo con un recuento de todas las etapas y el cronograma desarrollado en la presente.

Es en el cuarto capítulo donde se desarrolla el análisis del discurso feminista radial del programa En Contacto, visto en un primer momento desde su contexto situacional en la coyuntura limeña. Luego sus antecedentes, etapas de producción, el personal encargado de la realización del mismo, para llegar a la parte más importante del capítulo: el resumen realizado de los 18 programas de En Contacto, transmitidos entre los meses de

Enero y Junio del año 2003. Este análisis se basa en una matriz desarrollada y detallada en el capítulo 3 referido a la metodología de la investigación, que presenta los resultados obtenidos a través de la escucha en unitario de los 18 programas, y que recoge los elementos más representativos de cada programa analizado.

En las conclusiones finales, he realizado un recuento de todo lo desarrollado y vinculo las ideas del Movimiento Feminista con las desarrolladas a través del discurso que se realiza dentro de un programa radial, realizando además algunas recomendaciones de acuerdo a lo encontrado durante el desarrollo de la investigación.

Finalmente, después de lo anteriormente mencionado, espero que la presente investigación sirva de aliciente e incentivo a todas aquellas personas vinculadas a una propuesta de comunicación diferente, que tienen como eje fundamental mezclar los aspectos comunicativos con los educativos, donde los elementos del lenguaje radiofónico sirvan para crear espacios imaginarios que propongan elementos en apoyo a la población en general.

Esta propuesta de investigación es analizada desde el punto de vista de los emisores de los discursos. Sin embargo, su réplica, es decir, qué dicen los receptores del discurso sobre el programa podría constituirse en un posterior trabajo de investigación, que podría tener como una referencia fundamental la presente investigación desarrollada.

CAPÍTULO 1

EI FEMINISMO Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN

La presente investigación está centrada en la labor que grupos de mujeres ligadas a Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), realizan a través de un Colectivo Feminista Radial, y cuya relación con los medios de comunicación, en particular con la radio, constituye una forma de luchar por la reivindicación de los derechos de la mujer en la sociedad.

Distinguimos en el Feminismo¹ un Movimiento Social que ha logrado articular un discurso con características propias y diferenciadas. En general, el feminismo invoca una crítica a la desigualdad entre sexos y proclama la promoción de los derechos e intereses de la mujer².

Dentro del Feminismo, de su historia, vertientes y supuestos, encontraremos un instrumento fundamental de análisis: *La Perspectiva o Enfoque de Género*, entendida como el análisis que permite diferenciar la brecha de desigualdad donde las mujeres se encuentran en situación de desventaja, permitiendo de esta manera superar las discriminaciones imperantes³. Este concepto será fundamental para las propuestas a nivel de comunicación que realicen, ya que uno de los planteamientos principales es una *comunicación con perspectiva de género*, entendida como *una comunicación*

¹ Al respecto existen diversas autoras que han desarrollado estudios sobre el Feminismo, como corriente de pensamiento y movimiento social. Entre algunas de ellas podemos citar a Virgina Vargas Valente, Maruja Barrig, Maritza Villavicencio, Martha Lamas, Margarita Pisano, Virginia Guzmán, Norma Fuller Osores, Judith Butler, Linda McDowell, Janet Saltzman, Carolina Carlessi, Ana De Miguel, Narda Henríquez, Cecilia Olea, Carol Andreas, Victoria Ponce del Castillo, Magda Portal, entre otras, quiénes han desarrollado los conceptos dentro del Movimiento Social de Mujeres que abarca el Feminismo de “Perspectiva o Enfoque de Género”, “Igualdad de Oportunidades”, que son tomados como insumo para desarrollar el marco conceptual que atañe directamente a la presente investigación desarrollado en el presente capítulo.

² Lamas, Martha. “La Perspectiva de Género”. Artículo publicado en la Enciclopedia Wikipendia de Internet. En: <http://es.wikipedia.org/wiki/Feminismo>. Martha Lamas es considerada una de las más importantes voceras del feminismo en México.

³ Alfaro, María Cecilia. “Develando el Género: Elementos conceptuales básicos para entender la equidad” Unión Mundial para la Naturaleza. Serie Hacia la Equidad. San José, Costa Rica. Febrero, 1999. p. 26.

incluyente de las mujeres, que las considere sujetos antes de objetos de la comunicación⁴.

Esta investigación empieza delimitando los conceptos básicos que son El Feminismo y el Enfoque o Perspectiva de Género. Conociendo la relación existente entre ellos, exploramos dentro del sujeto *mujer* de nuestra investigación, cómo interactúan estos conceptos en el discurso del medio radial, espacio donde se realiza nuestra investigación.

1.1. El Feminismo

Para efectos de nuestra investigación, hemos delimitado El Feminismo como *un Movimiento Social de mujeres motivadas a organizarse⁵ en torno a diversos colectivos, asociaciones y asambleas con características propias. Nace a partir de la conciencia acerca de las desigualdades donde la mujer se encuentra en desventaja, y de la creencia de que algo debe ser hecho al respecto, proclamando de esta manera los derechos e intereses de la mujer.⁶*

Lo hemos delimitado de esta manera puesto que las mujeres pertenecientes al movimiento feminista son las principales “formadoras” del discurso dentro de la programación radial que analizaremos, provenientes de instituciones que se encuentran vinculadas con la lucha de reivindicación de la mujer, sostenida en una igualdad de derechos para hombres y mujeres, a través de una comunicación con enfoque de género.

Ellas elaboran una propuesta que llega a los medios de comunicación, en este caso al Colectivo Radial Feminista a través de Milenia Radio, para saltar del espacio

⁴ Burch, Sally. “Comunicación de Género”. Artículo publicado en el Servicio ALAI Informativo (América Latina en movimiento) págs. 248-249. En http://alainet.org/active/show_text.php3?key=408.

⁵ Referencia tomada de un cuadro de Modelo de desarrollo del Movimiento de Mujeres en Saltzman, Janet. “Equidad y Género: Una Teoría integrada”. Primera Edición. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia. Instituto de la Mujer. 1992. p. 208.

⁶ Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal. En <http://nodo50.org/mujeresred/peru.htm>

“privado” del movimiento, al espacio “público”⁷, que ofrecen los medios y desde los cuáles quieren hacer llegar su discurso. Esta dimensión responde a la propuesta del movimiento feminista de conectar en lo “público”, concebido como las políticas de Estado y el sentido común de ciudadanas y ciudadanos, asuntos considerados dentro del ámbito “privado o doméstico”, referidos a valorar, visibilizar y hacer sujeto de derechos a la mujer.

No se puede hablar del Feminismo hoy en nuestro país sin antes dar una breve mirada a su evolución en el Perú, hasta llegar a lo que actualmente se conoce de este importante movimiento.

1.1.1. Historia del Movimiento Feminista y su aproximación a la comunicación.

Para iniciar esta sección de historia comentada empezamos con las afirmaciones de Virginia Vargas Valente⁸, fundadora del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán y activa militante feminista que comenta lo siguiente sobre los inicios de los grupos de mujeres en el Perú:

“En nuestro país, importantes grupos de mujeres florecieron hacia el final del siglo XIX, a pesar del dominio oligárquico y de encontrarse en el pleno proceso de modernización. Sin embargo, cabe señalar la influencia de una mujer pionera, que si bien nació en Francia, pero de padre peruano, contribuyó a la formación de estos nacientes grupos en el Perú. Me refiero a Flora Tristán. La etapa que pasa en Perú donde asiste a la guerra civil y ve la gran diferencia entre las distintas clases sociales, será significativa para el futuro de Flora: se convierte en defensora declarada de los derechos y libertades de la clase obrera y de la mujer, y poco después retorna a su natal Francia. Deja entonces sentadas las bases para los nacientes grupos de mujeres.”

Desde un comienzo Flora Tristán buscó comunicar su discurso en defensa de los derechos de las mujeres obreras, a quienes se dirigía. Ella, como mujer y trabajadora, buscó obtener beneficios específicos para su clase social,

⁷ Concepciones que serán desarrolladas en el transcurso del capítulo.

⁸ Para mayor información sobre la Historia del Feminismo revisar Vargas Valente, Virginia “Cómo Cambiar el Mundo sin perdernos. El Movimiento de Mujeres en el Perú y América Latina”. Ediciones Flora Tristán. Lima, 1992. pp 32- 45. Sin embargo para ahondar sobre la historia del Movimiento también podemos citar a las siguientes autoras: Virginia Guzmán, Maruja Barrig, Maritza Villavicencio, Linda McDowell, Janet Saltzman, Narda Henríquez, entre otras.

luchando por el reconocimiento de las mujeres que trabajaban al igual que los hombres.

A pesar de este primer acercamiento, las clases más instruidas son en un primer momento las que van a tomar la dirección en lo que a formación de grupos se refiere, por lo que las primeras mujeres organizadas no son las que provienen de sectores populares, sino todo lo contrario.

a. Las Pioneras del Movimiento en relación con el Periodismo y la Literatura

Ubicamos a las pioneras del feminismo en la llamada Generación de los '70 (1870), que incluía básicamente a mujeres urbanas, de clase alta, que tuvieron acceso a la educación y podían ejercer sus reclamos feministas⁹ a través de la literatura y el periodismo. A través de éstos, las mujeres vinculan su quehacer comunicacional a través del uso de un lenguaje escrito que pueda plasmar sus ideas y difundirlas.

Podemos comprobar un aspecto básico común a las diferentes agrupaciones feministas surgidas a lo largo de la historia: **la difusión de las ideas** como paso importante para el conocimiento de las mismas. Difusión que se hace a través de escritos literarios como periodísticos, con una perspectiva que apoya básicamente a la inclusión de estas mujeres en el arte y la cultura de la época. Se elabora de esta manera, un discurso buscando impacto social y cultural.

Es por eso que las primeras organizaciones de mujeres son vistas como espacios de comunicación, a los que en principio, acceden sólo las mujeres de élites, forjando los cimientos del Movimiento.

⁹ Incluyo aquí el término de feminista para nominar a una primera agrupación básica de mujeres, que no desencadena aún en movimiento, sino espera obtener respuesta a sus demandas de género a través de un discurso determinado

Cabe destacar entre sus principales promotoras a Clorinda Matto de Turner, Mercedes Cabello de Carbonera, Trinidad Enríquez¹⁰ y Manuela Gorriti. Estas mujeres fundaron publicaciones periódicas pequeñas y organizaron sus propios círculos intelectuales a los que llamaron **veladas literarias**. En ellas, las principales demandas se referían más a la educación femenina y el acceso y control de su propia producción intelectual, mas no cuestionaban abiertamente el rol de la mujer a nivel doméstico; por lo que se dice que existe una fragmentación en las demandas.

Este discurso de igualdad que promueven las intelectuales feministas tendrá un acercamiento fundamental con los medios de comunicación de entonces, como la literatura y el periodismo. Sin embargo, la educación se liga fuertemente a la necesidad de difusión de sus ideas, como seguirá sucediendo en la siguiente generación.

b. Las Educadoras y la necesidad de difusión del Movimiento.

La generación siguiente, conocida como la de los 90' (1890), estuvo conformada por profesoras que centraron su lucha en el derecho a la educación.¹¹ Teresa González de Fanning y Elvira García y García son sus exponentes principales, siendo esta última la que definió su lucha como feminista¹².

Pese a estar casi en los albores del siglo XV, este feminismo naciente sigue siendo de clase alta y ligeramente confuso, pues estuvo matizado con la caridad al defender, por ejemplo, la educación técnica de las mujeres pobres y la educación para el hogar para las mujeres de clase alta. Sin embargo se puede ver el avance en la preocupación por el acceso a la

¹⁰ Quién fue la primera mujer en estudiar en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos

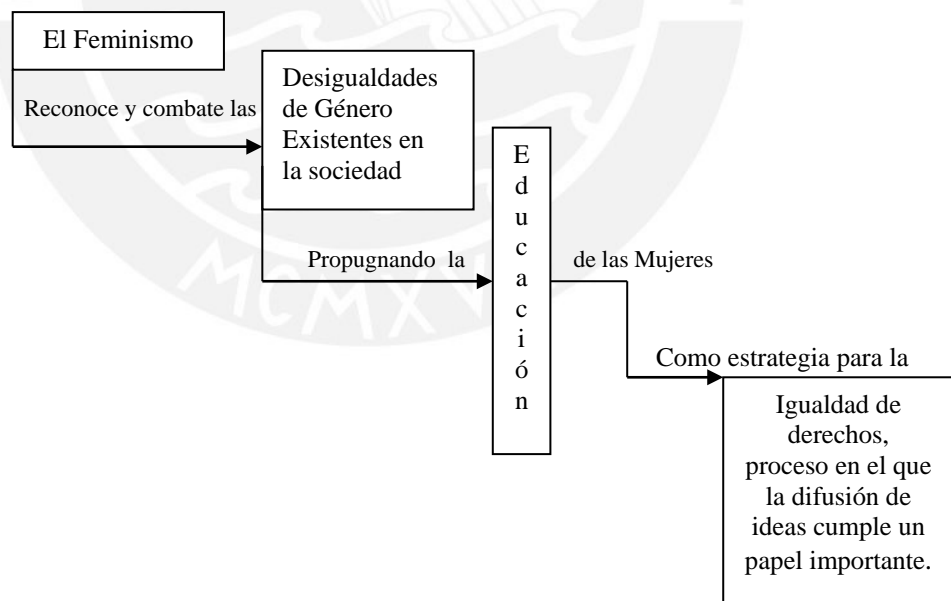
¹¹ Villavicencio, Maritza. "Raíces del Movimiento de Mujeres del Perú" Trabajo desarrollado en el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. Lima.1987.

¹² Importante el hacer mención a Elvira García y García en su lucha como "feminista" puesto que se define dentro de una ideología que desencadena en el Movimiento que lleva el mismo nombre, y que tendrá posteriormente una corriente específica de opinión y de acción.

educación de las mujeres de sectores populares, aunque no sea en las mismas condiciones que las mujeres provenientes de estratos sociales altos.

Las mujeres de la clase alta buscan incluirse dentro de estos espacios y hacer oír su voz, para luego poder proponer otras alternativas de cambio en relación a su propia educación y al acceso a ella, trayendo también posteriormente propuestas para la educación de las mujeres necesitadas, mostrando de esta manera otro aspecto importante que se desarrollará más adelante: el problema de la mujer como derecho público, desarrollado en la búsqueda de protección y reivindicación de sus derechos.

En el caso de las mujeres de menos recursos es el primer paso para tomarlas en cuenta dentro de esta propuesta, que posteriormente toma importancia con la generación siguiente. Así llegamos a un esquema planteado que resume lo siguiente:



Esta difusión se insertará en el espacio público, configurando incipientemente una propuesta alternativa de comunicación.

c. De lo privado a lo público: La Aparición del periódico Protesta

Hacia finales de la década de 1920, las nacientes organizaciones de mujeres se ramificaron. Surgieron los dos primeros grupos feministas: *Evolución Femenina*, conducido por María Jesús Alvarado, y más tarde *Feminismo Peruano*, conducido por Zoila Aurora Cáceres, ampliando los límites de la lucha por la educación al terreno del trabajo y la política, presionando por el voto femenino y el acceso a cargos públicos. En ese mismo período, desde su periódico *Protesta* las anarquistas defendieron los derechos de las mujeres perfilando lo que se llamaría el “feminismo económico”.¹³

El naciente movimiento que se expresó través del periódico *Protesta* se inserta dentro de una propuesta comunicativa propia, pues en las primeras generaciones los aportes de las mujeres en literatura y periodismo fueron más como autoras y colaboradoras en pequeños espacios que ellas se agenciaban. Con la publicación de *Protesta*, estas mujeres demuestran que son capaces de trabajar con y desde un medio de comunicación, y realizar las labores dentro del mismo exponiendo sus requerimientos y propuestas a nivel político y económico del movimiento.

Necesitamos comprender hasta este punto, un concepto importante de mencionar: el salto del “espacio privado”, conformado en un primer momento por las veladas literarias, las reuniones informales y pequeños escritos y panfletos de conocimiento de un círculo pequeño hacia el “espacio público”, lugar entendido como la legitimidad de una sociedad democrática¹⁴; lugar donde las feministas buscarán expresar, conocer, y

¹³ Vargas Valente, Virginia. Op. Cit. p. 30. Feminismo económico entendido como una subrama dentro del feminismo como movimiento.

¹⁴ Wolton Dominique. “Sobre la Comunicación: Una reflexión sobre sus luces y sombras” Acento Editorial. España, 1999. p. 387.

dar a conocer. Lugar donde se halla la “igualdad y libertad de los individuos” para formular una opinión pública.

El espacio público es en realidad un espacio simbólico, que necesita tiempo para formarse, donde deben converger discursos ya sean contradictorios o de ideas similares, y donde las mujeres buscan estar de acuerdo a un principio elemental de democracia que será desarrollada en el proceso de configuración del movimiento feminista. En el espacio público se generan debates, necesarios para la afirmación democrática, donde los medios de comunicación cumplen un rol mediador para el desarrollo de los diferentes discursos presentados.

En el año 1930, apareció la primera central de trabajadores moderna, la Confederación General de Trabajadores del Perú (CGTP). Las mujeres que habían participado activamente en su creación, pertenecientes a las diferentes agrupaciones feministas fundadas en años anteriores, fueron marginadas de la misma. Ese hecho contribuyó al debilitamiento de las diferentes expresiones feministas. María Alvarado, fundadora del primer grupo feminista, creó un colegio para mujeres de clase trabajadora, donde imprime desde allí publicaciones que denuncian las luchas de la causa indígena y laboral. Por ello tuvo que buscar el exilio, pues fue demandada, y el Consejo de Mujeres que ella presidía, cayó en manos de mujeres mucho más conservadoras que cambiaron la propuesta de su predecesora, fortaleciendo el rol doméstico de la mujer.

Es por esta época donde además se forman las primeras agrupaciones políticas. Algunas mujeres ligadas a medios intelectuales contestatarios se ven directamente vinculadas a la militancia. Entre ellas podemos destacar a Angela Ramos, periodista y luchadora social que formaría parte del partido Comunista Peruano (PCP); y a Magda Portal, poetisa quien fuera víctima de discriminación por parte de su partido político Alianza Popular

Revolucionaria Americana (APRA), obligándola a elegir entre su dedicación a la poesía o a la militancia.

Esta generación se ve inmersa dentro de la dictadura de Manuel Odría, donde se consigue el voto femenino, destacando la lucha de las mujeres para la obtención del mismo (1956).

d. El mayor acceso a la información

Es a partir de la década de 1970, donde se puede notar el incremento de las mujeres en las escuelas, universidades y al mercado de trabajo, desarrollándose un impacto en sectores políticos intelectuales. Esta generación de mujeres estuvo marcada por sucesos que ocurrieron a nivel mundial como el descubrimiento de la píldora anticonceptiva, el movimiento de Rebeldía Estudiantil de mayo del 68 y el pensamiento de la feminista francesa Simone de Beauvoir, quien sienta las bases del feminismo moderno.

En consecuencia, se empezó a tener mayor acceso a la información para el control de las funciones reproductivas, tema vetado por instituciones públicas del Estado influidas por la iglesia católica; y se dieron cambios en los ámbitos políticos y sociales.

Pero no por ello se había acabado con la discriminación sexual, razón por la cual la lucha de las mujeres continua. Finalmente, esta acumulación lograda por el Feminismo como Movimiento encontró su cauce¹⁵ en un primer momento, en la formación de grupos de autoconciencia, posteriormente en Colectivos de Mujeres, agrupaciones que en algunos casos, se convertirán más adelante en Organizaciones No Gubernamentales (ONG's). Estas primeras organizaciones realizaron acciones públicas que convocaban el interés de la prensa, resaltando el tema de violencia y maltrato de la mujer en diferentes ámbitos de la vida.

¹⁵ Barrig, Maruja. "Al rescate de la Utopía". Ediciones Flora Tristán. Lima, Agosto 2000. p. 17

e. Vertientes del Movimiento Feminista y sus estrategias de comunicación

A raíz de la formación de diversas organizaciones y grupos de mujeres comienza una diversificación dentro del movimiento feminista, tanto en el caso peruano como a nivel mundial.¹⁶

Hemos decidido basarnos principalmente en tres vertientes dentro del Movimiento de Mujeres del Perú, señaladas por la feminista Virginia Vargas¹⁷ que nos servirán de ejes para identificar a las actoras de los discursos dentro de cada una de ellas. Así, tenemos las siguientes:

La Vertiente Feminista.- Que identifica y denuncia la existencia de un sistema de sexo-género que subordina a las mujeres en la construcción de sus propias identidades. Como representantes, encontramos en esta vertiente a las Instituciones que trabajan a favor de la mujer y su desarrollo: ONG Manuela Ramos y el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, principalmente.

Esta vertiente trabaja muy fuertemente ligada a la comunicación, buscando espacios dentro de los medios para hacer oír y ver sus demandas y propuestas. Recurrieron a la prensa para llegar a la sociedad y sensibilizarla con sus críticas y nuevos aportes. Varias exponentes del feminismo peruano, como Maruja Barrig, Carolina Carlessi, Helen Orvig, María Portugal, Virginia Vargas Valente y otras más, plasmaron en diversos artículos de opinión y ensayos su cuestionamiento al sistema patriarcal y sus aportes como feministas frente a esa situación.

La Vertiente Popular.- Constituida por mujeres de barrios marginales o pueblos jóvenes, principalmente de organizaciones vecinales o clubes de madres. Algunas de ellas tenían la experiencia de su participación en

¹⁶ Comienzan a surgir diferentes clases de feminismo: rural, cultural, étnico, de la igualdad, de la diferencia, entre otros. Todos ellos alentados por las circunstancias específicas de los grupos de mujeres que comienzan a cuestionar la discriminación que sufrían dentro de sus respectivas sociedades.

¹⁷ Referencia de las vertientes feministas tomadas de Vargas Valente. Op. cit, p.35

SINAMOS¹⁸. Esta vertiente se ubica por ejemplo en la Federación Popular de Mujeres de Villa El Salvador (FEPOMUVES), fundada en 1983, sobre la base de clubes populares. Esta vertiente tendrá mayor significación más adelante en el desarrollo de la presente investigación, puesto que son estas actoras una de las principales formuladoras de los discursos que se analizarán desde la programación de “En Contacto”, de Milenia Radio.¹⁹ En este sentido, esta vertiente será en mayor medida la “protagonista” de la comunicación.

La Vertiente Política: Agrupa a las mujeres que luchan por un reconocimiento formal y más público de los derechos femeninos. Estas mujeres se relacionan con la comunicación en su papel de ser voceras autorizadas de opinión de diversas tendencias, pero no como personas únicas, sino como personas que traen un discurso perteneciente ya a grupos determinados que las respaldan y apoyan, situación que les acarrearán críticas de diversa índole. Es así como la mujer de esta vertiente accede a los medios como líder, y por lo tanto, la organización que está detrás suyo respaldándola accede en igual medida a los medios de comunicación.

1.1.2. Principios Básicos del Movimiento Feminista y su relación con los medios

El Feminismo tiene a las mujeres como “sujeto” del movimiento, de la construcción de sus propias identidades, entendidas éstas siempre desde una perspectiva propia, y no como el reflejo de los mandatos asignados a su género por la cultura patriarcal.

¹⁸ Sistema Nacional de Movilización Social, creado en el Gobierno del Gral. Juan Velasco Alvarado (1968 – 1975), y que coordinaba con la población las movilizaciones en apoyo del entonces Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas. Aquí se agrupaban movimientos populares de los que más adelante saldrían connotadas luchadoras por los derechos de la mujer, como María Elena Moyano, asesinada en 1992 por Sendero Luminoso.

¹⁹ Como parte del público objetivo del programa radial a analizar, se convierten en actoras principales tanto como emisoras y receptoras de discurso, brindando así heterogeneidad a la propuesta comunicativa.

Uno de los principios del feminismo es avanzar hacia la igualdad entre el hombre y la mujer a través de la “liberación intelectual, moral y económica de ésta (de la mujer)”.²⁰ Esto implica un cuestionamiento a la mujer como sujeto pasivo en los medios de comunicación, proponiéndola mas bien como sujeto activo con voz y acción.

Virginia Vargas Valente, fundadora del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, aporta su visión sobre la búsqueda de un lenguaje que exprese con autonomía las percepciones y propuestas del feminismo:

“Una de las características más notables del feminismo contemporáneo es esa suerte de irresponsabilidad para con el paradigma científico y los conceptos que se asumen en su lenguaje. Esa especie de desparpajo en mezclar todo, como si se tuviera la certeza de que las tablas de la ley del conocer, por venir tan desde lo alto, se hubiesen hecho añicos en su caída a lo humano y que, en consecuencia, habría que arreglárselas con lo que tenemos...”²¹

Para el Feminismo, **el desarrollo de un lenguaje propio** exige que se represente y se construya identidades en las mujeres como sujetos de derechos, como ciudadanas, fomentando su visibilidad política²². El hablar de un tipo de lenguaje que las representa es entrar ya al terreno de la reconceptualización del lenguaje que las feministas demandan, lo que implica el desarrollo de un vocabulario no sexista, y la renovación del discurso hasta entonces utilizado a nivel general, eliminando las expresiones que sean discriminatorias para la mujer.

En este proceso se incorporaron al discurso feminista conceptos como *la autonomía, la diversidad, la horizontalidad, la perspectiva de género con igualdad de oportunidades*, entre otros. De esta manera, se va configurando formas de expresión que revelan una apuesta política particular orientada a la

²⁰ Vargas, Valente “Las mujeres en Movimiento”. Lima-Perú. En Gómez, Rosario y Weinberger, Karen: “Problemática de la Mujer Peruana en el campo Laboral”. Universidad del Pacífico. Primera Edición Febrero 199, p. 75.

²¹ Vargas Valente, Virginia. Op. Cit. p. 19.

²² Más información al respecto en Butler, Judith. “El Género en Disputa. El Feminismo y la Subversión - de la Identidad. Paidós Género y Sociedad. Primera Edición 2001, págs. 17-27

liberación de la mujer de los parámetros impuestos por la cultura patriarcal. Las feministas propugnan un lenguaje **no-sexista**, es decir, que no determina roles específicos para hombres y mujeres. Proponen un lenguaje mas bien **inclusivo**, una suerte de instrumento de defensa de sus derechos, donde con la calidez y cercanía de lo coloquial, pueden hacer llegar mejor sus propuestas.

El lenguaje feminista establece una relación directa con el **espacio público**, lugar donde las mujeres del Movimiento se insertarán, e insertan su lenguaje con características propias. Es en el **espacio público**, concebido como espacio simbólico, donde diversos públicos, emisores se juntan para formular una “opinión pública”²³, transmitida a través de los medios de comunicación.

En este proceso se incorporan al discurso feminista los ejes temáticos de **democracia y ciudadanía**²⁴, como un reflejo del ampliar los márgenes de la democracia con un ejercicio pleno de sus derechos como ciudadanas de primer orden.

Irene León, socióloga ecuatoriana y Directora del área de mujeres de América Latina en Movimiento (ALAI), al respecto plantea lo siguiente:

“El incremento de los procesos de exclusión social plantea el desarrollo de una **nueva concepción democrática** que encare en su forma y contenidos, las transformaciones resultantes de la globalización, del avance científico, de la técnica y de la comunicación; y que encamine propuestas de ciudadanía acordes con los desafíos de la época.”²⁵

En el marco de la globalización y la revolución tecnológica en el campo de las comunicaciones, pero también de una creciente pobreza y exclusión

²³ Wolton Dominique. Op.cit. p. 382.

²⁴ Más información en: http://alainet.org/active/show_text.php3?key=748, página de Internet donde se desarrollan los conceptos de democracia y ciudadanía dentro del Movimiento Feminista.

²⁵ León, Irene. “Ciudadanas para una Nueva Era”. Más información en la siguiente dirección: http://alainet.org/mujeres/show_textmuj_es.php3?key=748

producto de las políticas económicas neoliberales, plantea nuevos desafíos, que deben reflejarse en el debate público:

“En ese contexto, el movimiento de mujeres ha priorizado en su agenda el desarrollo de propuestas de ampliación y/o reconceptualización del término **ciudadanía**, que contemple elementos reales para la participación social y la creación de nuevas modalidades de democracia.”²⁶

La ciudadanía, en este contexto implica la vigencia de los derechos, principalmente para los sectores poblacionales tradicionalmente excluidos como es el caso de las mujeres. Tratar de salvar las brechas de inequidad que las afectan demanda la implementación de acciones afirmativas²⁷; acciones que llevan a la creación de nuevas instancias, que puedan garantizar la igualdad.²⁸

Los conceptos de democracia y la ciudadanía incluyen otros que serán ejes fundamentales dentro de la propuesta del Feminismo a ser reflejados en el medio radial: la lucha para eliminar la violencia, para acceder al ejercicio pleno de los derechos sexuales y reproductivos, y la búsqueda de mecanismos legales que garanticen plenamente y al más alto nivel los derechos de las mujeres. Estos ejes configuran una agenda de género que marca la presencia del Movimiento en los medios de comunicación, y específicamente en el medio radial a analizar.

²⁶ Ibid.

²⁷ Estrategias destinadas a la igualdad de oportunidades por medio de unas medidas que permiten contrastar o corregir aquellas discriminaciones que son el resultado de prácticas o sistemas sociales. Su finalidad es poner en marcha programas concretos para promocionar a las mujeres ventajas concretas. Más información en Barreiro Line. Las cuotas mínimas de participación de las mujeres: un mecanismo de acción afirmativa. Citado en: Alfaro, María Cecilia “Develando el Género: Elementos conceptuales básicos para entender la equidad”. Op. cit. p. 26

²⁸ El Gobierno Peruano añade ciertas disposiciones después de realizada la Plataforma de Acción de Mujeres realizada en la IV Conferencia de la Mujer en Beijing. Estas acciones se traducen en la creación del Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social, la Defensoría Especializada en los Derechos de la Mujer, Comisiones de la Mujer en el Legislativo y los Gobiernos Locales. Asimismo normas., como la Ley de Cuotas, la aprobación del Plan de Igualdad de Oportunidades en el MIMDES.

1.1.3. Comunicación con Enfoque de Género en el Movimiento Feminista

Para el Feminismo, el concepto de Género es uno de los pilares dentro de su pensamiento, *una categoría central de la teoría feminista*²⁹. La esencia de los estudios feministas estriba en demostrar que “la construcción y el significado de la diferenciación sexual constituyen principios organizadores fundamentales y ejes del poder social”.³⁰

El concepto de género contribuye a que los temas concernientes a la inequidad de la mujer ganen un espacio dentro de las ciencias sociales. Así lo considera la periodista y feminista Maruja Barrig:

“Finalmente irrumpió en el escenario el **concepto de género**. Ubicar los estudios de la mujer desde una **perspectiva de género** les dio a los primeros una cobertura más amable, menos amenazante para los colegas hombres y nos abrió en algunos países de América Latina, la posibilidad de institucionalizar aquello que durante años había permanecido marginal y exiliado del mundo académico...”³¹

Se vincula los estudios de problemática de la mujer, desde una “perspectiva de género³²” como una de las estrategias mejor concebidas para apelar a la objetividad y al enriquecimiento de sus postulados en diferentes acciones dentro de la sociedad. La perspectiva de género implica reconocer que una cosa es la diferencia sexual y otra cosa son las atribuciones, ideas, representaciones y prescripciones sociales que se construyen tomando como referencia esa diferencia sexual³³. De esta manera se va configurando una alternativa diferente dentro del proceso de la comunicación de masas que incluye a las mujeres.

²⁹ Luna, Lola G. La Historia Feminista del Género y la Cuestión del Sujeto. En *Creatividad Feminista*: http://www.creatividadfeminista.org/articulos/fem_2003_lolaluna.htm.

³⁰ McDowell, Linda. “Género, Identidad y Lugar”. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia. *Feminismos*. p. 215

³¹ Barrig, Maruja. “Otras pieles: Género, Historia y Cultura”. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, 1995. 160 páginas.

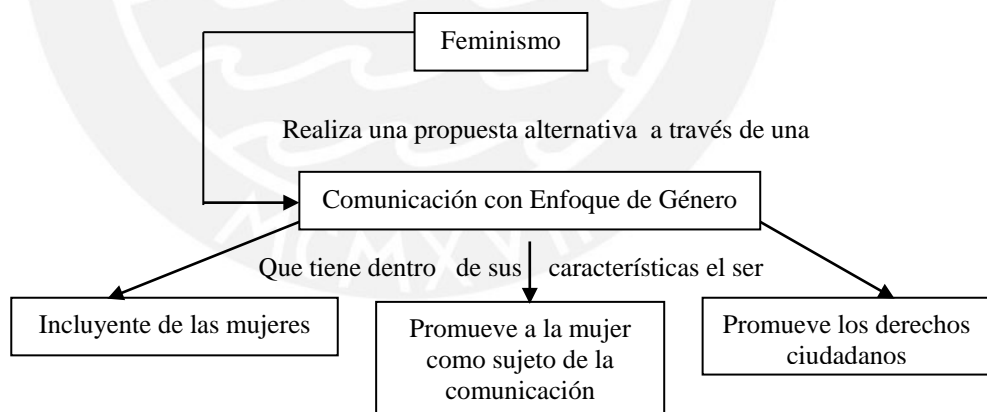
³² Scott, Joan. *Gender and the Politics of History*. 1988. En: McDowell, Linda. “Género, Identidad y Lugar”. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia. *Feminismos*. 2000.

³³ Lamas, Martha. “La Perspectiva de Género”. Artículo publicado en la Enciclopedia Wikipendia de Internet. En: <http://es.wikipedia.org/wiki/Feminismo>.

Sally Burch, Secretaria Ejecutiva del ALAI, América Latina en Movimiento, y activa militante feminista, habla sobre las propuestas comunicacionales nacidas del feminismo y cómo el movimiento de mujeres evalúa el papel que los medios deben cumplir para poder lograr sus objetivos comunes:

El conjunto de estas propuestas se agrupa bajo el concepto de “comunicación con enfoque de género”: o sea, una comunicación que sea incluyente de las mujeres y las considere como sujetos antes que como objetos de la comunicación (...)En un primer nivel, los planteamientos tienen que ver con los derechos ciudadanos(...)A los medios de difusión se les interpela a asegurar un mayor equilibrio de género en la cobertura informativa, en los espacios concedidos a líderes de opinión.(..)Otro nivel de propuesta corresponde ya a la capacidad comunicativa del Movimiento de mujeres de contemplar acciones que lleven a lograr el acceso de las organizaciones a canales públicos para expresar y promover sus planteamientos: el aprovechamiento de nuevos espacios comunicacionales como Internet; la creación de redes de intercambio para fortalecer el movimiento; y la consolidación de las iniciativas innovadoras de comunicación con enfoque de género entre otros aspectos...³⁴

Lo expresado por Burch da la pauta para entender los principales rasgos de la propuesta de comunicación feminista, que resumimos de la siguiente manera:

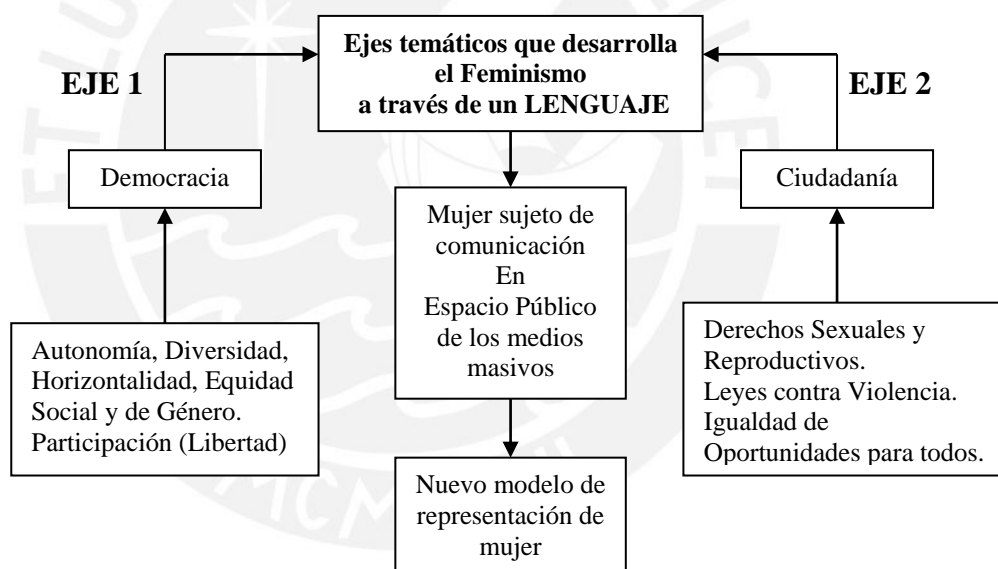


Dentro de lo señalado, se puede recalcar la importancia que se le da al hecho de propugnar a la mujer **“sujeto” de la comunicación**, *como un ser autónomo, protagónico, con capacidades y calidades de realizar acciones*

³⁴ Burch, Sally. “Comunicación de Género”. Artículo publicado en el Servicio Informativo ALAI 248-249. En http://alainet.org/active/show_text.php3?key=408

*concretas por sí misma*³⁵. Se trata básicamente de afirmar la ciudadanía de las mujeres a través de su visibilización de la misma en los medios, como ciudadana activa, portadora de derechos.

La perspectiva de la “*mujer sujeto*”³⁶ de la comunicación” refiere directamente a la propuesta de una comunicación con enfoque o perspectiva de género impulsada desde el feminismo que involucra la exposición de las diferentes ideas y propuestas, pero sobre todo, la divulgación de un modelo de mujer diferente al que la sociedad está acostumbrada: un ser pasivo, objeto de la comunicación más que protagonista de la misma. El planteamiento de la mujer sujeto de la comunicación se vincula a los ejes temáticos priorizados por el discurso feminista, tal como vemos en el siguiente esquema:



Este esquema muestra los conceptos desarrollados con anterioridad agrupados en los dos ejes principales que prioriza el Feminismo: la democracia y la ciudadanía. A través de estos ejes temáticos, desarrollados a través de un lenguaje en el que la mujer se inserta como sujeto de

³⁵ Vocabulario referido a Género. Op. Cit.

³⁶ Para mayor información, consultar a McDowell, Linda: “Género, Identidad y Lugar”. Ediciones Cátedra. Universidad de Valencia. Instituto de la Mujer, año 2000. Pp 150 – 285.

comunicación en el espacio público, el Movimiento Feminista apunta a desarrollar un nuevo modelo de representación de la mujer.

Las propuestas feministas frente a la comunicación fueron respaldadas por la IV Conferencia de la Mujer impulsada por Naciones Unidas y realizada en Setiembre de 1995 en Beijing, China. La Plataforma de Acción Mundial³⁷ se centró en la comunicación, como una esfera que debe ser atendida con prioridad. Se propone a la mujer como sujeto de la información, pues no se la toma en consideración ni como fuente, ni objeto ni sujeto relevante de la misma.³⁸

En la Conferencia de Beijing se pidió que se potenciara el papel de la mujer mejorando sus conocimientos teóricos y prácticos y su acceso a la tecnología de la información, lo que aumentaría su capacidad de luchar contra las imágenes negativas que de ella se ofrecen. Además, se destacó la necesidad de que las mujeres intervinieran en la adopción de decisiones que afectarían al desarrollo de las nuevas tecnologías, a fin de participar plenamente en su expansión y en el control de su influencia.³⁹

Este primer acercamiento a la comunicación con una perspectiva o enfoque de género, propugnando a la mujer sujeto de la información, constituye una manera de ir compactando las diferentes propuestas que el movimiento de mujeres ha ido realizando desde el siglo XIX. Propuestas que se han visto modificadas y complementadas a lo largo de los años. Recordemos a las pioneras con sus reclamos por la educación y la inserción en áreas como la literatura y el periodismo, luchando por formar parte del ámbito cultural de su sociedad, lo que involucraba su inserción en espacios de comunicación

³⁷ Instrumento suscrito por los países participantes en Beijing (entre ellos el Perú), que contiene propuestas de políticas de equidad en diferentes esferas, que los gobiernos firmantes se comprometieron a poner en prácticas para eliminar las brechas de género.

³⁸ Alfaro Rosa María y Pinilla, Helena. "Mujeres en los Medios. ¿Presencia o Protagonismo?". ACS Calandria. 1998. p. 35.

³⁹ Fragmentos de la IV Conferencia de Mujer Celebrada en Beijing, China, en Setiembre de 1995. En: "Mujer y Comunicación: Acuerdos para un cambio necesario" Resultados de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer. 1996. Documento desarrollado por Colectivo Radial Feminista. Sin número de páginas.

solamente separados o utilizados por los hombres ilustrados o cultos de esa época.

Los cambios realizados a lo largo de los años han cimentado las bases del actual movimiento feminista, en el que se incorporan los elementos tales como democracia, ciudadanía, espacio público, derechos ciudadanos, lenguaje feminista, entre otros que debemos de tomar en cuenta para el análisis a profundidad que se realizará en el capítulo 4.

1.1.4. Búsqueda de espacios en los medios masivos de comunicación.

La cuestión de la mujer dentro de los medios de comunicación no había sido suficientemente tomada en cuenta por el conjunto del Movimiento Feminista a pesar del accionar de las mujeres pioneras en la búsqueda de posicionamiento en el espacio público. Pero, a fines del milenio pasado, surge una creciente preocupación por el rol de los medios de comunicación en la sensibilización de la opinión pública sobre las demandas de la mujer. Narda Henríquez, socióloga de la Pontificia Universidad Católica del Perú comenta al respecto:

“El mundo de los medios de comunicación es el otro escenario que no hemos tomado en cuenta con la urgencia que se nos plantea ahora para el nuevo milenio (..) Tenemos que ver cómo levantamos una agenda que combine diferentes puntos al mismo tiempo, que tenga capacidad de darle una visibilidad a la propuesta feminista...”⁴⁰

Se habla de los medios de comunicación como “**el otro escenario**”, como el espacio público – político donde se debe hacer un llamado para la resolución de los reclamos de las mujeres y plantear sus propuestas. Se trata de afirmar la visibilización de la mujer a través de los medios, lo que se traduce en una propuesta comunicacional, en la que confluyen corrientes como el periodismo cívico, un periodismo que se realiza a través de una agenda social ciudadana, inclusiva y de género, que apela a compenetrarse dentro del

⁴⁰ Henríquez Narda y Barrig Maruja. “Al rescate de la Utopía”. Ediciones Flora Tristán. Agosto 2000.p.35

espacio público – político que se forma a través de los medios de comunicación.

1.1.4.1. Comunicación Alternativa

En principio, la búsqueda de espacios por parte de las comunicadoras feministas se circunscribe a la prensa escrita, medio que brinda espacio a través de la publicación de artículos.

Paralelamente, algunas organizaciones feministas editan sus propios medios de expresión, desde los cuáles pretenden posicionar sus planteamientos. Tenemos como ejemplo las revistas *Viva*, de Flora Tristán; *La Tortuga*, de Armelda Testino; *Manuela*, de Manuela Ramos; *Las Capullanas*, que se catalogan dentro de la llamada *Comunicación alternativa*: es decir, surgen como iniciativas feministas, que pese a no ser masivos representan propuestas de comunicación con perspectiva de género.⁴¹

Estas experiencias al ir creciendo y transformándose, presentan ciertas estrategias para la realización de sus discursos. Una de las estrategias nacientes es la del periodismo cívico y democrático, que posteriormente será vinculada a los programas de corte feminista radiofónicos. El Periodismo Cívico como estrategia se presenta de manera fundamental dentro del programa objeto de estudio de la presente investigación, por lo que creemos importante el conocer de qué trata esta estrategia, cuáles son sus características principales y cuáles son las formas de aplicarlo.

1.1.4.2. Periodismo Cívico y el desarrollo de una Agenda ciudadana.

Concepto

El *periodismo cívico* es una rama del periodismo, a la que apelan también comunicadoras feministas, que buscan incorporar los derechos de las mujeres en la formulación de una agenda pública ciudadana y a la construcción del

⁴¹ Afirmaciones recogidas de entrevista realizada a Rosa Cisneros, jefa de prensa de Milenia Radio. Lima, 17 de Junio, 2004.

interés público. La esfera de lo público para este tipo de periodismo es concebida como un espacio de lo común,⁴² de lo compartido. En este sentido, los medios de comunicación son entendidos como “escenarios para el debate”⁴³.

El punto de partida que asume el periodismo cívico invita a cambiar de perspectiva para entender el ejercicio profesional. Se trata, en términos generales, de ponerla al servicio de la **construcción democrática de la ciudad**,⁴⁴ es decir, promover un proceso comunicacional sumamente participativo en el que no sólo se enriquezca la cultura política y la formación ciudadana sino que también se aporte a la solución de problemáticas urbanas.

Características Principales

El periodismo cívico plantea fortalecer el espacio público construyendo una “**agenda ciudadana**”, de manera que los temas, problemas e ideas de interés ciudadano sean tomados en cuenta en la discusión pública y en la posterior toma de decisiones políticas.

El periodismo cívico tiene un **doble carácter: Uno educativo**, porque permite que las personas aprendan a participar con sentido propositivo (se le pide ideas, no sólo denuncias o quejas). Es un tipo de participación cualitativamente distinto al que eventualmente vemos en los medios y que procura mejorar la cultura cívica, ciudadana. El otro es de carácter **político**, porque visibiliza a los ciudadanos frente a las autoridades. Posibilita que la opinión de la gente se haga pública, permite que esta adquiera cierta capacidad de presión, cierto poder de influencia, de presencia en los espacios de decisión. Y esto es importante porque contribuye a democratizar las

⁴² Millares Castellares, Ana María. “Voces Ciudadanas. Una idea de Periodismo Público”. Grupo de Investigación en Comunicación Urbana. Universidad Pontificia Bolivariana. Primera Edición. Medellín. Colombia, 2000. pp 15 – 85.

⁴³ Op cit, p. 44

⁴⁴ Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. La Pizarra, Revista de Comunicación Práctica. Una Publicación de Calandria. Año 8, Número 35. Setiembre 2000.

decisiones, a pluralizar el ejercicio del poder así como a fortalecer a las instituciones.

Para las feministas, el desarrollo de un periodismo cívico avanza hacia levantar una agenda pública democrática en sus procedimientos y contenidos, mediante el debate abierto, preocupándose de igual forma por la calidad del debate que se vaya a realizar, a través del desarrollo de la agenda que se levanta.

El *desarrollo de una agenda* en este nivel se refiere a la construcción de informaciones que lleguen a la población con una perspectiva de género. Involucra también que se de relevancia a temas vinculados a los derechos de la mujer y en general a todo lo referido a desarrollo humano, levantando una serie de informaciones que planteen temas de la coyuntura nacional e internacional, que no son dados a conocer porque en los estándares de la actual oferta de los medios de comunicación, no son de “actualidad”,⁴⁵ ni tienen suficiente “atractivo” para el consumo de los medios desde un punto vista comercial.

La agenda que se quiere plantear estará directamente vinculada con los ejes temáticos del movimiento, porque de esta manera se realiza una conexión interesante y congruente entre las propuestas y líneas de acción del movimiento con una apuesta por un desarrollo social con equidad en todos los sentidos.. En esta propuesta se inserta directamente la programación de Milenia Radio, y específicamente, el programa “En Contacto” a analizar.

Metodología para el reconocimiento del Periodismo Cívico

Para el desarrollo de una agenda con las características propias del periodismo cívico mencionadas, se plantean 8 pasos al interior de los medios

⁴⁵ Esta afirmación se debe a que los comunicadores funcionan bajo cabezas que finalmente proponen lo que se hace o no se hace en el medio, y es por este motivo que no existe la importancia sobre la problemática del tema de los derechos de la mujer por considerar que es una pérdida de tiempo o no ser tema relevante para el medio de comunicación.

de comunicación, que presentamos de manera concisa para posteriormente delimitar cuáles de los siguientes pasos son importantes considerar dentro de nuestra investigación.

PRIMERO: No escribir hasta haber respondido: ¿dónde está lo público en esta nota?

Lo público es distinto de lo publicable. En las diferentes secciones de los medios la selección de los temas a trabajar debe reventar sin más esperas el esquema de las fuentes. El periodismo no debe cubrir fuentes, sino temas, informar sobre temas, o lo que es más importante, informar sobre asuntos.

SEGUNDO: Entrevistas en profundidad con los ciudadanos.

Se trata de adelantar una conversación con alguien para explorar, como lo hace la historia de vida, en su pasado, en la génesis de sus opiniones actuales. Nada hay más interesante que dedicarle tiempo a la gente y ser testigos de cómo va surgiendo la voz ciudadana.

TERCERO: Formando paneles de ciudadanos

Puede ser un grupo de 10 personas, mitad hombres y mitad mujeres, de todas las edades y condiciones socioeconómicas, así como de niveles educativos. La idea es que los medios de comunicación trabajen semanalmente o mensualmente con los ciudadanos para determinar los temas de interés y los enfoques apropiados para una determinada sección. Es una discusión sumamente enriquecedora: finalmente, los periodistas se deciden a hablar de su trabajo con los ciudadanos a los que diariamente se dirigen.

CUARTO: Grupos de discusión o conversaciones ciudadanas

Se trata de una entrevista colectiva. Por ello es importante el moderador entrevistador. Debe ser una persona que conozca bien el tema de discusión. La idea con las conversaciones ciudadanas es que entre los participantes vayan emergiendo los puntos de vista, que se recorran los caminos de la memoria y que en últimas construyan ellos mismos su posición de grupo.

QUINTO: Operación suela de zapatos

Busca que los periodistas observen más la realidad, que recorran las calles hasta gastar las suelas de sus zapatos, que se dejen sorprender un poco por el vértigo y las situaciones de la vida de la ciudad. Pocos profesionales pueden darse además el gusto de tener un cargo que les permita caminar al aire libre, conocer nuevas personas , hacer descubrimientos y que además les paguen por eso.

SEXTO: Foro mediático

Hacer en primer lugar investigación. El paso siguiente es hacer el framing o enmarcamiento del asunto con los siguientes elementos: determinar lo problemático, a quiénes afecta y dedicarse a investigar lo que dicen los afectados.

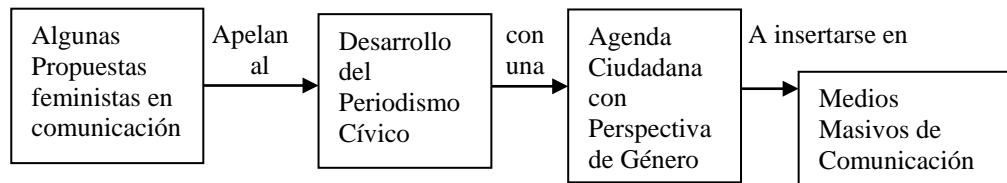
SEPTIMO: Mapa Cívico: Compromete al periodista al establecimiento de conexiones entre los protagonistas. Se trata de determinar igualmente sectores y personas que tienen relación con un tema de interés público. Aquí se busca a quienes estén haciendo algo: se relata con detalles qué se hace, se ofrecen informaciones prácticas como contactos, teléfonos, horarios, publicaciones y demás sistemas que puedan favorecer las conexiones entre los protagonistas para que el periodismo sirva como catalizador, como puente entre quiénes hacen la diferencia.

OCTAVO: Búsqueda de lugares sociales

Se trata realmente de enfocar las notas periodísticas desde los puntos de vista de los ciudadanos, pero no entendidos como individuos sino como representativos de otros ciudadanos que comparten con él unas características similares: nivel educativo, tipo empleo, género, edad, etc.

Estos ocho pasos se vinculan a una comunicación que se desarrolla a través del periodismo cívico, como una vía donde se demuestra que es viable el enfoque de género con productos comunicativos atractivos, de impacto en la

audiencia, siendo necesario reforzar los procesos de conocimiento en el tema de profesionales de la comunicación, hombres y mujeres, pues la cuestión de género involucra a ambos sexos.⁴⁶ Tendríamos entonces el siguiente esquema:



Las propuestas feministas desarrolladas a través de los ejes vistos vinculan al desarrollo de una agenda que, realizada a través del periodismo cívico, se inserta en la radio. En el caso de la radio, lo que se quiere es reconocer y promover las numerosas iniciativas radiofónicas que ya existen, que se vinculan a un periodismo de género, y multiplicar y potenciar esas posibilidades, a fin de que los mensajes sobre la situación real de las mujeres lleguen a mayores destinatarias/os, a través de su vinculación con los medios de comunicación.

Se busca la inserción del espacio privado dentro del espacio público radial, y es ésta búsqueda la que seguidamente delimitamos, luego de haber presentado al periodismo cívico como una de las estrategias utilizadas por las mujeres del movimiento feminista en su propuesta dentro de los medios de comunicación.

1.1.4.3. Búsqueda del espacio público en Radio.

Es necesario entender hasta este punto cómo concibe el grupo de feministas el proceso de los medios a las mediaciones, a través de lo que hemos denominado el salto del espacio privado al espacio público.

⁴⁶ Más información en http://www.cip.cu/webcip/eventos/serv_espec/comunicacion/mujer/antecedentes/iii_decl-enc.html#arriba. Página referida a servicios de comunicación para la mujer.

Los medios de comunicación se sitúan en el campo de las mediaciones,⁴⁷ constituyéndose como parte de un proceso de transformación cultural. Sin embargo, podemos observar que en la actualidad, los medios de comunicación transforman lo privado en elementos de sensacionalismo para atraer titulares de periódicos o un mayor rating de sintonía televisiva, creando un metalenguaje comunicacional que va más allá de las palabras⁴⁸. Este tipo de mediación se vuelve negativa porque los medios no cumplen la función de establecer un proceso de transformación en progreso de la sociedad y la cultura, función importante en los procesos de las mediaciones.

A partir de los años 60, se produce un proceso de transformación dentro de la radio, medio importante al que grupos feministas apelarán para la formación de sus diferentes discursos. La propuesta de la radio simplemente instrumental o de compañía fue dejada de lado⁴⁹. La radio responde explotando el lado “popular,”⁵⁰ las maneras como trabajar la adhesión y el sistema de interpelaciones a las que se recurre, instituyéndose de esta forma una mediación inscrita dentro de un proyecto educativo⁵¹.

Este tipo de mediación positiva de la radio es tomada como una estrategia fundamental dentro de los grupos feministas, que se traduce en una identificación de las oyentes de su medio privado dialogado en un medio público.

El espacio público es concebido por parte de los grupos feministas dentro de una mediación positiva. Y es a partir de esta directiva en que buscarán los espacios necesarios y desarrollarán sus discursos. La radio es el medio donde,

⁴⁷ Martín Barbero, Jesús. “De los medios a las mediaciones”. Ediciones Gustavo Gili. Quinta Edición. Santa Fé de Bogotá, Noviembre de 1998. Pág. 191.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Alfaro, Rosa María y otros. “Culturas de masas y cultura popular en la Radio Peruana” Asociación de Comunicadores sociales Calandria. (ACS). Tarea. Lima, 1990. Pág. 23.

⁵⁰ Martín Barbero, Jesús. Op, cit. pág. 249.

⁵¹ Ibid.

después de la prensa, enfocarán sus objetivos y su búsqueda por la difusión de sus diferentes postulados.

1.2. Presencia de la Mujer en la Radio

Hemos realizado un acercamiento a la propuesta discursiva y comunicacional del Movimiento Feminista. Ahora nos enfocamos en la presencia de las mujeres en la radio, en la medida que el propósito directo de nuestra investigación está centrado en el discurso que se realiza desde este medio masivo de comunicación.

1.2.1. La radio: Breve Cronología

La radio nace como elemento puramente comercial⁵² destinado al lucro, alrededor del término de la primera guerra mundial (1919)⁵³. Sólo en la entonces Unión Soviética se incide en su uso político, por las circunstancias históricas particulares que vivía el país. Posteriormente los empresarios de Estados Unidos la proclaman como un instrumento destinado a entretener, instruir y “educar”.⁵⁴ Este último aspecto es el que convierte a este medio en interesante para algunos emisores, con un tipo específico de discurso.

En 1925 ocurrió un acontecimiento importante en nuestro país, que coincide con la aparición de la segunda generación de feministas. Este hecho fue la inauguración de la estación OAX (Peruvian Broadcasting Company), emisora nacida en pleno Gobierno de Augusto B. Leguía⁵⁵. El Perú adquiere equipos para la “telegrafía sin hilos”, como se llamaba en un inicio a la radio y la radiodifusión. En un primer momento fueron personas aficionadas las que se dedicaron a la radiodifusión, algunos de ellos eran jóvenes periodistas que se

⁵² Gargurevich, Juan. “Prensa, Radio, TV: Historia Crítica”. Lima – Perú. Marzo 1987. Editorial Horizonte. pp. 160 – 200.

⁵³ Gargurevich. Op. cit, p. 160.

⁵⁴ Gargurevich. Op. cit, p. 160.

⁵⁵ Gargurevich, Juan. “La Peruvian Broadcasting Co. Historia de la Radio I”. Lima: Setiembre de 1995. Cuadernos La Voz – Ediciones. Serie: Comunicación. pp 60 - 65

hacían llamar “radioaficionados”, quienes fueron los primeros en conocer y difundir este nuevo medio y la amplitud de sus usos.

El 20 de junio de 1936 fue celebrado por primera vez el “Día de la Radio”, por iniciativa de la locutora y periodista Rosa Hernando⁵⁶. Ella fue la primera de las mujeres en participar en este importante medio de difusión, ejemplo que seguirán otras mujeres en años posteriores.

Al término de la década de 1940 tenemos en la capital ya un numeroso grupo de emisoras tales como Radio Miraflores, Radio Grellaurd, Radio Alegría (a la que en 1969 se le conocerá como la actual Radio Programas del Perú), Radio América, Radio Goicochea, entre otras. En 1947 se promulgó el Reglamento General de las Telecomunicaciones. A partir de esta fecha la radiodifusión deja de ser solamente de grandes accionistas, permitiendo de esta manera su crecimiento. Con una nueva modificación del reglamento⁵⁷ se introduce nuevas terminologías y conceptos: radiodifusión estatal, comercial y cultural.

Es dentro este último aspecto donde se inserta parte de las propuestas del Movimiento Feminista, sin dejar de lado el entretenimiento, pero siempre apostando por una radio que eduque y sirva de referente para las mujeres que no tienen acceso a otro tipo de medios de comunicación.

1.2.2. Algunas características básicas de la radio.

En el Perú hay 1,277 estaciones de radio, 712 de frecuencia modulada, 48 de onda media y 137 de onda corta. En algunas ciudades del país, más del 90 por

⁵⁶ Citado en: Alegría, Alonso “OAX Crónica de la radio en el Perú” Radioprogramas Editores. Segunda Edición. Lima, Perú. 1993. pp 26- 95.

⁵⁷ Realizado el 12 de Enero de 1957 por el presidente Manuel Prado.

ciento de los habitantes tiene un receptor de radio y aún en el campo es un medio de comunicación extendida.⁵⁸

En relación con otros medios de comunicación, la radio⁵⁹ genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y el receptor se ven sin ser vistos, se perciben espacios sin ser vistos. Muchas veces se ha dicho que la radio es un medio “ciego”, pero provisto de mucho color.

La radio es concebida como un espacio de mediaciones sociales,⁶⁰ lo que marca una concepción ya sea instrumental,⁶¹ o de práctica significativa, que desarrollaremos en el ítem dedicado a las perspectivas de la radiodifusión.

La comunicación radiofónica posee por tanto las siguientes características principales:

- *Rapidez:* La transmisión del mensaje es simultáneo a la recepción.
- *Economía:* El coste mensaje oyente es más barato cuanto mayor sea la difusión.
- *Amplitud de cobertura:* Teóricamente una sola emisora podría cubrir todo el mundo.
- *Fugacidad:* El mensaje dura en tanto se encuentre en antena, es decir, sea transmitido⁶².

⁵⁸ Informe presentado en el trabajo de investigación en: Portugal Bernedo, Franz “La Agenda Política en La Radio. Un Estudio de los Noticieros y Programas Políticos de las Radios de Lima”. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, 2000. Pág. 3

<http://www.unmsm.edu.pe/letras/comunicacion/revista/investigacion.htm>

⁵⁹ Para mayor información revisar los siguientes documentos: <http://iris.cnice.mecd.es/media/radio/bloque1/pag2.html>; Armand Balsebre “El Lenguaje Radiofónico”, en <http://perio.unip.edu.pe.ar/paginaderadio/linkprincipal/bibliografia/armandbalsebre.doc>; y La Agenda Setting en la radio, en <http://www.unmsm.edu.pe/letras/comunicacion/revista/investigacion.htm>

⁶⁰ Gogin Sias, Gina. “Presencia religiosa en las radios limeñas”. Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima. Lima, 1997. p.122.

⁶¹ Mata, María Cristina. “La radio, una relación comunicativa”. En Diálogos de la Comunicación” N°35. Revista de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Lima, marzo 1993.

⁶² Características adaptadas y tomadas en: Muñoz, José Javier y Gil Covarrubia, Cesar. “La Radio: teoría y práctica” Instituto Oficial de Radiotelevisión española (IORTV). Segunda Edición. Madrid, España. 1997. Pág. 23

La capacidad de generar imágenes mentales en los oyentes es, sin duda, la principal especificidad de la radio como medio de comunicación, aunque también se le han atribuido otras propiedades como la inmediatez, la heterogeneidad de su audiencia, su accesibilidad o la credibilidad de sus mensajes. Esta heterogeneidad permite que la mujer pueda acceder entonces a ser parte como oyente de los diferentes tipos de discursos y posteriormente, como emisora. La radio, además, es barata y técnicamente sencilla, facilitando de esta manera su acceso y su comprensión.

Rosa María Alfaro, comunicadora social, autora de muchas obras, artículos y ensayos en lo que a materia radial se refiere, dice lo siguiente:

La radio representa uno de los universos más ricos y poco estudiados en los últimos tiempos (...)El paulatino cambio en materia de programación, temáticas y públicos ha llevado a la radio a reestructurarse internamente en las propuestas de los emisores hacia los oyentes receptores.⁶³

Actualmente, la radio, pese a los avances que han experimentado otros medios gracias a las nuevas tecnologías, sigue siendo la más rápida e instantánea, sobre todo a la hora de transmitir acontecimientos de última hora. Por este motivo se convierte en el medio que cautiva tanto a hombres como mujeres, y en especial a éstas últimas que ven en la radio las posibilidades de acceder a espacios de información y entretenimiento. En su calidad de emisoras, las organizaciones de mujeres, como el Colectivo Radial Feminista, a través de Milenia Radio, pueden llegar a todo tipo de públicos con sus análisis y propuestas alternativas.

La radio es el medio que tradicionalmente ha generado una gran confianza entre sus seguidores, posiblemente porque la mayoría de los locutores se dirigen a ellos de tu a tu, ya que se genera un contacto directo con ellos. Se puede decir que existe un cierto halo de amistad y afectividad que difícilmente se puede establecer en los otros medios audiovisuales. Por esas

⁶³ Alfaro, Rosa María. “La radio ciudadana del Futuro”, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima, 1999.pp. 15 – 95.

características la radio tiene un especial atractivo para las mujeres, tanto en su rol de receptoras, como de generadoras de discursos de acuerdo a sus intereses específicos, como es el caso de las mujeres de Organizaciones No Gubernamentales pertenecientes al Movimiento Feminista.

La radio es un medio exclusivamente sonoro, y en la percepción de sus mensajes sólo participa uno de los cinco sentidos: el oído, convirtiéndolo así, en palabras de Michel Chion⁶⁴, en un medio acusmático. Sin embargo, a través de la palabra y del sonido, suscita imágenes que la audiencia evoca y decodifica.

Dentro del lenguaje radiofónico, hay cuatro elementos con los que se trabaja: *la voz* (lenguaje de los humanos), *la música* (lenguaje de las sensaciones), *los efectos sonoros* (el lenguaje de las cosas) y *el silencio*.⁶⁵ Rudolf Arheim al respecto dice lo siguiente:

“la radio está en posesión no sólo del mayor estímulo que conoce el hombre para los sentidos, la música, la armonía y el ritmo, sino que al mismo tiempo es capaz de dar una descripción de la realidad por medio de ruidos y con el más amplio y abstracto medio de divulgación del que es dueño el hombre: la palabra.”⁶⁶

De acuerdo al párrafo citado, se apela a la palabra para elaborar un discurso determinado, pero se requiere emplear los otros elementos del lenguaje radiofónico para crear un mensaje de mayor impacto. Y es debido a los componentes del lenguaje radiofónico que se insertan en el medio diferentes propuestas, basadas en los elementos de dicho lenguaje.

Para nuestro estudio, la palabra se convierte en uno de los elementos fundamentales, pues analizaremos un programa informativo – dialogado.⁶⁷

⁶⁴ Chion, Michel. “La Audiovisión: Introducción al análisis en conjunto de la imagen y el sonido”. Barcelona: Paidós. 1993. Serie Paidós Comunicación Número 53. 206 páginas.

⁶⁵ Es importante aquí la mención de los elementos que van a estar presentes en la radio porque luego se hará referencia a ellos en los análisis de los programas posteriores.

⁶⁶ Arheim, Rudolf. “Estética Radiofónica”. Barcelona, Gustavo Gil Editores. p.16 1980. En: Balsebre, Armand. “El lenguaje Radiofónico”. Madrid: Cátedra 1994. Serie Signo e Imagen. 250 páginas

⁶⁷ Género en que se inserta el programa a analizar, delimitado así por las realizadoras del mismo.

Por ello, es necesario mencionar algunas características de los elementos del lenguaje radiofónico, tales como la palabra, la música y los efectos sonoros, que interactúan junto con la palabra, en el discurso radial.

La palabra

La palabra radiofónica se convierte en el elemento principal dentro del discurso radiofónico, en una fuente evocadora de experiencias sensoriales más complejas⁶⁸. De acuerdo a ello, presenta características propias vinculadas a un estilo de locución, principalmente por parte de la conductora o conductores de un determinado espacio radial. El carácter expresivo de la palabra radiofónica se da a través de cuatro factores: timbre, volumen, intervalo y ritmo.

Para nuestro estudio, el timbre de voz, entendido como la intensidad de la voz, es la manera de cómo ésta llega al público oyente.⁶⁹ El ritmo de la voz es entendido como la pronunciación correcta, separadas por intervalos adecuados, que permiten respetar el lenguaje verbal, evitando las muletillas en el hablar, desarrollando un discurso fluido.

La música

La música en radio es música radiofónica, con un valor y uso comunicativo expresivamente radiofónico. A través del ritmo, la melodía y la armonía estructura básicamente su mensaje.⁷⁰

El mensaje radiofónico resultante de la combinación de la palabra y la música adquiere una significación superior a la significación autónoma que por sí misma ya expresan la música y la palabra radiofónicas.

⁶⁸ Balsebre, Armand. "El lenguaje Radiofónico". Madrid: Cátedra 1994. Serie Signo e Imagen. 250 páginas.

⁶⁹ Balsebre, Armand. Op. cit.

⁷⁰ Balsebre, Armand. Op.cit

Para el presente estudio, centramos nuestra atención en las funciones que la música cumple dentro del discurso radiofónico. Las dos primeras funciones son básicamente estéticas, mientras que las siguientes tienen funciones específicas dentro del discurso, y que se presentan a continuación:

- Función Expresiva: El movimiento afectivo de la música suscita en los oyentes un determinado clima emocional, creando así una determinada atmósfera sonora.
- Función Descriptiva: El movimiento espacial que denota la música describe un paisaje, ubica la escena de la acción.
- Función Sintáctico - Gramatical: Se utiliza principalmente para distribuir contenidos y secciones, tiene principalmente un carácter organizador. La música se presenta en diferentes tramos de corta duración, dentro de los cuáles los más significativos son los siguientes:

Sintonía: Fragmento musical entre 15 a 20 segundos, aparece siempre al inicio y fin del programa. Funciona identificando al programa, presentándose como el documento de identidad del programa. Juega un papel determinante porque va a despertar expectativas en el oyente. Por este motivo, la sintonía será buena si dichas expectativas se cumplen.

Ráfaga: Fragmento musical de 5 segundos de duración, marca una transición más corta y dinámica, por lo que se utiliza generalmente en los informativos radiofónicos.

- Función programática: Cuando la música se constituye en el elemento u objeto principal de la programación.
- Función descriptivo – ambiental: La música forma parte de la realidad “objetiva” del ambiente cuando su presencia está plenamente justificada, describiendo un lugar o espacio determinado.

- Función descriptivo – ubicativa: Se utiliza generalmente en los anuncios publicitarios. Traslada al oyente a un espacio concreto, ya que el oyente asocia la melodía con un determinado referente.

Estas seis funciones presentadas de la música se convertirán en elementos necesarios para entender posteriormente las características de la música dentro del discurso a desarrollar en nuestro objeto de investigación.

Los efectos

Los efectos se presentan como el conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y/o artificiales, que restituyen una realidad objetiva y subjetivamente, construyendo una imagen.

En nuestro estudio, se consideran las siguientes funciones de los efectos sonoros:

- Función Ambiental: Localiza la acción en un espacio visual o representa de manera autónoma un objeto de percepción visual.
- Función Narrativa: Descripción realista, suscitando una relación afectiva. Transmite estados de ánimo.
- Función Expresiva: Hace de nexo entre unidades espacio temporales.
- Función Ornamental: Pura estética.

Después de desarrollar los aspectos principales de los elementos que constituyen el lenguaje radiofónico, pasamos a desarrollar el punto referido a los géneros y formatos, importantes a delimitar para el posterior análisis del objeto de estudio.

1.2.3. Géneros y Formatos Radiales

Todo programa radial se sustenta en dos rubros principales para la realización de sus discursos: el género y los formatos. El género de un programa delimita las características principales de su desarrollo. María Cristina Mata,

investigadora y comunicadora social, aporta las siguientes afirmaciones sobre el género en radio:

“El Género es una estrategia comunicativa que implica ciertas reglas o leyes de producción, que da como resultado mensajes de diferente tipo. (...) Puede decirse que los géneros funcionan como verdaderos códigos comunicativos, en tanto posibilitan el intercambio y la comprensión entre emisores y receptores”⁷¹

Dentro del espectro radial, se presentan diversos géneros para establecer diferentes maneras de apelar a la audiencia. Los que se presentan de manera más recurrente son los siguientes: el musical, el participativo, el consultorio, los concursos y el informativo⁷². Para nuestro estudio, es relevante mencionar el género informativo, que apela fundamentalmente al uso de noticias o comentarios de actualidad. En nuestro objeto de estudio se presenta como informativo – dialogado, pues apela además a la realización de formatos principales que le otorgan dicha característica.

Los formatos son las formas precisas como se apela a los géneros. Es decir, un mismo género puede tener distintas formas de presentarse. Para nuestra investigación, delimitamos los siguientes formatos,⁷³ vinculados directamente al género informativo, que servirán de base para el posterior análisis a realizar:

- *La charla radiofónica*: Es entendida, en primer lugar como un discurso o monólogo. Puede ser expositiva cuando el enunciador trata de explicar o informar algo. Sin embargo existe otro tipo de charla con un carácter más creativo, en la medida en que no se preocupa tanto por exponer una idea, sino por despertar la atención e inquietud por parte de los oyentes hacia un determinado asunto.

⁷¹ Mata, María Cristina y Scarafia, Silvia. “Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico.” Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Quito, 1993. Pág. 28.

⁷² Gogin Sias, Gina. “Presencia religiosa en las radios limeñas”. Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima. Lima, 1997. p.113.

⁷³ Referencias tomadas de Gogin Sias, Gina. Op, cit. y de Kaplún, Mario. “Producción de programas de radio: el guión, la realización”. CIESPAL, 1976. 460 páginas

- *El comentario:* Es un formato dependiente en la medida que se emplea para reforzar, complementar, destacar, valorar o establecer ideas o contenidos ya vertidos.
- *La entrevista:* Es un formato en que interactúan por lo menos dos personas, una de ellas pregunta a la persona invitada y la otra persona presenta sus apreciaciones a los oyentes. Para el análisis a realizar, presentamos los diferentes tipos de entrevista desarrollados en el anexo 5.
- *El informe:* De larga o corta duración, de acuerdo a las necesidades del programa. Puede combinar datos estadísticos, pequeñas dramatizaciones, narraciones de acuerdo al tema a desarrollar. Sirve principalmente para “airear” o relajar el desarrollo de un programa con sólo charlas o comentarios de opinión.

El desarrollo de estos formatos nos permiten conocer cuáles son las características de programas con un género determinado, en este caso, el del género informativo.

Después de desarrollar algunas de las características básicas de los elementos de la radio, pasamos a analizar dos perspectivas importantes de la radiodifusión, que son tomadas en consideración por los grupos de mujeres que se insertan dentro de los discursos radiofónicos para la realización de sus programas.

1.2.4. Perspectivas de la radiodifusión

Consideramos importantes el conocer las perspectivas de cómo es entendida la radio y la manera de abordarla. Estas perspectivas fueron analizadas en un taller sobre Radio que realizó FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social) en Colombia, en noviembre de 1991.⁷⁴

⁷⁴ La Agenda Setting en la radio, en <http://www.unmsm.edu.pe/letras/comunicacion/revista/investigacion.htm>

- a. *La radio entendida como medio de difusión.* (Primer modelo teórico de abordarla). Vista como un canal de transmisión de mensajes que buscan objetivos definidos. Este modelo predominó en América Latina hasta mediados de 1970. Tras este modelo, existe otro, el informacional o instrumental, que venía gestándose desde 1940. Cobra mucha fuerza a partir de la teoría lingüística. Este modelo presenta dos tendencias:
- La estrictamente funcionalista: la radio como medio capaz de vehicular contenidos para cambiar actitudes.
 - La radio como medio de imposición: manipuladora, ligada al poder, vista como medio de dominación.
- b. *La radio vista como práctica significativa.* Pensada como un espacio en el cual diferentes actores ponen en juego diversas competencias, produciendo conjuntamente un sentido. En esta concepción, ya no se piensa en emisores activos y receptores pasivos, sino que ambos actores adquieren un status productivo. Se considera además que el sentido es un producto de una labor comunicativa, de una interacción entre ambos sujetos activos, que si bien están situados en diferentes roles, lugares, posiciones de poder, etc., establecen una relación recíproca.

Es dentro de la segunda perspectiva, donde vamos a encontrar la propuesta de Milenia Radio y su programación en general, que se ubica dentro de la frecuencia de la Amplitud Modulada, por lo que antes es necesario reconocer algunas características principales dentro del dial que puebla la AM.

1.2.5. Diagnóstico del medio radial limeño: Representaciones de las Identidades Femeninas.

El medio radial limeño ha sufrido diversas transformaciones, tanto desde su señal de emisión, como dentro de los formatos de realización del mismo.

Desde los primeros programas que transmitía la ya lejana señal de la OAX⁷⁵, se tiene ahora una mayor presencia de diferentes tipos de propuestas dentro del dial limeño. Propuestas que si bien son alentadoras en términos de expansión de formatos y temáticas, aún quedan por mejorar en cuestiones técnicas y creativas, y ampliar el uso del espacio imaginario que ofrece la radio.

Como se sabe, la radio transmite en dos tipos de frecuencia: la FM o frecuencia modulada, y la AM o amplitud modulada. La diferencia entre ambas bandas radica en que la primera tiene mejor alcance que la segunda. El estudio realizado, se basa principalmente en la banda de la amplitud modulada, más conocida como la AM, donde identificamos la relación de las emisoras existentes para centrarnos en un análisis de algunas de sus características más saltantes.⁷⁶ Después de hacer un reconocimiento de las mismas como espacio muestral, se puede mencionar las siguientes características de la AM limeña:⁷⁷

- Como una característica fundamental se puede apreciar que la mayor cantidad de programas en esta banda transmite música folklórica (Radio Inca es su principal difusor); lo que aleja un poco a públicos que no simpatizan con el tipo de música vernacular, asociada más a sectores vinculados a estratos C y D⁷⁸.
- La mayor cantidad de locutores, presentadores o animadores de los espacios son hombres; la mujer queda relegada a un rol de compañía, de anunciante de la publicidad local o regional.

⁷⁵ Más información sobre la historia de la Radiodifusión Peruana En Alegría, Alonso. "OAX:Crónica de la radio en el Perú (1925 – 1990). Radioprogramas Editores. Segunda Edición. Lima, Perú. 1993. pp 26-95.

⁷⁶ La relación de emisoras de la AM se presenta como Anexo N°2 en la parte final del desarrollo de la presente investigación.

⁷⁷ Características recogidas después de realizar la escucha de los programas del medio de la AM, en el mes de Marzo del 2004, una hora diaria de Lunes a Viernes.

⁷⁸ Sectores socioeconómicos medio y bajo, dentro de los estratos existentes en la capital limeña.

- Se observa también que la mujer está inserta en otro tipo de discurso, el discurso musical: son presentadas como prometedoras cantantes vernaculares. Se alude a la situación de soledad, de rechazo, de abandono en que ella puede vivir, sin el compañero que la apoye. Dentro de este discurso las mujeres se presentan como protagonistas de las letras de sus canciones.
- En materia de publicidad, se encuentra tandas comerciales que apelan a llamadas fuertes hacia el público, utilizando melodías de sonidos estridentes y con muchos efectos sonoros. La publicidad se vincula tanto a grandes compañías y consorcios, como también a empresas locales. Las identidades de género se configuran aún bajo roles estereotipados tanto para el hombre como para la mujer. Sin embargo hay excepciones donde la mujer se presenta como agente de saber. (Específicamente en programas de consultorios en radios de carácter informativo o religioso).
- Las mujeres no están totalmente presentes dentro del ámbito informativo noticioso de la radio, generalmente las noticias que se propalan se refieren a la coyuntura nacional e internacional. Sin embargo, también se difunden noticias de fiestas folclóricas y de ambiente de comunidades.
- Existen diferentes radios que optan por públicos específicos: las religiosas (tanto católicas: Radio María, Radio Santa Rosa como evangélicas: Radio la Luz). También están presentes las de música vernacular (Radio Imperial), las de música salsa y merengues (Radio Victoria) , las que se vinculan al ámbito juvenil. Y aquellas que, como Milenia Radio, se asocian al ámbito informativo (RPP, Cadena), diferenciándose Milenia por dar a la mujer un protagonismo noticioso dentro del espacio de revista, de entretenimiento para el público femenino.

Después este breve análisis de la oferta radial de la AM, pasamos a desarrollar la situación de la mujer dentro de ésta, lo que será útil para

establecer comparaciones cuando realicemos el análisis del discurso radial feminista dentro de una programación radial propia.

1.2.6. Situación y presencia de la mujer en el medio radial limeño.

Mujer y Consumo Radial

Las mujeres tienen un consumo “hogareño” e íntimo de los medios de comunicación⁷⁹. Es al interior del hogar donde realizan la mayor parte de su exposición a los medios, escuchan radio, ven TV, etc. Prácticamente en todos los hogares limeños, por más humildes que sean, hay algún receptor de radio. Sin embargo, a pesar del consumo hogareño de la radio también existe un grupo de oyentes que escuchan radio realizando sus labores fuera de casa. A partir de las características de consumo de estas oyentes se desarrollan diferentes estrategias de llegada desde los emisores de mensajes dentro del medio radial.

Participación de la mujer en el medio radial.

La mujer no ha estado ajena al medio radial, aunque siempre en menor medida y en cargos no jerárquicos. Podemos tomar como referencia a Rosa Hernando⁸⁰, quién por los años de 1950 fue la primera locutora limeña en la ya desaparecida OAX. Es con ella que se inicia el ingreso femenino en el medio radial, donde las mujeres descubren esa especie de encanto de la radio, que se traduce en el hecho de poder comunicar, llegar a otras personas a través de sus propias palabras, de su propia voz. Luego llegarían las radionovelas, que constituyeron otra puerta de entrada a la participación de la mujer no sólo en la locución, sino en la interpretación de personajes dramatizados en este género que significó una propuesta comunicativa artística a nivel radial.

⁷⁹ Edward y Charles: 1993. En: Mercedes Charles Creel. “Las Mujeres en la investigación de la Comunicación en América Latina”. Trabajo desarrollado para el Colectivo Radial Feminista. 1996.

⁸⁰ Gargurevich, Juan. Op.cit. p. 29.

Si bien las radionovelas fueron el boom de su época, en el medio comenzó a surgir un elemento que apoyaría el financiamiento de la expansión de la radio: la publicidad. Esta actividad dio lugar al surgimiento de agencias publicitarias que involucrarían fuertemente la presencia de la mujer tanto en el papel de protagonista como de creadora de discursos.

Pero el surgimiento de la publicidad en la radio, de lo que se conoce como “la tanda publicitaria”, dio lugar a conflictos generados en base a la representación de la mujer como “objeto” que solamente apoya la venta del producto a ofrecer, de manera pasiva. Esto se contrapone a la idea de la mujer “sujeto” de la comunicación a la cual se hará referencia más adelante cuando se hable de las formas de representación y de apelación a la mujer.

La mujer incursionará en el ámbito de la conducción radial como realizadora de su propio discurso. Este discurso no es cuestionador ni nada por el estilo, se recurre más bien al lado sensible⁸¹ de la audiencia, se recuerda para este caso el programa de “La Doctora Corazón”, que tuvo mucha influencia en su época, por los consejos o soluciones que daba a las miles de oyentes que seguían el programa.

A través de este programa, se empieza a ligar lo femenino en la radio al ámbito de los sentimientos de las y los oyentes, de los problemas personales, pero más que nada a la búsqueda de un espacio que abre puertas a la escucha del público oyente, que permite hacerlo parte del medio y de realizar una conversación de “tú a tú”, de manera coloquial, como si se estuviera en un mismo espacio. Se rompe de esta manera la barrera física ficticia que existe entre emisor y receptor, para poder dar paso a nuevas formas de comunicación.

⁸¹ Sensible referido a la parte de la subjetividad, de los sentimientos y de las emociones de la audiencia.

Con el paso del tiempo, la mujer se va interesando más en participar en la realización de la programación radial. Esta participación involucrará diversas áreas, tales como la gestión, la producción y la creación.

Dentro de la creación se considera la realización o producción de los programas radiales. Se empieza a realizar diferentes formatos de programas, pues se ve que el público demanda otras alternativas de programación. Para la época de 1970 ya se producen programas de corte informativo, de transmisión y preparación de informes de noticias, donde se requiere más trabajo de producción.

La mujer va participando también en la realización de programas de corte juvenil, donde la música juega un papel fundamental, y poco a poco va cambiando el tipo de discurso que presenta: en principio de compañía junto a la música que ofrece, luego pasa a conversar y compartir más con la audiencia a través de llamadas telefónicas, en las que inclusive se desarrolla un discurso de cuestionamiento a ciertas conductas de los hombres, constituyendo una nueva forma de apelar a las audiencias, femenina sobretodo, en base a preguntas, comentarios, en relación directa con la contraparte masculina.

Sin embargo, es en la señal de la AM donde la mujer tiene un rol más pasivo, como la “compañía de” un locutor o presentador. En la señal de la FM, la participación de la mujer es más activa, tanto en la conducción como en la producción de los diferentes tipos de programación, ya sean musicales, magazines o informativos.

1.2.7. Perspectiva Feminista en el medio radial

A la vez que la mujer se va insertando más en el medio radial y participa en la producción y realización de los diferentes tipos de programación paralelamente, el papel más visible que poco a poco gana en la sociedad la

convierte en protagonista de noticias relacionadas generalmente con muertes, maltratos, acciones de protesta y otros. Las comunicadoras feministas tienen una posición crítica frente a las representaciones femeninas en las noticias de los medios masivos, en las que por lo general las mujeres son sujetos protagónicos en forma negativa.⁸²

Desde un análisis con perspectiva de género de las noticias, se puede apreciar que, por ejemplo en las notas policiales sobre asesinatos de mujeres a manos de su pareja se insinúa que ésta se lo merecía por tal o cuál motivo, y al hombre no se le coloca el adjetivo de “asesino” directamente, sino se justifica su proceder por la “locura de los celos” o “el desequilibrio” en que vivía en esos instantes. Sin embargo, si la mujer es la que ha cometido la falta, se la tilda de mala mujer, y directamente de criminal. Contra esas diferencias se pronuncian las comunicadoras feministas, que plantean equidad en el lenguaje y la construcción de identidades.⁸³

1.2.8. Formas de Representación y de Apelación en las que la mujer se ve envuelta.

Entramos ya de lleno a las formas de apelación y de representación de la mujer en el medio radial, que nos ayuda a tener en claro la forma en que los medios de comunicación, específicamente la radio, construyen y defienden las identidades de la mujer, desde parámetros establecidos de acuerdo a la cultura patriarcal vigente.

⁸² En algunos medios y sobre todo en las noticias, las mujeres se encuentran ausentes. Pocos son los reportajes que se realizan a las mujeres sobre su trabajo, logros o situaciones. Asimismo, los medios aún se encargan de perpetuar los estereotipos tradicionales de las mujeres. Más información en: Karl, Marilee. “Las mujeres y el nuevo orden Informativo y de Comunicación: Una Crítica Feminista”. ISIS. Boletín Internacional Mujeres y Medios de Comunicación, N°4, 1979.

⁸³ Este comentario sale a raíz de la entrevista realizada a Yaned Fernández, con comentarios referidos a las noticias que tienen a las mujeres como protagonistas en la prensa escrita. Más información en: Rosa María Alfaro, Helena Pinilla García. “Mujer en los Medios: ¿Presencia o Protagonismo?”. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima, 1997. pp 35 - 75.

Como hemos mencionado antes, las imágenes de mujer (es decir, las formas de representación) que suelen presentar los medios de comunicación en su programación sea noticioso o de entretenimiento se resumen en estereotipos determinados. Entre los más comunes puede mencionarse el de objeto sexual, presentado principalmente en la publicidad; el de persona de escaso razonamiento (“calabacita”), presente mayormente en los formatos de entretenimiento; el de “mala” (jugadora), común en el ámbito de las notas policiales; el de abnegada o el de madre que lucha por su familia, entre otros.

Es muy raro encontrar arquetipos femeninos que escapen de la simplificación prejuiciosa a la que comúnmente se apela en los mensajes de programación promedio de la oferta comunicacional. Sin embargo, el rol cada vez más activo que la mujer desempeña en la sociedad ha permitido que salgan a la palestra personajes femeninos que ocupan muchas veces un lugar protagónico en las noticias cotidianas y que son noticia, o fuente de información particularmente en las noticias radiales. Entre estos personajes femeninos podemos mencionar:

- *La mujer funcionaria pública* que da su opinión en materia del Estado;
- *La mujer política*, que ejerce su voz y voto en defensa de su partido político y de sus ideologías;
- *la mujer profesional o técnica*, que sirve en los medios como instrumento de alivio para aquellas mujeres que no tienen acceso a consultas en determinados temas, aquí vincularíamos directamente a las mujeres de Organizaciones no Gubernamentales;
- *la mujer artista*, que se encuentra inserta dentro de los círculos de cultura de la sociedad y que va ganando poco a poco un lugar de opinión importante dentro de ellos;
- *la mujer luchadora social, líder*, que la podríamos vincular con aquellas dirigentas populares, lideresas de los comités del Vaso de Leche, aquellas que representan a un determinado grupo de la población con sus carencias y necesidades, y con las ganas de querer salir adelante.

La mujer comunicadora/periodista es una nueva faceta de la mujer que está presente en los medios. La mujer también se matricula cada vez más en las carreras de periodismo y comunicación social⁸⁴ y a raíz de ello, en los grandes medios de comunicación, particularmente en la radio, han ganado un lugar importante como conductoras de los informativos más escuchados, o como entrevistadoras.

Ejemplos de ello son personajes de innegable presencia como Mariella Balbi, Rosa María Palacios y Zenaida Solís⁸⁵. Estas periodistas tienen una gran credibilidad e influencia en la opinión pública y representan un modelo de mujer exitosa, portadoras de saberes, en un medio hasta hace poco extraño a su género como es la política.

Respecto a las **formas de apelación**, nos referiremos directamente al caso concreto de Milenia Radio. En Milenia se valora el aporte que realiza cada mujer por más sencilla que sea la ocupación. Para ello, Milenia realizó una clasificación de acuerdo a 5 modelos de audiencia ⁸⁶ para poder realizar las formas de apelación específica para cada grupo. Entre estos modelos tenemos los siguientes:

- *Las amas de casa, generadoras también de sus propios recursos,*
- *Las vendedoras o dependientes en centros comerciales,*
- *Las microempresarias, propietarias de pequeños talleres,*
- *Las que tienen pequeñas bodegas en sus propias casa y*
- *Las oficinistas.*

Estos modelos de audiencia fueron tomados dentro de la propuesta comunicacional de Milenia Radio en lo que se denominó el Taller

⁸⁴ Más información en: La mujer y los medios de comunicación, en la siguiente dirección: <http://www.un.org/spanish/conferences/Beijing/fs10.htm>. Documento de la IV Conferencia de la Mujer en Beijing.

⁸⁵ Afirmación realizada después de realizar la escucha del dial de la FM limeña, como parte del análisis de la AM limeña, realizado en el mes de Marzo del 2004.

⁸⁶ Información recogida de entrevista a profundidad a Rosa Cisneros, Jefa de prensa de Milenia Radio. Lima, 28 de Junio del 2004.

Permanente, para así poder imaginar las identidades múltiples de las mujeres, de su público específico. De esta manera, se trata de visibilizar el trabajo de la mujer, ya sea doméstico o no, como un aporte económico de la mujer a la sociedad. Cuando se apela a ellas se realiza en términos de luchadoras por instaurar una agenda de género, como jóvenes y mujeres exitosas, como mujeres de organizaciones de base o como grupos excluidos que luchan por la obtención de derechos.

Las mujeres en Milenia son tratadas básicamente con el término de “amigas”. Se les llama “compañeras”, cuando se les quiere hacer parte de una propuesta de algún tipo de discurso específico. Se utiliza la clasificación de los modelos de audiencia para hacer la relación empática y poder ingresar al ambiente específico donde se desenvuelven. Si se trata de una ama de casa, se le anima a realizar sus labores cuidando de su realización personal. Si se trabaja fuera del hogar, se apela de acuerdo a los estados de ánimo. A través de estas estrategias, Milenia Radio se va insertando dentro de la rutina diaria de las oyentes.

A través de estas formas de apelación, Milenia Radio, como propuesta radial, aporta de esta manera en la formación de discursos que garanticen equidad en el lenguaje. Propuesta a nivel de medio de comunicación que desarrollaremos con profundidad en el siguiente capítulo, estableciendo los lineamientos principales de una propuesta comunicativa con perspectiva de género.

CAPÍTULO DOS

RADIO MILENIA: LA EMISORA FEMINISTA DE LA AM.

Para el presente capítulo empezaremos dando una mirada a los programas feministas anteriormente disgregados en la AM, pilares en los que se basará luego el nacimiento del Colectivo Radial Feminista y Milenia Radio, el medio de comunicación difusor de sus ideas.

Luego analizaremos la propuesta del discurso feminista en una emisora propia, por lo que la forma de trabajo, las formas de representación y apelación en el medio radial varían de alguna manera, pues el acceder a la posesión de un medio radial de comunicación supone nuevas formas de estructurar la programación y las temáticas en general.

Es así como presentamos la propuesta del Colectivo Radial Feminista netamente desde el ámbito limeño, y enmarcada en el quehacer de Milenia Radio, para luego aterrizar específicamente en el programa “En Contacto”, motivo de la presente investigación

2.1. Antecedentes y Posicionamiento de los Programas Feministas en la AM

La elección del estudio de la AM limeña se debe a que las mujeres protagonistas de los discursos integrantes del movimiento feminista, al buscar espacios dentro de la radio no encontraron alternativas dentro de la Frecuencia Modulada, por lo que tuvieron que apelar a la Amplitud Modulada (AM) para ir desarrollando sus programas de forma independiente.

La experiencia radial de las comunicadoras feministas se remonta hacia finales de la década de los 80, cuando empezaron a salir programas radiales con una clara opción por la equidad de género y con el objetivo de consolidar las organizaciones de mujeres y sensibilizar a la población con respecto a los derechos de las mujeres.⁸⁷

⁸⁷ Proyecto de Radiocomunicación el Perú. Octubre 1994 – Junio 1997.

Las experiencias que relataremos a continuación constituyen la materia prima de la Propuesta Comunicacional Feminista que se construiría más adelante, y que daría paso a Milenia Radio.

En 1984 surgió NUESTRA VIDA como programa radial dirigido a involucrar la participación directa de la audiencia. Fue promovido por la Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA⁸⁸, como un espacio de opinión dentro de la propuesta “radiocassetera”⁸⁹, es decir: una radio que sólo es compañía con música fácil de escuchar. Esta propuesta tenía como eje fundamental impulsar la participación de las mujeres como promotoras de comunicación.⁹⁰ Al presentarse este programa como pionero dentro de una emisora específica (Radio Santa Rosa e Imperial) en la AM, se consolida como eje básico de las nacientes propuestas dentro del movimiento feminista.

Para el año 1986, aparecen otras propuestas desde otros grupos feministas que van surgiendo con fuerza tanto en la capital como en provincia.

Hacemos referencia directa a las siguientes instituciones: la ONG Manuela Ramos de Lima, que financia y produce directamente el programa PÁSAME LA VOZ, un programa emitido por Radio Stereo Villa que sigue apostando por la temática de la mujer y todo lo referente a sus derechos y oportunidades; el Centro de Promoción de la Mujer Micaela Bastidas en Trujillo, que produce el programa MUJERES COMO TÚ, propuesta de comunicación con enfoque de género que se realiza al norte del país y recoge la problemática de las zona; y el Centro de Estudios y Promoción de la Mujer Amauta en Cusco, que se encarga de la realización del programa WARMIKUNA RIMANCHIS, programa transmitido por Radio San

⁸⁸ El Desarrollo de los datos básicos de las Instituciones que se mencionan se encuentran como anexo en la parte final de la tesis.

⁸⁹ Alfaro, Rosa María. “Modelos Radiales y Procesos de Popularización en la radio Limeña”. En *Contratexto*. Revista de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima. N°1. 1985.

⁹⁰ Esto significa que no eran específicamente comunicadoras sociales las que llevaban el programa, sino que más bien eran dirigentas, líderes populares que hacían suyos los elementos de la comunicación y los aplicaban para compartir con otras mujeres su experiencias, sus inquietudes y sus demandas, a través del medio radial.

Miguel y al ser realizado en idioma quechua logra identificarse con la población de las zonas de provincia, quienes eran su público objetivo directo, apoyando la participación y el protagonismo de la mujer andina dentro del medio radial.

Es en 1992 donde otra importante institución vinculada a la defensa de los derechos de las mujeres y la equidad de género lanza un programa que busca igualmente desarrollar un discurso basado en la igualdad: hago referencia aquí al Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, que produce el programa CORTOCIRCUITO, que se emitía a través de Radio Cadena, y buscaba la participación de la mujer pero sobre todo, de aquella perteneciente a los estratos más empobrecidos de la capital.

Ya en 1996, la ONG Manuela Ramos retoma una nueva propuesta radial, en esta oportunidad a través de PROHIBIDO ESCUCHARNOS, programa de corte juvenil en la FM, que incide de igual forma en una propuesta de comunicación con enfoque de género.

Para darnos un panorama más claro de lo que fueron estos programas, seguidamente se realizará una pequeña descripción de 4 de ellos, teniendo como criterios de selección principalmente los programas que se realizaron en la capital⁹¹, y uno de provincia, en este caso el programa del Cusco Warmikuna Rimanchis.⁹² como ejemplo de programa dirigida a hombres y mujeres del Ande. Presentamos por ello datos básicos de los programas, estructura y formatos utilizados, para poder compararlos posteriormente con la propuesta alternativa que se presenta en Milenia Radio a través del programa “En Contacto”. Los programas que se pasa a detallar son los siguientes:

⁹¹ La referencia a los tres programas siguientes se encuentra en Alfaro Rosa María y Macassi L. Sandro “Mujer y Radio Urbana”. Emisión y Recepción de Programas Radiales del Colectivo Radial Feminista en Lima. Lima, Octubre de 1993. 250 páginas.

⁹² Investigación de Audiencia: Programa Radial Warmikuna Rimanchis (Cusco). Diciembre de 1993. Responsable del Proyecto: Mercedes Zevallos. Centro Amauta de Estudios y Promoción de la Mujer.

2.1.1.El Pionero: Nuestra Vida

Datos Básicos:

Realizado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Programa radial transmitido semanalmente por Radio Santa Rosa e Imperial y diariamente por Radio Cadena en un primer momento, pero que luego se traslada a Radio Unión AM, en el horario de 11:30 a.m. a 12m. Posteriormente se convertiría en un programa diario de dos horas, de 11 a 1pm.. Hay dos locutoras que interactúan a lo largo del discurso. Son comunicadoras populares, pues se apoyan en un equipo de producción, pero ellas no han estudiado la carrera de comunicaciones.

Estructura

En “Nuestra Vida”, se cuenta con una estructura en la que se representa la cotidianidad de los habitantes populares y de clase media de la ciudad. Los temas tratados son diversos: de carácter social, político, personal, familiar. No aparecen temas culturales. La mayor parte de los programas analizados se refiere a los jóvenes. Los actores son mujeres, hombres, familia, autoridades, trabajadores, gobierno, pobladores, políticos, etc. Hay apertura política, pero no la suficiente, se invita al programa más a la gente de oposición.

Formatos utilizados

Entre los formatos se usan las entrevistas, comentarios, consejos, noticias, testimonios. Se ha abandonado la radionovela, que es un formato interesante para llegar a las audiencias. El género más usado es el informativo, pues se comprueba que al público le gusta estar bien informado; además se usa la opinión participativa y el consultorio. La música es casi inexistente, a razón de una pieza por programa. La palabra es absolutamente dominante. La participación de la audiencia es vía teléfono y mediante una visita a cabina.

2.1.2. Segunda propuesta: Pásame la Voz.

Datos Básicos

Realizado por la ONG Manuela Ramos. Programa transmitido semanalmente por Radio Stereo Villa, en el horario de los sábados de 11 a 12 del mediodía. Hay dos locutoras que intercambian sus opiniones. Son de Villa el Salvador, hablan desde allí, y los entrevistados suelen ser del lugar (no siempre).

Estructura

La estructura del programa está formada por tres partes: “Quemando las preocupaciones”, un consultorio largo; una sección cultural; y “Así construyen las mujeres”, que son reportajes-crónicas. Entre las secuencias se tratan temas cotidianos, se hacen bromas, se pasa música y se envían saludos. Hay siempre un tema preferencial en la primera sección, que ocupa casi la mitad del programa, y casi siempre se relaciona con acontecimientos o celebraciones.

Los actores son principalmente las mujeres y los jóvenes, después viene la familia, las organizaciones, los hombres y los ancianos. También se habla de las autoridades a nivel privado y público. Los temas que mayormente se abordan son, el desempleo, padres jóvenes, aspiraciones de los jóvenes, organizaciones de mujeres, derechos cívicos de las mujeres, salud, día de la familia, ancianos etc. El programa da mucha importancia a la organización de la mujer, debido a la presencia de este tema en las diferentes secuencias del programa.

Formatos Utilizados

La entrevista es el formato más utilizado, seguido por el comentario de las locutoras. Mucho más lejos está la charla, el sociodrama y el consejo. No se usan testimonios en los programas analizados. El género comunicativo preferencial es el informativo, en segundo lugar el educativo o de enseñanza explícita y finalmente el consultorio. La música tiene una función lúdica y festiva, y se asocia al saludo y a la pausa rítmica y emotiva.

2.1.3. Nueva alternativa: Cortocircuito.

Datos Básicos

Realizado por el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. Programa de emisión diaria, con una hora de duración que se transmitía a través de Radio Cadena entre las 5 y las 6 de la tarde, ubicado en la rutina cotidiana de las audiencias y en la dinámica de la radio masiva. La conductora era Ofelia Lazo, actriz de radio y televisión del medio.

Estructura

La estructura es flexible, con fluidez y continuidad. La locutora es parte central de cada emisión, pues a través de ella, el programa se relaciona con el público. No hay un modelo cultural radial donde se pueda ubicar a Cortocircuito. La participación del público se hace vía teléfono, pero el diálogo con el mismo es sumamente escaso.

Los temas tocados son de diversa índole: históricos, psicológicos, de salud, políticos, sobre organizaciones de mujeres, notas culturales de prensa. En la mayoría de ellos se destaca la problemática de la mujer. Se da mucha importancia a los temas psicológicos. Los actores son las personas de quienes se habla en los temas: las mujeres, hombres, pueblo, gobierno, pobladores de asentamientos humanos, y la familia.

Formatos utilizados

Los formatos usados son: entrevistas, la charla, el consejo, comentarios de opinión, reportajes, noticias. El diseño del programa es como una revista. Se prioriza sin embargo el género informativo y los consultorios. La música utilizada tiene poca importancia como ritmo y clima, aparece como careta y como pieza musical.

2.1.4. Alternativa en provincia: Warmikuna Rimanchis

Datos Básicos

Realizado por el Centro Amauta del Cusco. El nombre “Warmikuna Riman” significa “Hablan las mujeres” Se emite a través de Radio San Miguel de 7-7:30 a.m. semanalmente y tiene su radio de acción en Cuzco, Apurímac y Madre de Dios. Esta propuesta tiene su antecedente más directo en el apoyo brindado por Amauta al Comité de Derechos Humanos (CODEH) de Cuzco (1982 – 1983). Matilde Chamorro y Mercedes Ccorimaya son las conductoras, mujeres comprometidas con Organizaciones de Mujeres.

Estructura

La estructura del programa es la de una revista musical. La música utilizada es la andina, con preferencia los huaynos. Se usa el quechua y el castellano en las locuciones, que apuntan a un locutor conversacional cotidiano más familiar, comprometido totalmente con su público, integrando la familia.⁹³

Los temas tocados denotan la preocupación por la mujer y su entorno: salud femenina, servicios adecuados para la familia (agua, desagüe, alumbrado, pavimentación de pistas, etc.), mujer y consumo, programas de compensación, calendario feminista, información coyuntural y las fiestas de los barrio y los pueblos.

Formatos utilizados

Los formatos utilizados son básicamente tres: Entrevistas, sociodramas y spots. El género que se utiliza es básicamente el informativo. Las noticias que son abordadas en el programa son referidas al ámbito nacional, internacional, local, barrial, buscando la manera de enfocarlas desde la perspectiva de Warmikuna Rimanchis.

⁹³ Cabe recalcar que las locutoras son personas de diferentes comunidades comprometidas, a quienes se le dio preparación y capacitación en materia de comunicación radial, por eso se las identifica bastante con la población que es el público objetivo del programa.

Como **Balance de las propuestas presentadas**, podemos decir que tienen como común denominador la mujer como sujeto de acción diaria a la que se puede educar, entretener, apoyar y ayudar dentro de su rutina diaria, a través de las diferentes temáticas desarrolladas: en los consultorios, con los consejos, con la relación que se establece con las oyentes, beneficiarias directas de la programación.

Pese a su originalidad, estas experiencias disgregadas en el dial no logran, encontrar un sendero definido. El unificar el conjunto de estas propuestas se hace cada vez más necesario para las mujeres que forman las Organizaciones No Gubernamentales que dirigen estos programas. Es por este motivo que, las diferentes instituciones realizadoras de los programas en la capital (tales como ACS Calandria, ONG Manuela Ramos y el CMP Flora Tristán) proyectan de manera positiva tener una propuesta común que las involucre dentro de la comunicación radial y tener una voz común dentro de las frecuencias existentes. La necesidad de una emisora propia se hace indispensable. Y es en este aspecto donde las directoras de las instituciones, prestarán más atención a esta alternativa.

Es así que nace el proyecto de tener una emisora propia, una emisora que las identifique como movimiento feminista y como realizadoras de procesos de comunicación dentro de la sociedad limeña. Este proyecto no solamente involucra a las instituciones participantes, sino que, a la larga, involucra a las actrices de los discursos y a los participantes de los mismos.

2.2. Necesidad de una emisora propia.

Para 1994, los programas con óptica educativa o informativa constituían sólo un 0.2% dentro de la propuesta radial del ámbito limeño⁹⁴, y dentro de este porcentaje, los programas para la mujer constituían una parte más pequeña aún.

⁹⁴ Proyecto de Radiocomunicación en el Perú. Octubre de 1994- Junio 1997

De acuerdo a lo ya revisado, en relación a los programas propalados por instituciones y organizaciones feministas y pro derechos humanos, la necesidad de la emisora propia se hace imprescindible.

Las diferentes instituciones del movimiento feminista ven en la alternativa de la emisora propia un medio en que *las mujeres en particular en los hogares, tienen de esta manera la posibilidad de relacionarse con el mundo exterior y de ampliar su conocimiento y comprensión a través de los programas femeninos existentes*⁹⁵. Y sobre todo porque serviría como un punto estratégico en relación con el Gobierno, con organizaciones de la sociedad y con las redes nacionales de comunicadoras.

De acuerdo a sondeos de opinión realizados por las iniciadoras del Proyecto Radial⁹⁶, las mujeres se vuelcan a la radio para buscar ayuda de especialistas, ya que debido a las labores del hogar, se ven imposibilitadas de salir para pedir consejo a un doctor, psicólogo, abogado, etc., por lo cual, la radio les ofrece una alternativa de aprendizaje, consulta, y a la vez, compañía.

A través de técnicas con participación de la audiencia, como grupos focales o laboratorios creativos, se confirmó también que las mujeres valoraban la propuesta radial alternativa de los grupos feministas, en la medida que les brindaba un espacio para reflexionar y compartir acerca de temas relacionados a su fuero más íntimo, como autoestima, violencia, relaciones con la pareja, etc.

Es por este motivo que después de producir durante varios años programas radiales por separado en distintos medios del dial limeño, las cinco organizaciones del Colectivo Radial Feminista (CRF) decidieron ganar un lugar dentro de la oferta radial existente, con mensajes novedosos y afirmativos de los derechos de las mujeres.

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Ibid.

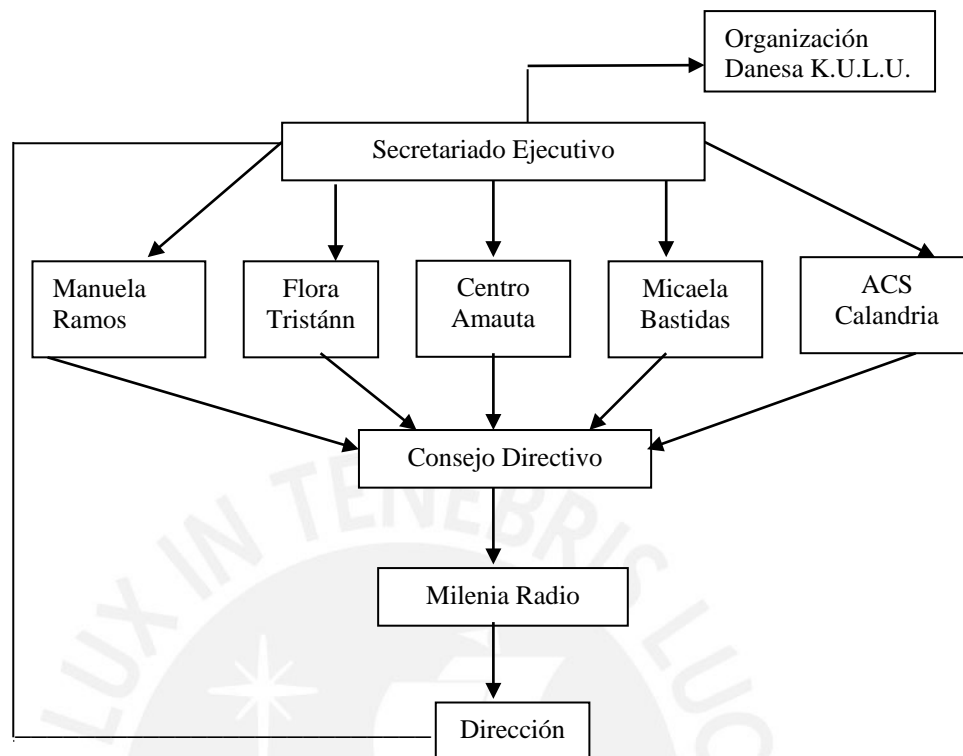
2.3. Nacimiento del Colectivo Radial Feminista (CRF).

El Colectivo Radial Feminista (CRF-1991) se constituye como el único movimiento de América Latina cuya novedad y quizás consistencia se debe a la conjunción de experiencias de larga trayectoria en el campo de la radio con perspectiva de género.

El CRF nace debido a la necesidad que se tenía de agrupar las propuestas de diferentes instituciones que desarrollaban programas radiales para la mujer en una voz común. Es por ello que se juntan cinco organizaciones, tres de Lima y dos de provincia, para emprender esta nueva propuesta radial, siendo una de sus metas a conseguir a corto – mediano plazo, el obtener una licencia para lanzar su propia emisora. Las iniciadoras del proyecto fueron las directoras de las organizaciones de Lima: Mariela Sala, directora del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán; Rosa María Alfaro, directora de la Asociación de Comunicadoras Sociales Calandria; y Fresia Carrasco, directora de la ONG Manuela Ramos.

El Colectivo Radial Feminista (CRF de aquí en adelante), se encuentra constituido legalmente como una ONG, lo que hace que tenga compromisos con el Estado en materia legal y tributaria, y que funcione de acuerdo a las normas que se dispone dentro de este tipo de organizaciones. Por ser una ONG, tiene bastante vinculación con otras instituciones dedicadas a la defensa de los derechos humanos y de las mujeres principalmente.

2.3.1. Organización y Estructura del CRF.



El siguiente organigrama busca presentar la estructura del CRF. El CRF tiene un Secretariado Ejecutivo, directamente relacionado con la Organización danesa Kvindernes U-landsudvalg (K.U.L.U.) que canaliza el financiamiento del gobierno danés, y que involucra directamente a las cinco integrantes del proyecto. Una representante de estas instituciones preside en forma rotativa el Consejo Directivo, que conduce el proyecto Milenia Radio, la emisora del CRF, y cuenta con una directora, la que se encuentra siempre en relación directa con las demás instituciones y el Secretariado Ejecutivo.

- *Secretariado Ejecutivo*: Instancia media entre líneas de dirección constituidas por un Comité Directivo y un Comité Ejecutivo. Instancia responsable del proyecto radial en Lima, Cuzco y Trujillo.

- *Centro de Proyecciones*: Línea Política del CRF, que delega en comisiones específicas las siguientes acciones:

- **Capacitación y Promoción.-** Debates con profesionales, estableciendo solidez en las relaciones con productoras radiales, apoyando su formación con una perspectiva de género, a través de los Foros de Mujeres. (En relación a la Plataforma de Beijing, donde se delimitaron más las propuestas feministas a nivel comunicacional).
- **Red de Información Nacional.-** Que establezca relación entre Lima, Trujillo y Cuzco.
- **Relaciones con Redes y Colectivos de Mujeres.-** Con la Coordinadora Nacional de Radio, Colectivos de Mujeres a nivel Nacional e Internacional.
- **Investigación.-** Estudios de Audiencia⁹⁷ de primeros programas feministas, el consumo radial de las mujeres y el consumo de los mismos.

2.3.2. Objetivos del Colectivo Radial Feminista.⁹⁸

EL CRF tiene como objetivo fundamental el impulsar una programación que contenga programas dedicados a la mujer con perspectiva de género, apostando así por una alternativa diferente dentro del enfoque tradicional de los programas radiales. Es por este motivo que se solicita el adquirir una frecuencia en Lima, que pueda reforzar los trabajos que había ido realizando el CRF en la capital, a través de los diferentes programas radiales autónomos de las instituciones que lo conforman.

Participación Igualitaria

El proyecto forma parte de una estrategia de comunicación radial y de mujeres con el objetivo principal de contribuir a cambios de actitudes en la sociedad para que hombres y mujeres se conciban a sí mismos y los unos a

⁹⁷ La realización de los estudios de audiencia de dichos programas mencionados facilitaron el acceso para la comprensión de las temáticas y la óptica utilizada en estos programas precursoras al proyecto de Milenia Radio.

⁹⁸ Proyecto Comunicación Radial Feminista. Período Julio 1994 - Junio 1997.

los otros como géneros de igual valor, con el mismo acceso a la participación en los procesos de decisión en todos los niveles, estimulando así la participación activa de las mujeres en la vida nacional. Se quiere con esto desarrollar un estilo de comunicación radial a partir de *una comprensión de género, el que será dinámico, cálido, próximo y entretenido, con informaciones relevantes para las oyentes.*⁹⁹

Posibilidades de Trabajo de las Mujeres.

El proyecto además tiene como fin alentar y reforzar el trabajo de las instituciones peruanas de mujeres en materia de comunicación radial, a través de espacios de capacitación y de trabajo en defensa de sus derechos.

Emisora de Lima: Punto Estratégico.

La emisora en Lima significa entonces para el CRF un punto estratégico en relación con los organismos de decisión para establecer además, un contacto a nivel nacional con las diferentes redes existentes de productoras y periodistas. El carácter estratégico se relaciona directamente con la introducción de la perspectiva de género en la producción radial y con la posibilidad respecto de iniciativas destinadas a fortalecer los derechos de las peruanas. Otro aspecto de la estrategia feminista de comunicación es la coordinación con grupos similares en otros países que desarrollan experiencias de comunicación por el desarrollo con perspectiva de género.

2.3.3. Público

Para el CRF, el público oyente se constituye en un elemento fundamental pues son las receptoras con quiénes dialogan directamente a través de la radio. Se presenta como un público potencialmente importante, y de acuerdo a sus características comunes se trabaja la propuesta a realizar dentro del discurso feminista radial.

⁹⁹ Me permito aclarar esta idea por enfatizar ya la propuesta de la perspectiva, de la comprensión de género presente ya dentro de la propuesta comunicativa que se quiere realizar. Propuesta que como se observará cobra mucha importancia en los discursos que se fomentan posteriormente ya en la emisora en sí.

Hemos delimitado el público del CRF teniendo como referencias los proyectos de comunicación de la radio y del propio Colectivo, identificando las siguientes características del Público:

a. *Público Potencial*: Que se ubica en la ciudad de Lima, con sectores populares y medios que habitan principalmente los conos de la capital limeña, abarcando 30 distritos de los 42 que existen en Lima Metropolitana (con especial énfasis en las mujeres)

b. *Perfil del Público*: (Público Objetivo) Mujeres Jóvenes que habitan el medio urbano (Ciudad de Lima), sectores populares y medios, entre 18 y 35 años, por los siguientes aspectos:

- Segmento poblacional numéricamente considerable.
- Oyentes asiduas de radio, estudios señalan que el público femenino más que el masculino escucha tanto las frecuencias de la AM como FM.
- Abiertas y con predisposición al cambio.
- En la medida que la población juvenil tiene carencias consideran de utilidad a la radio para poder conseguir apoyo y orientaciones.

Dentro del mismo público existen además variables y diversidad que plantean, importantes para el trabajo de la radio, que se deben de considerar:

- a. Ocupación (Amas de casa, estudiantes, trabajadoras).
- b. Participación en Colectivos (organizadas y no organizadas).
- c. Situación Familiar.
- d. Procedencia.
- e. Grado de Instrucción.
- f. Identidad cultural.
- g. Uso del tiempo Libre.

Estas variables delimitan también parte de las temáticas posteriormente a profundizar, de acuerdo a las necesidades que se puedan observar dentro de los públicos.

2.3.4. Trabajo con Redes.

El CRF trabaja directamente con la Red de Nacional de productoras radiales,¹⁰⁰ con las que se realizan intercambios informativos, campañas y actividades de capacitación en comunicación y género. La concepción del trabajo en red es horizontal, tiene la finalidad de aprender del intercambio de saberes de mujeres productoras radiales de diversa procedencia social, cultural y geográfica, y construir conjuntamente nuevos aprendizajes con apoyo de especialistas invitadas a los Seminarios y Talleres anuales.

Asimismo, se constituye en un aspecto estratégico para el impulso de campañas a favor de los derechos de las mujeres, a través de la coordinación de acciones a nivel nacional, enlaces informativos, propagación de microprogramas, spots, etc. Todo esto con la finalidad de potenciar y dar mayor impacto a las secciones de sensibilización social sobre temas de género.

2.4. Milenia Radio: La voz de las mujeres

2.4.1. Concepción del nuevo medio radial.

La nueva propuesta radial feminista dentro del dial de la AM limeña se propone entablar una relación cercana y cálida con su audiencia.

“..la radio es el medio que permite que la palabra no sea sólo sonidos convencionales: llega a nuestros oyentes con toda la carga afectiva que ponemos en ellas”¹⁰¹

El discurso del Movimiento Feminista a través del tiempo se asocia básicamente a mensajes reivindicativos, planteados desde una base teórico – ideológica racional. Sin embargo, de acuerdo a lo expresado por las comunicadoras del CRF, la radio es un medio que les sirve para manifestar no solamente sus posiciones, sino también para expresar emociones y

¹⁰⁰ Más adelante, en el desarrollo de Milenia Radio y del Programa “En Contacto”, se ampliará un poco más el trabajo con Redes, pilar fundamental dentro de su plan de trabajo.

¹⁰¹ Proyecto Comunicación Radial Feminista. Período Julio 1994 - Junio 1997.

sentimientos: compartir experiencias y establecer un contacto directo y dialogante con la audiencia, que se concibe como interlocutora activa y no como receptor pasivo.

En sus programas de radio llegan a establecer una comunicación de tú a tú. Esta experiencia las lleva a emprender una nueva etapa dentro del desarrollo del Colectivo Radial Feminista, gestor de la nueva emisora. El bagaje acumulado en los programas de radio, les da a las integrantes del CRF la confianza necesaria para asumir ese reto, sin tener presente aún la gran cantidad de variada programación que deben de plantear y la competencia con la que tendrán que lidiar en la AM para conquistar un espacio y lograr su autosostenimiento y continuidad.

Sin embargo, la intuición de las iniciadoras del proyecto las lleva a querer realizar una gestión diferente del medio radial y de su programación. Al respecto, Mariela Jara, Gerente de Programación y Productora del Programa “En Contacto”, de Milenia Radio, nos dice lo siguiente:

“Milenia Radio es en realidad como una gota de agua en el mar, porque somos una emisora AM, cuando sabemos que la mayor audiencia está en la FM y las radios que concentran la mayor publicidad son aquellas que forman parte de los grandes consorcios, las grandes cadenas, que no sólo agrupan emisoras para un público objetivo determinado, sino que además tienen repetidoras a nivel nacional y que inclusive tienen sus AMs, que vienen a ser como una especie de bono...Por eso a la hora de pelear la torta publicitaria, se hace más difícil...”¹⁰²

El panorama para la realización de programas radiales con óptica feminista es de hecho difícil tanto por la nutrida competencia existente en las diferentes bandas del dial, como por las escasas posibilidades de conseguir auspiciadores. Sin embargo esta perspectiva no cambia el rumbo a seguir por las productoras del CRF, quiénes saben a qué atenerse al introducir su propuesta y no gozar de las mismas facilidades que las otras emisoras de la competencia.

¹⁰² Fragmento de Entrevista realizada a Mariela Jara, Gerente de Programación de Milenia Radio, Lima, 3 de Noviembre del año 2003.

Al preguntar entonces sobre por qué la elección de la emisora en la AM, si sabían que la mayor audiencia se concentra en la FM, la gerente de programación Mariela Jara, nos dice lo siguiente:

“La primera propuesta fue lanzar una emisora en FM, pero lamentablemente no quedaban frecuencias disponibles en esta banda pues todas estaban asignadas, según la versión del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.(...) Es también un asunto difícil el pedir la licencia al Ministerio, son trámites en realidad muy engorrosos...A pesar de no poder conseguir la frecuencia de la FM , no nos desanimamos, y luchamos por conseguirla en AM.”¹⁰³

Un estudio minucioso del público femenino de la AM, de sus rutinas, ocupaciones, necesidades y expectativas reveló a las productoras del CRF que esta audiencia estaba compuesta por mujeres de estratos socioeconómicos pobres y con escaso acceso a información adecuada para ejercer sus derechos. Ese primer acercamiento a la audiencia potencial permitió construir la propuesta comunicacional de Milenia Radio.

2.4.2. Soporte Institucional.

Como se ha mencionado, Radio Milenia es un proyecto impulsado por el CRF, integrado por las representantes de las cinco instituciones que lo componen. Para facilitar el manejo de la emisora se creó una coordinación en Lima, presidida rotativamente por una integrante de las tres instituciones de la capital: Movimiento Manuela Ramos, Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán y ACS Calandria. El directorio integrado por las cinco instituciones toma decisiones a nivel general, pero los proyectos radiales de Lima (Milenia) Trujillo y Cusco tienen autonomía para su gestión interna.

¹⁰³ El CRF en Julio de 1994 se reunió con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, donde se les manifiesta que no se puede comprar una frecuencia libre en el Ministerio. Una radioemisora puede sólo ser adquirida en el mercado comercial común. Para la fecha, todas las radios existentes operaban bajo licencias convencionales, por lo que el CRF podría solicitar cambio de status apenas compre alguna de las radios existentes. Como el CRF es un consorcio y funciona como una ONG, éste funciona como el dueño legal de la emisora.

La administración del CRF y la ejecución de las labores que demanda el proyecto son asumidas desde Lima. Cada proyecto, tanto en Lima como en provincias, administra los fondos que se les asignó y rinden los informes periódicos acordados con la financiera.

Sin embargo, la relación de Milenia Radio con el Directorio que rige la emisora, que es el Directorio de Lima, no es muy fluida. Yaned Fernández, conductora del programa “En Contacto”, y una de las productoras de Milenia Radio, refleja mejor esta relación:

“Es una relación que no es muy fluida, porque las representantes de las instituciones son las directoras de las mismas, entonces ellas en realidad paran más metidas en sus problemas a nivel institucional, en lo que es su trabajo en realidad, que en las propias cosas de la emisora. Ahora, eso también tiene sus ventajas, porque hemos tenido bastante independencia, libertad para trabajar que es lo que necesita un medio, porque nosotros somos un medio de comunicación.”¹⁰⁴

Las ventajas que pueden conseguir las integrantes de Milenia Radio dentro de un medio en que se manejan cuestiones internas con libertad contribuye a la objetividad y la independencia en la transmisión de la información dentro de la misma, que no está regida por intereses económicos, políticos, partidarios y por favoritismos que pudieran mermar los compromisos éticos y la transparencia que asume como medio de comunicación.

La particularidad enriquece el trabajo diario de Milenia Radio, que contribuye de esta manera a la democratización de la comunicación en la radio, dando cabida a todos los actores que son sujetos de la información, haciendo escuchar la voz de cada uno de forma equitativa, y sobre todo, dando la oportunidad al público para que saque sus respectivas conclusiones.

¹⁰⁴ Fragmento de la Entrevista realizada a Yaned Fernández, Productora de Milenia Radio, Lima, 12 de Noviembre del 2003.

2.4.3. Datos Básicos Milenia Radio

Milenia Radio se encuentra en la frecuencia de los 1530 de la Amplitud Modulada (AM). El inicio de las transmisiones se realizó el 8 de Marzo de 1995, aumentando gradualmente las transmisiones hasta 16 horas diarias. Sus estudios en un principio se ubicaron en Miraflores, para luego pasar formalmente a Jesús María, en la Avenida Arnaldo Marquez 1944. Los números de teléfono para poder contactarse con la radio son 4612222 y el fax 4611275.

Milenia Radio cuenta además con una página web donde se pueden revisar las noticias del día y otros servicios que se brinda, la dirección es la siguiente: <http://www.radiomilenia.com.pe>; y se puede escribir a la siguiente dirección de correo electrónico: milenia@radiomilenia.com.pe.

2.4.4. Misión – Visión – Objetivos.

➤ **Misión**

Contribuir desde la radio a la creación y reforzamiento de valores éticos y espacios democráticos para una cultura de paz, equidad y justicia social.

➤ **Visión**

a. Emisora reconocida por la opinión pública como defensora de los derechos ciudadanos, en especial de mujeres, comprometida con la lucha por la democracia, la equidad y la libertad de expresión.

b. Emisora con cobertura metropolitana con presencia nacional por su perspectiva descentralista de la información y con repercusión regional, referente para productoras/es, estudiantes y organizaciones ciudadanas.

c. Emisora competitiva y especializada en la producción de programas radiales y diseño de campañas en coordinación con otras emisoras en todas las regiones del país.

➤ **Objetivos Comunicacionales**

a. Contribuir a la formación de corrientes de opinión favorables a la equidad.

En este sentido este objetivo se ve directamente asociado con los principios básicos del feminismo: la construcción de un discurso desde una perspectiva de género en equidad; lo que significa una aplicación dentro de un medio radial.

b. Construcción de la Opinión Pública y formación de Públicos deliberantes desde una perspectiva plural.

Dentro del Feminismo, se tiene muy presente el ámbito político, la lucha por el conocimiento y la difusión de los derechos, por lo que este objetivo está directamente vinculado con este aspecto. Para ello se valen del medio en la inserción de su discurso dentro del “espacio público”, que facilita la radio como medio de comunicación, en donde existe la posibilidad de libertad de expresiones en democracia.

c. Construcción de una agenda temática sobre democracia y equidad, en diálogo con la agenda política de la sociedad peruana.

Lo más resaltante de la emisora es poder realizar una agenda con información de la coyuntura y con noticias que muchas veces son llamadas “inactuales”¹⁰⁵, pero que en realidad forman parte de la realidad

¹⁰⁵ Este término fue mencionado por Yaned Fernández cuando se conversaba sobre la construcción de la Agenda del programa EN CONTACTO, este término alude a noticias que para los otros medios no tienen

del país y que son imposibles dejar de lado dentro de la emisora. Estas noticias se vinculan a los ejes temáticos que maneja la emisora, y que se sustentan en programas radiales, tales como “En Contacto”, estudiado en la presente investigación.

2.4.5. Organización y Estructura.

Milenia Radio cuenta en su organización con una directora general, una gerente de programación, una jefa de prensa, diversas productoras, periodistas y personal de apoyo en la radio, tanto para el área administrativa, técnica, y para la realización de los programas. En un principio eran cinco las productoras con las que empezó a operar la emisora, entre ellas podemos mencionar a la directora, gerente de programación, jefa de prensa, conductora de EN CONTACTO, y productora de EL RITMO Y SABOR LO TRAIGO YO.

El personal de Milenia Radio es el siguiente:

- **Directora General:** Gabriela Ayzanoa; quién además es Presidenta Regional de AMARC (Organización radial para América Latina y el Caribe) y pertenece como asociada al Movimiento Manuela Ramos. Dentro de Milenia Radio se encarga de la conducción del informativo Onda Alterna.
- **Gerente de Programación:** Mariela Jara; quién perteneció al Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. Es Productora del Programa EN CONTACTO, y se encarga del manejo de la programación de la radio en general.

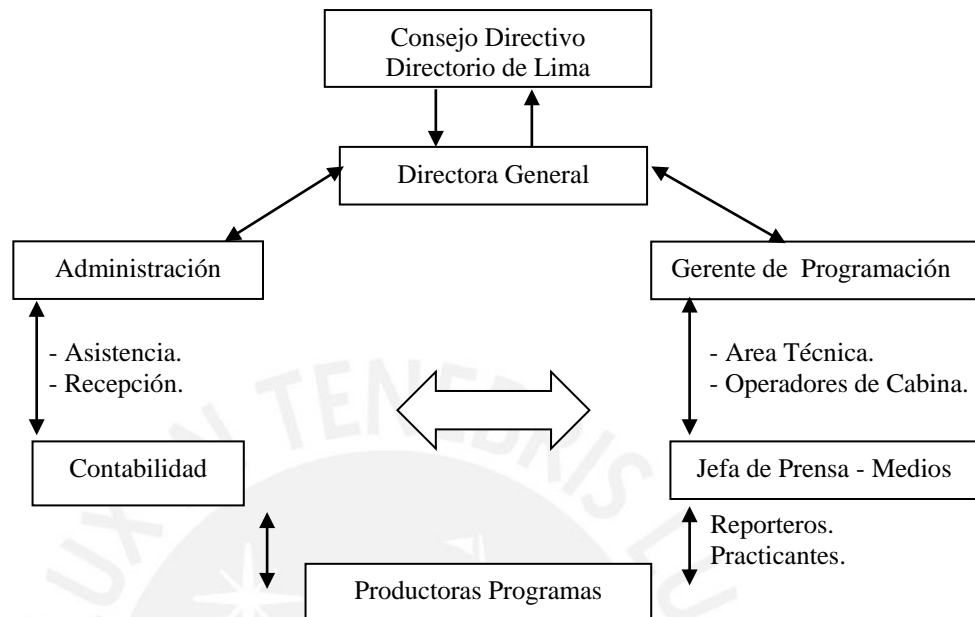
el impacto que se necesita para ganar audiencias, pero que para Milenia Radio son importantes en el sentido que puedan ayudar a la equidad y a la democratización de las comunicaciones en los diferentes aspectos de la vida del público en general: presentar acciones de mujeres y hombres, que luchen por un fin que contribuya al desarrollo social, seguimiento a leyes o proyectos que puedan mejorar el nivel y la calidad de vida, interés por leyes que apoyen a la mujer, etc.

- **Jefa de Prensa:** Rosa Cisneros, también procedente del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. Encargada de la producción del informativo Onda Alterna, además de la actualización de las noticias de la página web de Milenia Radio. La jefa de prensa cuenta generalmente con una o dos practicantes, dependiendo del tiempo en que tengan más necesidades.
- **Productoras:** Aquí tenemos a las demás integrantes del Personal de Milenia Radio. Entre ellas tenemos a Elsa Salazar y Yaned Fernández, ambas provienen de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Elsa Salazar es la productora y conductora del programa EL RITMO Y SABOR LO TRAIGO YO; mientras que Yaned Fernández es la conductora-productora del programa EN CONTACTO.
- **Personal Administrativo:** Aquí se encuentran el personal de la Administración que se está a cargo de Ana Doris Abarca, con la asistencia de Aurora Angeles, la contadora Judith Tello y la encargada de recepción Rocío Quispe.
- **Area Técnica:** Bajo la responsabilidad de Aldo Cadenas, quien se encarga del cuidado y mantenimiento de los equipos de emisión y grabación y coordina con los operadores de cabina: Carlos Flores y Giovanni Curi. Trabaja en directa coordinación con la Gerencia de Programación.

La estructura de la emisora si bien es vertical al establecer los cargos y las funciones, funciona de manera más bien horizontal, en el sentido que se da una relación directa, no se necesita guardar distancias por el cargo que se tiene dentro de la emisora¹⁰⁶.

¹⁰⁶ Me permito aquí dar a conocer un poco de mi experiencia al realizar prácticas en dicha emisora, ya que desde que ingresé a la misma encontré un clima de camaradería y de puertas abiertas a todas mis dudas referentes a la forma de trabajo y cómo poder desarrollarla de la mejor manera. Por otro lado, pude comprobar en todas sus integrantes un gran desprendimiento en compartir sus conocimientos sobre diversas temáticas desconocidas para mi persona, como fue en algún momento la defensa de los derechos de las mujeres y todos los instrumentos que se involucran dentro de ello, todo lo concerniente a normas legales, relación con los medios públicos y privados, y otros aspectos que me sirven mucho para ampliar mi formación profesional como Comunicadora Social.

La estructura de Milenia Radio vendría ser de la siguiente manera:



Hemos querido hacer énfasis en las relaciones horizontales que existen entre los integrantes del equipo a través de las flechas, que tienen una connotación de ida y vuelta, reflejando de esta manera que existe una comunicación fluida entre las/los integrantes de la organización. Sin embargo, las dos flechas separadas puestas entre la directora y el Directorio, confirma una relación que existe, pero de una forma un tanto más lenta y lejana, puesto que, como se explica en líneas anteriores, la relación existente no es muy fluida, por lo que no puede existir un intercambio rápido de experiencias y de propuestas.

2.4.6. Estrategias de Trabajo.

La estrategia de trabajo de Milenia Radio tiene tres ejes fundamentales, que permiten el avance de la emisora para su autofinanciamiento y desarrollo. Se apoya mucho en las áreas de trabajo que se detalla a continuación.

a. *Producción radial.*

Sus responsabilidades son:

- Ofrecer una programación de 12 horas diarias que combina música, información y programas participativos dirigidos a población adulta de los niveles socioeconómicos C y D, principalmente a las mujeres que viven en los conos y distritos populosos de Lima, capital del Perú.
- Descentralizar la información con perspectiva de género a través de los enlaces informativos con emisoras regionales, corresponsalía con redes internacionales entre ellas PULSAR-AMARC, CIMAC (México), La Tertulia (Centroamérica), La Redada (Bolivia), etc.
- Coordinar con los concesionarios que participan de la programación.
- Mantenimiento y actualización de la página web e intercambio con redes informativas del exterior.

b. *Capacitación en Producción, Gestión y Area Técnica.*

Esta estrategia se dirige a reforzar las habilidades radiales y fomentar la competitividad de la emisora. Asimismo, busca fortalecer el acceso a la información y promover una reflexión crítica de otros equipos radiales. Pretende también llegar a los estudiantes de comunicación para introducir el enfoque de género en su práctica profesional.

Estas capacitaciones se manifiestan a través de los talleres que se realizan con diversas productoras radiales a nivel local, nacional e internacional para el intercambio de experiencias. Asimismo, como parte del CRF, Milenia Radio busca estar presente en temas relacionados con los derechos humanos, participando en procesos como la Comisión de la Verdad, discusión de los tratados de Libre Comercio, los foros de la sociedad civil sobre derechos económicos, sociales y culturales, etc.

c. *Servicios de Producción.*

Milenia Radio brinda servicios de producción de spots, microprogramas, cuñas, jingles etc., tanto a instituciones que integran el CRF, como a entidades del Estado y a otras que forman parte de la lucha por los derechos humanos en general. Sin embargo, es un servicio de producción abierto, al que pueden acceder cualquier persona o institución en general. Con esta estrategia se quiere atender e incrementar la cartera de clientes para producir material radiofónico utilizado en campañas del calendario político, cívico y feminista. Incluye las siguientes etapas: diseño de campaña, investigación periodística y de género, elaboración de guiones, grabación, multicopiado, distribución y monitoreo.

Se organiza además campañas con cobertura nacional trabajando en coordinación con cien emisoras en el Perú y con las redes de comunicación nacional y regional. Asimismo, se realiza el mantenimiento de una audioteca al servicio de las/los integrantes de la red nacional de productoras/es radiales.

La gerente de programación refuerza la afirmación referente a los servicios que ofrece la emisora:

“Nosotras damos servicios de producción a diversas instituciones del Estado y la Sociedad Civil, organizamos campañas, diferentes actividades de comunicación y realizamos productos como miniserias, cuñas, radionovelas. Eso es una fuente de ingreso para nosotras y elaboramos una serie de proyectos para continuar con el área o ligar la capacitación, que ha sido un componente también de nuestra emisora”¹⁰⁷

Es a través de esta tercera estrategia como la emisora puede autofinanciarse y superar algunos de los momentos de crisis que se presentan, puesto que por su condición de ONG, depende mucho del presupuesto que le asigne la cooperación internacional después de la aprobación de proyectos.

¹⁰⁷ Fragmento de Entrevista realizada a Mariela Jara, Gerente de Programación de Milenia Radio. Lima, 3 de Noviembre del año 2003.

2.4.7. Inserción de la perspectiva de Género en una propuesta radial.

El estilo diferente de comunicación radial, que practica Milenia Radio conlleva a la aplicación de la perspectiva de *género*. Esto implica el conocimiento profundo de los hábitos de consumo y demandas de la audiencia femenina. El concepto de *género* es transversal a la programación de Milenia Radio y se visibiliza a lo largo de sus diferentes programas, como es el caso de “En Contacto”, motivo de esta investigación.

Este trabajo no sólo se limita a la programación en general de la radio, sino también conlleva una labor más amplia y ardua con el grupo de comunicadores y de profesionales que trabajen en la radio y/o se encuentren en diálogo directo con ella, ya que se quiere lograr un incremento de la consciencia entre los profesionales de los medios sobre la relevancia de la comunicación con enfoque de género como herramienta para el desarrollo nacional.

La efectivización de esta propuesta comunicacional de género demanda la interacción con actores sociales de clase, que se constituyen en fuentes de información, en su calidad de especialistas, portadoras de un determinado saber, o de beneficiarias directas, como son en este caso las organizaciones que trabajan por los derechos de las mujeres, o grupos sociales que buscan un reconocimiento público a sus demandas a través de un medio que les de cabida, como es el caso de Milenia Radio.¹⁰⁸

Sirve de apoyo a la propuesta de Género en la radio su cercanía con la realización de un periodismo cívico, comentada en el capítulo anterior, y que apoya la idea de una inserción de diferentes perspectivas, realizando una propuesta que incorpore a la ciudadanía, que apoye al debate abierto de una agenda pública de interés para todos en general.

¹⁰⁸ Proyecto de Radiocomunicación en el Perú. Octubre de 1994- Junio 1997

Por lo tanto, la difusión de una perspectiva de género dentro del ambiente radial es una línea estratégica para el CRF y Milenia Radio, como una forma de generar corrientes de opinión favorables al reconocimiento de la mujer como sujeto de derechos y a la vigencia de la igualdad de oportunidades para las peruanas.

2.4.8. Programación General.

Para tener una visión general de lo que es la programación diaria de Milenia Radio, se presenta el siguiente cuadro que nos muestra en detalle cuál es la distribución de los programas dentro de la rutina diaria de las audiencias que sintonizan la emisora. Orientada básicamente a la mujer, la programación ofrece música variada para todos los gustos, como un “gancho” para que otros receptores puedan tener acceso a un medio diferente y escuchen sus propuestas.

PROGRAMACIÓN MILENIA RADIO 1530 a.m.

EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LAS MUJERES Y DE LA DEMOCRACIA

Hora/Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
6 – 8 a.m.	<p align="center">Milenia a Tu Servicio <i>Boleros y Nueva Ola, intercalados con información útil para la mujer, familia y comunidad.</i></p>						
8 – 9 a.m.	<p align="center">Onda Alterna <i>Informativo con todas las voces y nuestra mirada</i></p>					<p align="center">Baladas y Nueva Ola más solicitada de la Semana.</p>	
9 – 10a.m.	<p align="center">Cajita de Música <i>Especial musical con todos los géneros diversos</i></p>					<p align="center">Brujula Pyme</p>	<p align="center">Milenia Ranking</p>
10 am a 11 am	<p align="center">En Contacto <i>Desarrollo de temas de derechos ciudadanos y espacio para informar a las mujeres sobre sus derechos humanos (con énfasis en violencia y salud)</i></p>					<p align="center">Baladas Y Salsas</p>	
11 am a 12 am	<p align="center">El ritmo y sabor lo traigo yo <i>Información en clave de humor</i></p>				<p align="center">Tiempos De Tarot</p>	<p align="center">Sólo Demo-Cracia</p>	<p align="center">Baladas y Salsas</p>

12 am a 2 pm	La Hora del Piqueíto <i>Música Nacional con revaloración de artistas</i>	
2 a 3 pm.	Baladas y Salsas	
3 a 3:10	Mi Vida en Trova	
3:10a 4:00p.m	Baladas y Salsas	
4 a 5 pm	Para no Olvidarte <i>Baladas del Recuerdo</i>	Voces de Mujer <i>Temas cantados por Mujeres</i>
5 a 6 pm	Recuerdos de Amor <i>Inolvidables de la nueva ola</i>	Bailando <i>Tropicales de 100pre</i>

(*) FUENTE : Archivo de Milenia Radio. Año 2002. Colectivo Radial Feminista
Auspicia : Instituto de la Mujer de España.

Se puede observar que la música juega un papel fundamental dentro de la programación, y esto debido a que aún están en búsqueda de financiamientos para nuevos proyectos de programas que puedan insertarse dentro de la rutina de Milenia Radio. Sin embargo, el fuerte de sus programas se encuentra en el horario matutino, donde las amas de casa comparten sus labores con la escucha de la radio, y muchas de las mujeres trabajadoras en diferentes actividades, se encuentran iniciando sus labores en compañía del medio radial.

Es en este contexto donde se inserta el programa radial “En Contacto”, que constituye el programa central del horario matutino. A través de un formato de entretenimiento e información desarrolla un discurso feminista, que será analizado en los capítulos posteriores. Programa que se vincula con diversas redes, tanto a nivel nacional como internacional, que son las mismas a las que se vincula Milenia Radio como institución y que se detallan a continuación.

2.4.9. Vinculación de Milenia Radio con Asociaciones y Redes.

Dentro de los Colectivos con los que Milenia Radio se encuentra vinculada¹⁰⁹ tenemos a los de nivel local, nacional e internacional.

A **nivel local**: CENDOC Mujer, Post Grado de Estudios de Género de la Universidad San Marcos, estudios de la Universidad Cayetano Heredia, Red Urgente de APRODEH (Asociación Pro Derechos Humanos).

A **nivel nacional**: CNR (Coordinadora Nacional de Radio) – IPS (Instituto Prensa y Sociedad), Red Radial Ideele, entre otras.

A **nivel internacional**, Milenia Radio busca la relación con algunas instituciones sobre todo que trabajan en materia de género, principalmente para establecer los intercambios de información de manera actual y dosificada, manteniendo de esta manera las agendas informativas paralelamente al desarrollo de acciones y actividades tanto de la coyuntura política – económica – social del país y su vinculación con las temáticas feministas. Entre estas instituciones tenemos las siguientes:

- Isis Internacional
- Mujeres ALAI
- Mujeres en Acción
- Mujeres en Red
- Mujeres Legendarias Red Mujer.
- Fundación Mujeres en Igualdad Fundación Mujeres.
- Feminista! FEMPRESS (proyecto que ya desapareció pero que interactuó con Milenia Radio en sus inicios).
- Agencia Informativa Pulsar (AMARC)
- Toda Mujer

¹⁰⁹ Más información sobre enlaces a Organizaciones de Género y Mujer en la siguiente dirección:
<http://www.mujerlider.com.ar/enlaces/linksgro.html>

- Católicas por el Derecho a Decidir.
- Allí y Ahora: Voluntarios para la cooperación al desarrollo del Tercer Mundo.
- Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán.
- Centro Feminista de Información y Acción, CEFEMINA. (Brasil)
- Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC).(México)
- FIRE -Radio Internacional Feminista.
- Fundación para la Promoción y Desarrollo de la Mujer.
- Instituto Social y Político de la Mujer.
- Programa Nacional de Prevención de la Violencia Intrafamiliar, SERNAM. (Chile)
- Red de Derechos Humanos de las Mujeres.
- Servicio de Noticias de la Mujer.

Como miembro de instituciones, Milenia Radio también se encuentra posicionada dentro de los que se dedican a una comunicación por el desarrollo y por una comunicación con perspectiva de género. Mariela Jara al respecto nos dice lo siguiente:

Somos parte de la Coordinadora Nacional de Radio (CNR) que lucha por la democratización de las Comunicaciones. Somos parte de AMARC, que es la Asociación Mundial de Radios Comunitarias: Gabriela Ayzanoa, nuestra directora, es la presidenta de la Red de Mujeres de AMARC.¹¹⁰

Como parte de iniciativas ciudadanas, Milenia Radio está inserta en el CLADEM, que es el Comité Latinoamericano para la defensa de los derechos de la mujer de América Latina y el Caribe; el GIN, que es el Grupo Impulsor Nacional Mujeres por la Igualdad Real; Milenia está también en el Consorcio FEM TV: Por una Publicidad no Sexista. También apoya en la Mesa de Vigilancia de los Derechos Sexuales y Reproductivos, que son las mesas en las que actualmente están participando con más fuerza. En los últimos meses del año 2003, participa activamente del colectivo: Mujeres por la Igualdad de

¹¹⁰ Fragmento Entrevista Mariela Jara. Lima, 3 Noviembre 2003.

Oportunidades, que están trabajando para que el Congreso de una ley de Igualdad de Oportunidades con equidad de género. Estas son las redes como sociedad Civil de Milenia Radio.

Las redes electrónicas virtuales con las que Milenia Radio intercambia información permanentemente son las siguientes: CIMAC, de México; La Tertulia, de Guatemala; FEM de Brasil; MUJERES HOY y EN LA MIRA, de Chile; la REDADA, de Bolivia, POONAL, de Alemania, entre otras. Existen algunas otras más en que la relación no es tan fluida, pero igual hay intercambio de información.

Las radios con las que tiene una relación y un trabajo constante son las siguientes: Radio Tierra, de Chile; Radio Endeavour (FIRE), de Costa Rica; Radio LaTacunga, de Ecuador; Radio Mujer, de Nicaragua; Radio La Habana, Cuba; Radio Versátil, de El Salvador; Radio Pachamama, de Bolivia.

No se puede olvidar **también la relación que tiene Milenia Radio con los colectivos de mujeres de las zonas populares de Lima**, la relación que existe con los Centros de Emergencia Mujer de la capital, y con las dirigentas de los comedores populares de Lima y el vaso de leche, las trabajadoras del hogar, que participan activamente en sus organizaciones y muchas se dan tiempo además para poder ser parte de una propuesta radial dentro de las emisoras que han surgido en los conos de la capital,¹¹¹ y de esta manera, poder llevar la propuesta de la voz de los sectores populares.

¹¹¹ Esta experiencia de las dirigentas que participan en medios radiales la pude comprobar con la asistencia a un taller organizado por Milenia Radio referidos a los derechos económicos, sociales y culturales. “Los DESC son para las mujeres: nuevos retos para la Radio”, realizado del 22- 25 de Octubre 2003.

2.4.10.Red de Productoras afiliadas a nivel nacional:

La Red Nacional de Productoras Radiales que impulsa Milenia Radio tiene la propuesta de la mujer como protagonista de la realización de la noticia y no sólo como sujeto de la misma. Ellas son parte del grupo de beneficiarias directas del proyecto de Milenia Radio. Las estrategias de Trabajo con la Red Nacional se dividen en 4 aspectos principalmente:

- Envío de materiales producidos como parte de la programación de la emisora, que puedan ser útiles para los equipos radiales de las regiones.
- Intercambio Informativo (A través de conexiones vía telefónica, y del correo electrónico de la radio, además del acceso a la página web de la radio).
- Mediar para que sus reivindicaciones y propuestas lleguen a las autoridades del Gobierno Central y tengan repercusión en la opinión pública.
- Programación de eventos públicos sobre políticas de comunicación, dirigido a las periodistas mujeres y otros equipos radiales, sobre todo aquellos afiliados a la CNR (Coordinadora Nacional de Radio).

La red de productoras participa activamente en los seminarios - talleres que realiza Milenia Radio en Lima, sirviendo éstos de puntos de encuentro para las diferentes experiencias radiales y el intercambio de las mismas entre comunicadoras de Lima y provincias, contrastando realidades, proponiendo ideas y realizando planes de acción en conjunto para seguir levantando una agenda con equidad de género.

2.4.11. Rol de las Comunicadoras de Milenia Radio.¹¹²

El rol de las comunicadoras de Milenia Radio es importante dentro de la actual coyuntura de los medios masivos de comunicación, por lo que consideramos conveniente dedicarle especial atención al respecto..

Para hablar del papel de las mujeres en los medios de comunicación debemos evaluar cuál ha sido éste, cuál ha sido el lugar que han ocupado y el rol que han desempeñado en relación a aspectos relevantes, como la producción de los mensajes que difunden.¹¹³

Se puede decir por ejemplo que en el ámbito político, el campo siempre ha sido prioritariamente masculino. Por este motivo, la prensa no ha valorado los aportes ni las propuestas dados por mujeres, por lo tanto, los Colectivos de Mujeres no pueden acceder con facilidad a los espacios informativos de los medios.

Por otro lado, se observa que la oferta del entretenimiento se da por el reforzamiento de valores, roles tradicionales entre hombres y mujeres, lo que refuerza los estereotipos sexuales existentes, impidiendo de esta manera la eliminación de la discriminación (y por este motivo hasta las propias mujeres se han hecho insensibles a su propia imagen de inferioridad). Los avances que las mujeres pueden haber logrado en materia política se banalizan en contraposición con el sexismo que se manifiesta en materia de publicidad.¹¹⁴

Es de esta manera que la mujer se inserta en los discursos de las audiencias. Y es en esta medida, que encontramos a las comunicadoras de Milenia,

¹¹² Se toma referencia del siguiente Documento: “Borradores para indicadores Peruanos en Comunicación y Mujer”. Mimeo. Colectivo Radial Feminista. (1994).

¹¹³ Una referencia importante para este punto es el referido al 1.2 del primer capítulo, que es el concerniente a la Situación de la Mujer en el medio radial.

¹¹⁴ Este comentario sale a raíz de una semana de escucha, en la primera semana de Marzo del 2004, de comerciales en diferentes radios de la capital, donde la mujer es puesta como objeto de compañía, de placer, de servidumbre, y no se le reconoce otro tipo de “status” mayor.

dentro de esta coyuntura de los medios de comunicación, presentándose como protagonistas directas desde un medio específico radial.

Las comunicadoras de Milenia cumplen un rol fundamental dentro de la emisora pues están comprometidas en cargos jerárquicos dentro de la misma, lo que las lleva a tener responsabilidades dentro y fuera de su medio, en contraposición a otras comunicadoras de otros medios cuyos jefes son mayoritariamente hombres, y cuya situación no las lleva a ningún cambio sustancial dentro del tratamiento de la información.

Las comunicadoras de Milenia cumplen entonces el rol de, valga la redundancia, comunicar, difundir y educar, a través de un medio, con autonomía y poder suficiente, para hacer valer sus derechos como profesionales y como mujeres.

Su conocimiento, experiencia y compromiso las lleva a levantar una agenda común de la radio, y en sus diferentes programas presenta la imagen de la mujer como sujeto de derechos, como fuente de información, hacen visibles sus aportes, hacen dialogar en el discurso radial las diferentes formas de ser mujer que existen en nuestro país y las profundas brechas de inequidad que afectan su avance como ciudadanas. Todo esto implica la construcción de un discurso con perspectiva de género en el medio radial.

Esta labor es ardua y grande, y llena de responsabilidad porque involucra impulsar el cambio en las mentes de las personas, los diferentes estereotipos que siguen causando tantos conflictos y discriminaciones. El ser parte de este cambio, el realizar campañas que ayuden a la igualdad y equidad, el proponer un nuevo tipo de comunicación radial, hace que las comunicadoras de Milenia Radio asuman los retos de la comunicación del nuevo milenio, que apuntan a fortalecer la democracia y fomentan un desarrollo inclusivo, con equidad de género y sostenible para nuestro país.

Después de haber desarrollado todo lo referente a la propuesta del grupo feminista en el medio radial, y específicamente en una emisora propia, pasamos a delimitar nuestra metodología de trabajo para el análisis de nuestro programa objeto de estudio, a partir del cuál verificaremos las características del discurso feminista radial.

El capítulo tres se presenta como bisagra entre nuestro marco teórico y nuestro análisis respectivo. Hemos querido desarrollarlo de la siguiente manera para poder centrar toda la explicación correspondiente a la parte metodológica en un capítulo intermedio que recoja elementos del marco teórico y explique la manera de aplicación del análisis del discurso específico.



CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA PARA UN ANÁLISIS DEL DISCURSO FEMINISTA RADIAL EN EL PROGRAMA “EN CONTACTO” DE MILENIA RADIO

3.1. El Método de Análisis del Discurso Radial

La ciencia que se ocupa del método como objeto de estudio es la Metodología.¹¹⁵ El método es el orden que se sigue en las ciencias para descubrir el conocimiento¹¹⁶. Representa una heurística¹¹⁷, es decir, un sistema de investigación que es un nexo entre las herramientas de análisis y los marcos dominantes de interpretación.

Para examinar nuestro objeto de estudio seguiremos un orden de acuerdo a un análisis específico: **el análisis de contenido o de discurso**, entendido como una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados o filmados¹¹⁸, donde puedan existir toda clase de registro de datos y cuyo denominador común sea su capacidad de albergar un contenido que, leído e interpretado adecuadamente “nos abra el conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social”¹¹⁹.

El análisis utilizado puede ser de dos tipos: cuantitativo, en el que predomina lo tangible, lo manifiesto y lo que puede ser registrado por unidades y características concretas; y el cualitativo, que hace referencia directa al contenido latente de los textos. Es dentro de lo cualitativo que elaboramos estrategias especiales que nos ayudan a entender el “contenido latente de los textos”, impregnados en este caso, en las grabaciones del programa radial “En Contacto”.

¹¹⁵ Jensen, Klaus Bruhn y Jankowski, N.W. “Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas”. Barcelona. 1991. pp 9 – 18.

¹¹⁶ Diccionario enciclopédico científico abreviado La Fuente. Editorial Ramón SOPENA. España, 1995. Primera Edición. Pág. 902. (1430 hojas).

¹¹⁷ Jensen, Klaus Bruhn y Jankowski, N.W. Op, cit. p.12

¹¹⁸ Andreú Abela, Jaime. “Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada”. En <http://www.fundación-centra.org/pdfs/S200103.PDF>, página de Internet donde se encuentra un texto amplio de 30 hojas sobre las técnicas de investigación más utilizadas en el medio.

¹¹⁹ Ibid.

Dentro de estas técnicas para el análisis del discurso en el programa de radio hemos recurrido en principio a la audición del programa mediante una matriz que se realizó para dicho fin. Para conocer mejor el medio donde se ubica el programa y sus etapas de producción recurrimos a la observación participante; técnica que nos permitió ser parte del medio y reconocer las características principales del medio radial y su programación; del mismo modo, para conocer acerca de la delimitación de las temáticas y aspectos internos de la radio utilizamos la entrevista a profundidad, para tener de forma precisa, la información desde las mismas protagonistas. Estas técnicas utilizadas permitieron ordenar y sacar a relucir las características del lenguaje radiofónico con perspectiva de género, insertos en una programación radial.

Para el análisis del discurso en la radio nos centramos en las características propias del lenguaje radiofónico: el estilo de locución, la denotación del discurso, los elementos como la palabra, la música, los efectos, las temáticas tratadas, la manera de apelar a las oyentes, la relevancia de las informaciones que se transmiten y su relación con la actualidad, lo que nos permitirá sacar a relucir las características propias de nuestro objeto de estudio.

3.2. Objeto de Estudio

El objeto de estudio de la presente investigación es **el discurso feminista radial desarrollado en el programa “En Contacto” de Milenia Radio**. El programa tiene características específicas para su estudio, tomadas en cuenta para la presente investigación. Estas características se vinculan a la forma de articular su discurso a través del lenguaje radiofónico, y al fondo desarrollado a través de sus temáticas. Desarrollaremos en primer lugar los aspectos básicos del programa para luego analizar los aspectos de fondo del mismo.

3.2.1. El programa “En Contacto”: Elementos Formales

Ubicación del Programa

“En Contacto”, programa producido por Milenia Radio, se emite a través de los 1530 de la amplitud modulada (AM) y es transmitido de Lunes a Viernes en el horario de 10 a 11 de la mañana. El programa se emite en vivo, y para tener un archivo de los mismos se realiza una grabación que queda como referencia de consulta. El auspicio del programa se desarrolla a través del Instituto de la Mujer de España.

Estructura

El programa se presenta dentro del género informativo- dialogado¹²⁰, en el cual la conductora es la voz guía que dirige las intervenciones, realizando comentarios de las noticias y estableciendo conexiones entre los actores que acceden a la radio como emisoras (que son las mujeres de las ONGs que representan al Movimiento Feminista) y de las mujeres que actúan de receptoras y oyentes de los discursos.

El programa inicia con una careta de presentación de la conductora y el auspiciador. Se separa en dos bloques generales, con un tema musical que puede ubicarse en cualquiera de los bloques. La pausa que se realiza a la mitad del programa sirve para transmitir la publicidad de los otros programas que emite Milenia Radio. El programa termina con la careta de despedida, donde se reafirma el nombre y el auspiciador.

Para explicar detalladamente la estructura del programa presentamos el siguiente cuadro¹²¹:

¹²⁰ Sobre género y formatos radiales mayor información en: Mata, María Cristina y Scarafia, Silvia. “Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico.” Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Quito, 1993.

¹²¹ El cuadro presenta la estructura que se da con mayor frecuencia en los programas analizados. Sin embargo, en la matriz de registro se realizará la estructura de cada programa en unitario, observándose algunos cambios en el orden de los segmentos al interior del programa.

BLOQUES	DURACIÓN
BLOQUE 1	22 a 26 minutos
1. Careta de Presentación.	20 segundos.
2. Saludo de la conductora.	30 segundos a 1 minuto.
3. Introducción al tema.	4 a 5 minutos.
4. Formatos empleados: Informes Entrevistas Charla (Comentarios de opinión o refuerzo).	5 minutos máximo. 10 a 15 minutos. 5 minutos
PAUSA: Para promoción de los diferentes programas de la radio, spots acerca del tema o spots referidos a las temáticas feministas.	4 a 5 minutos
BLOQUE 2	20 a 25 minutos.
1. Formatos empleados: Charla. Entrevista en set (o vía telefónica). Charla.	5 minutos 10 a 15 minutos 5 minutos
2. Tema musical	3 a 5 minutos.
3. Comentarios finales y Cierre.	5 a 7 minutos.

Recursos Humanos

La producción está a cargo de Mariela Jara, comunicadora social egresada de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y militante feminista que procede del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. La conducción del programa está a cargo de Yaned Fernández Prieto, periodista de la Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza, quién actualmente cursa una Maestría referida a Género en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. La parte técnica del programa, y las coordinaciones telefónicas “al aire” es realizada por el operador de cabina, Aldo Cadenas, comunicador social egresado de la Universidad Federico Villareal, quien participa dentro de las actividades de la radio.

3.2.2. El programa “En Contacto” como objeto de estudio

El programa se emitía entre los meses de Enero y Junio del año 2003, correspondiendo al primer semestre del proyecto del programa radial “En Contacto” con el Instituto de la Mujer de España como auspiciador. La

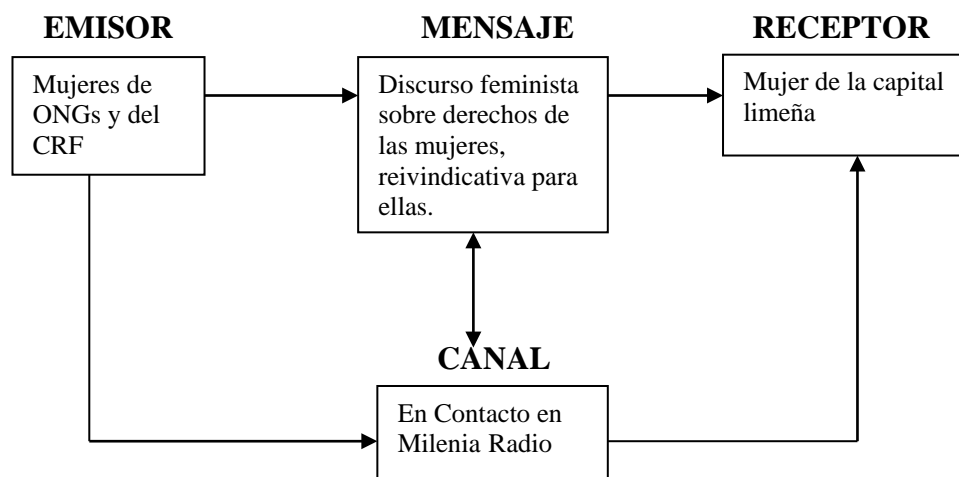
selección de este período de tiempo responde a las temáticas que se abordan en dicho período y su relación con la coyuntura actual del país en ese momento. El **lenguaje desarrollado dentro del discurso** del programa se constituye **como la forma del discurso feminista radial**, mientras que las **temáticas realizadas** se constituyen **en el fondo del discurso** desarrollado. Fondo y forma dan unidad al desarrollo de las características del discurso.

3.2.3. Propósito e importancia de estudiar “En Contacto” para las comunicaciones

El propósito principal es identificar las características con relación a las temáticas y el lenguaje utilizado en el discurso feminista radial desarrollado en el Programa “En Contacto”.

Las temáticas son importantes de considerar para las comunicaciones porque se desarrollan con relación a una comunicación con enfoque de género, valorando a la mujer en su papel activo dentro de los procesos de comunicación. El lenguaje utilizado sirve para establecer juicios de valor positivos, a través de un lenguaje que no discrimina, sino que alienta a públicos específicos, como son las mujeres.

La importancia de este discurso feminista en particular es su relación con los modelos básicos de la comunicación: un emisor específico que desarrolla un discurso específico con características particulares, referidas a una comunicación con enfoque de género, reivindicativa para la mujer. Este emisor específico se refiere a las mujeres pertenecientes a Organizaciones No Gubernamentales, generadoras de dicho discurso. El canal donde se desarrolla este mensaje lo constituye Milenia Radio, a través del cuál accedemos al público objetivo específico, constituido por las mujeres de la capital limeña. El Modelo básico trabajado vendría a ser el siguiente:



El sujeto mujer trabajado a través del discurso del programa resulta interesante para las comunicaciones porque desarrolla tres aspectos: la mujer de organizaciones feministas que incluyen su discurso dentro de la radio; las mujeres de organizaciones sociales, públicas y privadas que acceden a través de la radio a ser parte del discurso de “En Contacto”, y las mujeres a quienes se dirigen, aquellas a las que se les brinda educación a través de una difusión de sus derechos, donde se encuentra la mujer que trabaja en su casa y fuera de ella.

El equipo de comunicadoras que dirige el programa, y que forman parte de este discurso resultan importantes para la investigación porque conlleva dos características importantes: ser comunicadora social y ser feminista a la vez.

3.3. Tipo de Investigación a realizar.

El carácter de la investigación conducente a la presente tesis es **descriptivo-analítico**. El propósito del tema de investigación es identificar las características del lenguaje radiofónico y su vinculación con el discurso feminista.

El análisis está centrado mayormente en la investigación cualitativa, pues se utiliza a lo largo de la investigación las diferentes técnicas tales como la Observación Participante, la Entrevista a Profundidad, la audición de los programas a través de

una matriz específicamente diseñada, lo que nos permite concluir o deducir de acuerdo a elementos encontrados en la oralidad de los discursos. Para ello hemos planteado 2 hipótesis generales que han servido de base a lo largo de todo el proceso de investigación y que presentamos junto a los objetivos desarrollados paralelamente.

3.3.1. Hipótesis.

La hipótesis desarrolla una serie de relaciones¹²² que sirven de guía para la obtención de resultados o conclusiones que se espera encontrar al terminar la investigación desarrollada. Las hipótesis que presentamos son las siguientes:

Hipótesis 1:

El programa “EN CONTACTO” identifica en su lenguaje la articulación entre el discurso feminista relacionado con los recursos expresivos del lenguaje radial.

Hipótesis 2:

El contenido del programa radial “EN CONTACTO” logra desarrollar una agenda temática con base legal destacando la problemática feminista sobre violencia, leyes para la igualdad de oportunidades y derechos sexuales y reproductivos, con el objetivo de educar a las mujeres y establecer su liderazgo en las organizaciones de base.

3.3.2. Los Objetivos.

Las dos hipótesis planteadas se encuentran directamente relacionadas con nuestros dos objetivos básicos de la investigación.

¹²² Jensen, Klaus Bruhn y Janskowski, N.W. op cit. p 15.

Objetivo 1:

Identificar las formas radiofónicas del lenguaje en el discurso feminista que se desarrolla a través del programa radial EN CONTACTO.

Objetivo 2:

Identificar el carácter feminista vinculado a la agenda temática de EN CONTACTO a partir de una base legal, enlazada a los derechos de las mujeres para su educación y liderazgo, constituyendo de esta manera el fondo de su discurso.

Por tanto y para redondear la idea de lo trabajado, tenemos el siguiente cuadro donde exponemos la matriz metodológica realizada para la presente investigación:

EN CONTACTO EN MILENIA RADIO				
Diagnóstico				
El programa EN CONTACTO pretende ser una voz de los derechos ciudadanos de las mujeres a través de su discurso feminista en Milenia Radio. El programa se constituye como constructora de una agenda temática con base legal sobre democracia y equidad vinculadas a los derechos humanos en diálogo con la agenda política, cultural y económica de la sociedad peruana (*).				
Hipótesis	Objetivos	Actores	Variables	Indicadores
1. El programa “EN CONTACTO” identifica en su lenguaje la articulación entre el discurso feminista relacionado con los recursos expresivos del lenguaje radial	Identificar las formas radiofónicas del lenguaje en el discurso feminista que se desarrolla a través del programa radial EN CONTACTO	- Milenia Radio como Institución. - ONGs que apoyan la labor de Milenia.	- Relación Conductora con el discurso del programa. - Relación de la productora con el discurso del programa.	- Relevancia de las temáticas, conflictos que recoge el programa. - Número de veces que se habla de un tema específico.

Hipótesis	Objetivos	Actores	VARIABLES	Indicadores
2. El contenido temático del programa radial “EN CONTACTO” logra desarrollar una agenda temática con base legal destacando la problemática feminista sobre violencia, leyes para la igualdad de oportunidades y derechos sexuales y reproductivos, con el objetivo de educar a las mujeres y establecer su liderazgo en las organizaciones de base.	Identificar el carácter feminista vinculado a la agenda temática de EN CONTACTO a partir de una base legal, enlazada a los derechos de las mujeres para su educación y liderazgo, constituyendo de esta manera el fondo de su discurso.	-Conductora del Programa. - Productora del programa. - Dirigentas de Organizaciones Femeninas. - Presencia del Estado a través de sus Instituciones, Ministerios. - Público del Programa	- Relación Conductora-Productora. - Relación de las Instituciones con el discurso realizado. - Relación con las dirigentas de Organizaciones Femeninas.	- Mayor o menor presencia de Instituciones Públicas o del Estado en el programa. - Mayor o menor presencia de Instituciones, Organizaciones feministas y pro Derechos Humanos. - Denuncias realizadas a través del programa.

(*) Fragmento del texto del Proyecto de Comunicación del CRF NOV. 2001- MAY. 2002

Para ambas hipótesis se contemplan los mismo actores, variables e indicadores, que son desarrollados en la presente investigación.

3.3.3. Unidad de Análisis.

Se eligió como unidad de análisis o de registro los diferentes programas emitidos en la programación de EN CONTACTO.

3.3.4. La Muestra en En Contacto

La muestra es entendida como un subgrupo de una población de casos que se ha escogido para analizar. Nuestra muestra lo constituye el programa radial informativo - dialogado “En Contacto”. Lo hemos definido informativo - dialogado como aquel espacio que presenta una sola conductora, con estructura y recursos sonoros, presentando un espacio donde interactúan personas representativas de opinión y se realiza un conversatorio.

Nuestra muestra representativa la constituyen 18 programas en total (3 por cada mes), destacando la relación directa con los ejes temáticos elegidos: Vida Libre de Violencia, Derechos Sexuales y Reproductivos, Ley de igualdad de Oportunidades y la salvaguarda de la vigencia de los Derechos Ciudadanos.

Tomamos en cuenta también los programas especiales donde se trataron temas relacionados a alguna fecha feminista importante para la emisora, como el 8 de Marzo, día de la Mujer, y el 25 de Mayo, día de la salud de la mujer.

La elección del programa “En Contacto” como nuestro objeto de análisis se debió a la cercanía con la propuesta del mismo en Milenia Radio. “En Contacto” se constituye como el informativo dialogado central de la programación de Milenia, por estar dentro de la rutina del público objetivo al que va dirigido: mujeres de sectores populares de Lima Metropolitana y que pueden tener acceso a la escucha de los programas.

3.4. Elección de los ejes temáticos para la muestra abordados en En Contacto

Sobre la elección de los ejes temáticos, Mariela Jara, productora del programa En Contacto, señala lo siguiente:

”El programa lo que quiere es contribuir al proceso del ejercicio de la ciudadanía en derechos a partir de tres ejes fundamentales: el derecho a una vida libre de violencia, el derecho al respeto a la salud sexual y reproductiva y lo que son nuestros derechos como consumidoras en general de los servicios del estado”¹²³

A través de estos ejes se realiza la elección de la muestra, basada principalmente en lo temático, reafirmando lo investigado con referencia a las características comunicacionales del discurso feminista. Por lo tanto, los tres ejes temáticos fundamentales se constituyen en los siguientes:

¹²³ Fragmentos de entrevista realizada a Mariela Jara, Lima, 3 de Noviembre del 2003.

- Vida libre de violencia.
- Derechos sexuales y reproductivos.
- Derechos como consumidoras de los servicios del Estado. Este último eje temático está vinculado al seguimiento de una ley que garantice la igualdad de oportunidades para todos, principalmente a la mujer.

Al hacer referencia a la importancia de estos ejes temáticos, Mariela Jara, productora del programa refiere lo siguiente:

“El programa lo que quiere fundamentalmente es crear *corrientes de opinión pública a favor de los derechos de las mujeres en toda la población y particularmente crear conciencia de derechos entre las mujeres que son parte de nuestro público objetivo*. Nosotras pensamos que si uno toma conocimiento de sus derechos pues va a saber de que se trata y va a poder tener también acceso a información de cuáles son los mejores medios para ejercerlos. Pero sino hay esa primera noción, ese pleno conocimiento de que somos personas con derecho a tener derechos, pues es muy difícil poder avanzar en el proceso de construcción ciudadana”.¹²⁴

El establecer corrientes de opinión se vincula directamente con realizar el análisis y la profundización de los ejes temáticos anteriormente mencionados, estableciendo así una relación directa con una agenda temática que incida directamente en la educación ciudadana de las mujeres de bajos recursos económicos.

Las temáticas abordadas en “En Contacto” tienen una relación directa con los ejes temáticos que se desarrollan a través del programa. Estos ejes además tienen relación directa con otros que se maneja en el movimiento Feminista: *la democracia y la ciudadanía*, ejes que se desarrollarán a través de un lenguaje específico, planteando de esta manera una nueva concepción de mujer dentro del medio radial.

Los ejes temáticos se desarrollan a través de una muestra seleccionada, que reúne 18 programas, 3 por cada mes, elegidos de forma aleatoria y que tienen relación directa con los ejes temáticos que se están trabajando. Los temas seleccionados para el análisis son los siguientes:

Mes	Día	Tema	Título
Enero	15	V	No estamos solas frente a la violencia familiar y sexual
	20	DSR	La maternidad saludable es nuestro derecho
	22	V	Violación: entre el silencio y la denuncia
Febrero	05	V	Medidas de protección contra la violencia familiar y sexual
	06	V	Aborto en Adolescentes.
	20	DSR	Congreso y la Anticoncepción Oral de Emergencia
Marzo	05	LIO	8 de Marzo: Día Internacional de la mujer.
	07	DSR	Situación del VIH Sida en Mujeres
	31	LIO	Trabajadoras del Hogar, esclavas del siglo XXI
Abril	10	LIO	Mujeres y Partidos Políticos: Un modelo para armar.
	22	LIO	Necesitamos una Ley de Igualdad de Oportunidades.
	30	DSR	Acceso a los Servicios de Planificación.
Mayo	05	V	Eliminación Conciliación en Casos de Violencia Familiar
	13	LIO	Rasgos de la Inequidad de Género.
	28	DSR	Día Mundial de la Acción por la Salud de la Mujer.
Junio	09	DSR	Futuro de los Derechos Sexuales y Reproductivos en el Perú.
	20	LIO	Día de la Educación No Sexista.
	26	LIO	Derechos de la Población Homosexual

Leyenda:

Violencia (V)

Derechos Sexuales y Reproductivos (DSR)

Ley por una Igualdad de Oportunidades (LIO)

3.5. Elementos y Conceptos que se desarrollan e interactúan en nuestra investigación.

Para la comprobación de las hipótesis y los objetivos de la presente investigación, tomamos como nuestra referencia principal el programa radial “En Contacto” de Milenia Radio y desde allí vamos a analizar el discurso feminista radial, apoyados por elementos y conceptos específicos.

Estos conceptos desarrollados más ampliamente en el marco teórico constituyen el marco interpretativo para el análisis del programa.

3.5.1. En Contacto y el Feminismo

A través del programa “En Contacto”, reconocemos las características propias del discurso del Movimiento Feminista como organización en sí misma, desarrolladas en nuestra investigación a partir de la historia del Movimiento, de sus principios básicos, y sobre todo, de una “comunicación con enfoque de género,” que sea incluyente de las mujeres y las considere sujetos antes que objetos de la comunicación. Perspectiva con la que se liga todo el trabajo a través del programa radial, y la inserción de su discurso dentro de los medios de comunicación.

3.5.2. En Contacto y la Presencia de la Mujer.

Se dialoga con las diferentes presencias femeninas tales como las mujeres de organizaciones de base, las mujeres que tienen vinculación con las Organizaciones No Gubernamentales, las mujeres de organizaciones sociales tanto públicas como privadas. Se realiza un diálogo directo con las oyentes, a quienes se apela como usuarias de los servicios que ofrece el programa, brindándoles educación para el reconocimiento de sus derechos y liderazgos femeninos, promoviendo de esta manera, una nueva concepción de mujer en el medio radial.

3.5.3. En Contacto con la Radio.

Reconocemos el interés del Movimiento Feminista al contar con un programa radial como “En Contacto” y hacer uso del lenguaje radiofónico, permitiendo de esta manera la inserción en el espacio público¹²⁵ a través de la radio. La creación y desarrollo de una emisora propia se hace indispensable, con una organización, estructura, objetivos, misión y trabajo de redes que permitan desarrollar una nueva propuesta basada en las características del movimiento.

3.5.4. En Contacto en Milenia Radio.

Es a partir de la creación de una emisora propia con la que el Movimiento Feminista, las actoras de Milenia Radio y del programa EN CONTACTO se encuentran en diálogo para presentar su “propuesta alternativa”.

Propuesta que se basa en el uso de un lenguaje entendido como forma de llegar a un público específico, en este caso las mujeres de bajos recursos económicos de Lima Metropolitana, trabajando de esta manera la perspectiva o enfoque de género como su instrumento de análisis principal. El aporte de los conceptos de democracia y ciudadanía se relaciona con el establecimiento de redes que permitan el desarrollo de las mujeres de escasos recursos económicos. Conceptos tales como la autonomía, la diversidad, la horizontalidad y los conceptos que tienen que ver con el ámbito legal, de los derechos de las mujeres, permiten el desarrollo de la propuesta de En Contacto en Milenia Radio.

3.5.5. En Contacto y sus conductoras: feministas y comunicadoras.

Se compagina la relación de lo comunicativo con lo feminista, entre la dualidad presente en las conductoras de ser “comunicadoras” y “militantes feministas” a la vez. Ellas se distinguen dentro de Milenia Radio, el medio alternativo de comunicación dentro de los demás discursos radiofónicos que se presentan en la AM.

La investigación del discurso feminista radial nos ha llevado a realizar esta recapitulación de los conceptos que interactúan a lo largo de la presente tesis para poder vincularlos con los criterios comunicacionales y el desarrollo de matrices para su estudio.

¹²⁵ Espacio Público entendido como espacio simbólico donde diversos públicos, emisores, se juntan para

3.6. Criterios Comunicacionales para el análisis del discurso.

La presente es una investigación conducente a la tesis a presentar en la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica de Perú, en la especialidad de Comunicación Audiovisual. Por lo tanto, existen criterios que se deben tomar en cuenta referidos a las dinámicas de la comunicación presentes en el objeto de estudio: el discurso feminista radial. Realizaremos el análisis guiados por tres modelos principales de comunicación:

3.6.1. Modelos Metodológicos para el análisis del discurso radial.

3.6.1.1. El Modelo de Lasswell:

Nos referiremos a la fórmula básica de Lasswell¹²⁶: *quién dice qué porqué a quién y con qué*. Nos interesa este modelo en dos aspectos fundamentales: qué se dice y en qué canal, elementos importantes para poder entender el discurso feminista radial analizado a través del programa EN CONTACTO. A estos dos elementos del modelo de comunicación de Lasswell les asignó un tipo de análisis particular:

- **Qué se dice: Análisis de Contenido o Discurso** → Vinculado al lenguaje radiofónico desarrollado y a la temática que se trabaja.
- **En qué canal: Análisis de los medios** → Vinculado a Milenia Radio

3.6.1.2. La investigación comunicativa de Rodrigo Alsina:

Nos referiremos a Rodrigo Alsina, importante investigador quién plantea el estudio de la comunicación a través de prácticas, procesos y medios.

formular una “opinión pública”

¹²⁶ McQuail , Denis. “Modelos para el Estudio de la Comunicación Colectiva”. EUNSA. Pamplona España. Tercera Edición. 1997. pp 41 - 85.

Nosotros desarrollaremos **el estudio específico de los procesos**, que se dan a partir de 5 fases¹²⁷: las tres primeras son utilizadas en este modelo:

- Primera Fase: Ideación – Elaboración.

Entendemos como IDEACIÓN, la realización o elaboración de las ideas, conceptos, frases, elementos previos al programa y al discurso del programa. Abarca principalmente toda las referencias de los conceptos o elementos que deben interactuar en un discurso con características determinadas, el marco teórico donde se sustenta las propuestas básicas del proyecto a realizar, la etapa previa al desarrollo del programa.

La presente tesis abarca en esta fase la búsqueda bibliográfica de todos los elementos que interactúan en la idea básica del programa en general y de la radio misma donde se realiza la emisión de EN CONTACTO. Asimismo toda la relación que se establece entre los distintos conceptos y elementos que tienen una incidencia directa en el discurso del programa. Y además, el sustento verbal proporcionado por las mismas personas e instituciones que forman parte del discurso.

- Segunda Fase: Planificación – Producción

La PLANIFICACIÓN es entendida como el proceso de unión de conceptos, ideas, y otros que pueden dar luz a la producción de proyectos de todo tipo y de diferentes ámbitos de estudio. Abarca todo el orden a realizar en el desarrollo de los elementos indispensables dentro de un proyecto.

En nuestra investigación encontramos básicamente la fusión de las ideas antes mencionadas plasmadas en un programa radial, la elaboración a nivel de medio de comunicación para públicos específicos, las formas y fondos que se utilizan para el establecimiento

¹²⁷ Según Rodrigo Alsina, los procesos se dan a través de 5 fases principales, las primeras 3 las desarrollaremos en la presente tesis, mientras que las 2 restantes se refieren a Impacto – Recepción e Interpretación – Memorización, aspectos que no interesan de manera sustancial a la investigación.

de los procesos comunicativos. Básicamente los aspectos tratados en el capítulo referido a Radio Milenia y su ejecución y desarrollo, visto en la programación general para luego incidir sobre un programa específico.

- Tercera Fase: Programación – Difusión.¹²⁸

La PROGRAMACIÓN es entendida como la distribución de los diferentes tipos de formatos en programas que se ofrece para el entretenimiento de públicos específicos. Involucra las características particulares del programa específico y la forma de cómo se difunde a través del medio escogido.

En la investigación, esta fase se centra el capítulo 4, en el análisis de los programas y cómo ha sido esa difusión que realizan las actoras emisoras, lo que nos arrojará una reflexión sobre el modelo de comunicación desarrollado.

3.6.1.3. La Comunicación Colectiva en Maletzke

Nos referiremos al modelo de Maletzke¹²⁹ en el proceso de la comunicación colectiva, sobre todo a las variables relacionadas con el comunicador como emisor del mensaje, que en el caso específico de la presente tesis se presentan como emisores colectivos que pertenecen a Organismos No Gubernamentales. Las variables utilizadas en este modelo son *la elección de transmitir aquello que se transmite y su modo de configurar el mensaje*, lo que llamaríamos la *conducta comunicativa del comunicador*.¹³⁰

El comunicador, según Maletzke, es influido por una serie de factores para elaborar su discurso, que son los siguientes:

¹²⁸ Alsina, Miguel Rodrigo. “Teoría de la Comunicación – Ambitos, métodos y perspectivas”. Universidad Autónoma de Barcelona. Aldea Global 11. Serie de Publicaciones 2001. 235 páginas.

¹²⁹ McQuail, Denis. Op. cit, pág. 75.

¹³⁰ McQuail, Denis. Op. cit, p. 76.

- La presión o exigencias del mensaje.
- La presión o exigencias del medio.
- La autoimagen del comunicador.
- La estructura de la personalidad del comunicador.
- El comunicador como miembro de un equipo de trabajo.
- El comunicador dentro de su organización.
- La presión y las limitaciones producidas por el carácter público del contenido de los medios.
- El entorno social del comunicador.

Para nuestro estudio se analiza los elementos anteriores a través de las comunicadoras y su relación en Milenia Radio y “En Contacto”. Nuestras emisoras son voces que forman parte de las organizaciones del Colectivo Radial Feminista. Como comunicadoras, es importante conocer su medio y su participación desde el medio, en este caso Milenia Radio, y la interacción que existe de ellas en él y fuera de él.

3.7. Desarrollo de los instrumentos metodológicos.

Se han diseñado 4 instrumentos metodológicos, técnicas que han servido en el acercamiento a la realidad del discurso feminista radial. Estos instrumentos han aportado sustancialmente a la presente investigación, y son los siguientes:

3.7.1. El acceso al espacio de Comunicación en Milenia Radio.

La Observación Participante es entendida como la técnica de acceso a las fuentes, la técnica que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes, durante la cuál se recogen datos de modo sistemático¹³¹. Para este caso específico, la observación participante se basó en el acceso a la organización a analizar, en este caso Milenia Radio como institución. Se pudo acceder a los espacios de trabajo, a la forma de interacción de las

actoras de la presente investigación y del desarrollo de la producción del programa mismo, permitiendo de esta manera poder ser parte de la realidad a analizar. El Rapport¹³² positivo establecido casi desde el inicio ha sido un eje fundamental para todo el desarrollo de la presente investigación.

3.7.2. El conocimiento de los actores

La entrevista a profundidad, es entendida como entrevista cualitativa abierta, en la que el objeto de la investigación está constituida por la vida, experiencias, ideas, valores y estructura simbólica del entrevistado aquí y ahora.¹³³ Para la presente investigación, las dos entrevistas realizadas a la productora y a la conductora del programa EN CONTACTO sirvieron de apoyo teórico y práctico en la investigación. Para las entrevistas se realizó un balotario entre 35 y 40 preguntas, que se presentan como anexo en la parte final de la Investigación.

3.7.3. La realización de la Matriz de Registro de los Programas.

La matriz de registro se elabora sobre la base de una ficha de carácter DESCRIPTIVO que nos permite identificar los elementos básicos de cada programa de forma resumida. Para ello se diseñó la ficha que se presenta a continuación, con los siguientes elementos a considerar en ella.

Número Programa	Tema	Fecha Emisión	Tiempo	Estructura	Descripción
Según el orden de Registro del mismo	Referido a la presentación de los 3 ejes temáticos que se	Día, mes y año.	Minutos de duración	Delimitada por los siguientes aspectos: - Careta - Saludo - Introducción	Orden y perspectivas en que se desarrollan el tema principal y los temas

¹³¹ Galindo Cáceres, Luis Jesús “Métodos Cualitativos de Investigación”. Biblioteca Veracruzana, 1997. pp 35 – 99.

¹³² Rapport entendido como comunicar la simpatía que se siente por los informantes y lograr que ellos la acepten como sincera. Es un proceso que toma tiempo y que lentamente se espera se dé en el proceso de investigación.

¹³³ Galindo, J. (Coordinador).”Técnicas de investigación en Sociedad, cultura y comunicación. México:1998. Pearson/ Adison Wesley Longman. pp 277 – 337.

	eligieron para el análisis.			<ul style="list-style-type: none"> - Formatos empleados más utilizados - Pausas. - Cierre. 	secundarios.
--	-----------------------------	--	--	---	--------------

La ficha presentada es de elaboración propia. Se trabaja de manera horizontal en el registro para la pronta ubicación y comparación de los ítems más descriptivos del programa.

3.7.4. Matriz para el análisis del discurso de los programas.

La Matriz lo conforman una serie de pautas que van a guiar el análisis de la investigación y poder comparar así los marcos teóricos y modelos de comunicación desarrollados. En los métodos cualitativos las matrices pueden tener diferentes características y diferentes elementos a considerar dentro de su desarrollo en función del objeto de estudio y de los objetivos de la investigación.

El siguiente esquema matriz es un esquema básico para el análisis del discurso de los programas, que permite relacionar los conceptos claves desarrollados dentro de los criterios metodológicos de la investigación.

Esta matriz se basa en los aspectos principales del **lenguaje radiofónico**¹³⁴, entendido éste como el conjunto de formas sonoras y no – sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos y el silencio, que constituyen los elementos básicos de este lenguaje.

Para ello se consideran los siguientes aspectos, que servirán como elementos de apoyo para el desarrollo del análisis del discurso feminista radial¹³⁵:

¹³⁴ Balsebre, Armand. “El Lenguaje Radiofónico”. Madrid: Cátedra, 1994. Serie Signo e Imagen: 35. 250 páginas.

¹³⁵ Recordemos al discurso radiofónico en primer lugar como una temporalidad que tiene unidades que se suceden en una línea temporal y contiene una estructura secuencial ininterrumpida. Los elementos desarrollados en esta matriz están en directa relación de poder analizar los elementos del lenguaje radiofónico que ayudan al análisis del discurso feminista radial.

I. Datos de Registro	
Número de Programa	Orden correlativo.
Fecha	Día, mes y año.
Tema	De acuerdo a los 3 ejes desarrollados.
Objetivos	Lo señalan las emisoras del programa.
II. Características de la forma del discurso.	
Emisoras del discurso	Las conductoras y las personas que intervienen externamente de otras organizaciones o instituciones.
Estilo de Locución	Tres aspectos principales
a. Características físicas	Tono de voz: Adecuado, bajo, alto. Pronunciación: Clara, correcta, incorrecta.
b. Características psicológicas	Nivel de empatía: Positivo o Negativo Nivel afectividad e identificación mostrada hacia el discurso. Frases o elementos que apoyen a la identificación con el público oyente.
c. Características comunicacionales	Uso del lenguaje radial: sencillo, claro, correcto o incorrecto. Recurso sonoro más utilizado: La palabra, los efectos, la música o el silencio.
Denotación de la locución	Temas e ideas principales que se dicen en el discurso.
III. Modo de Producción del discurso	
Periodismo Cívico	Se consideran las etapas o estrategias utilizadas y la forma cómo se realiza dentro del discurso, vistas en nuestro marco teórico. ¹³⁶
Formatos empleados	Los formatos que se utilizan con mayor frecuencia, trabajados en nuestro marco teórico: Entrevista ¹³⁷ , Informe, Charla (Comentarios de opinión)

¹³⁶ Estas claves se han tomado de “La Pizarra, Revista de Comunicación Práctica”. Una Publicación de Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Año 8, Número 35. Setiembre 2000. No se han tomado en consideración todas las 8 claves del periodismo cívico en general porque se encuentra adaptado para su uso en redacción de prensa. Sin embargo son cuatro las que hemos adaptado para el presente trabajo de investigación.

¹³⁷ Relación tomada de la revista “Palabra de Mujer!. La experiencia de ser promotora popular de comunicación”. Documento de trabajo y análisis desarrollado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, bajo la dirección de Rosa María Alfaro. Experiencia realizada por dirigentes de comedores populares y de salud de los distritos de San Juan de Lurigancho, Ate-Vitarte, Cercado de Lima, Independencia, San Martín de Porras, San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo. Junio de 1987. La descripción de cada uno de los tipos de entrevistas se tiene como anexo en la parte final de la tesis, adaptada para la investigación.

Música	Tipo de música empleada (estilo), funciones desarrolladas a través de la música, correlativa al tema, aciertos y dificultades en su uso,
Efectos	Tipo de efectos y que aspectos cumplen. Ambientales o Descriptivos.
IV. Temáticas e ideas que trabaja el discurso.	
Temas directamente relacionados al discurso feminista.	Mención del tema principal, seguido de los temas secundarios referidos a los tres ejes temáticos y a las diferentes variables que se insertan dentro de ellos. (*Ver final cuadro)
Temas indirectamente relacionados al discurso feminista.	Actividades o diferentes temas feministas, no relacionados con los 3 ejes principales.
Temas de interés nacional	Temas referidos a cuestiones sociales, económicas, políticas, de interés general para la población, no sólo para las mujeres.
V. Comentario Cualitativo	
Imagen de la mujer	Cómo aparece la mujer dentro del programa.
Rol de la mujer	Cuáles son los roles que se destacan más, o a los que se debería apuntar.
Enfoques desarrollados	Ideas sobre la posición en que son presentados los diferentes actores del discurso, tipos de soluciones o acciones legales, desde qué perspectivas, se hacen denuncias o se solicita ayuda.

(*) Al respecto presentamos el siguiente cuadro que agrupa una serie de variables a considerar dentro de los 3 ejes temáticos que se desarrollan en el programa.

EJE 1: Vida Libre de Violencia
<ul style="list-style-type: none"> a. Educación y Formación. b. Violencia, violación, acoso, muerte. c. Derechos Legales. d. Mujeres de las minorías (Grupos discriminados)

EJE 2: Derechos Sexuales y Reproductivos
<ul style="list-style-type: none"> e. Salud de las mujeres. f. Control de la Natalidad. g. Orientación Sexual. h. Mujer y Religión. i. Cambio en los papeles de las mujeres, dentro y fuera de casa. j. Cuidado de la infancia k. Mujer y derechos humanos.
EJE 3: Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos ciudadanos)
<ul style="list-style-type: none"> l. Asuntos sobre Mujeres Rurales. m. Participación activa en la sociedad dentro de organizaciones, grupos de dirigencia, participación en general. n. Mujer y poder en las diferentes áreas de la sociedad: política, negocios, educación. o. Mujer minusválida. (discapacitada) p. Mujer y Trabajo: Condiciones de trabajo, salarios, oportunidades para negocios, desempleo.
Otros
<ul style="list-style-type: none"> q. Representación de las mujeres en los medios de comunicación: Prensa, radio, televisión, cine. r. Mujer y Ciencia/Tecnología. s. Cultura, entretenimiento.¹³⁸

A través de las temáticas observamos el uso del lenguaje radiofónico entrecruzado con el discurso radial desarrollado por las comunicadoras de En Contacto, importante para el entendimiento del discurso desde la perspectiva de la Comunicación Audiovisual, especialidad en la cuál se presenta esta investigación, y con la cuál se dialoga en el desarrollo de los elementos de este esquema de matriz.

3.8. Etapas y Cronograma de la Investigación

Procedemos a la identificación de las etapas que se han desarrollado para la investigación:

¹³⁸ EL siguiente listado ha sido realizado mediante una fusión de ideas propias junto con un listado similar aparecido en la parte metodológica de la Investigación “Representación de género en los informativos de radio y televisión”, realizada por RTVE Grupo de España, más conocido como el Instituto de Radio y Televisión Española, en el año 2001. Esta Investigación fue apoyada por el Instituto de la Mujer y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, y fue presentada en el Seminario “Tratamiento

3.8.1. Primera Etapa: Exploración y Planificación

El planteamiento del problema se desarrolló al término de las prácticas pre-profesionales, entre Julio – Octubre 2003, en Milenia Radio. Aquí surge la inquietud de investigar el discurso feminista dentro del programa radial por pertenecer a una realidad de la que teníamos poco conocimiento. Para ello realizamos lecturas acerca de la constitución del medio radial feminista para el marco teórico; la escucha de los programas radiales realizados que se tenían en archivo y revisiones de informes y pautas del programa. Se realiza finalmente la propuesta de la presente tesis para presentarla a la Facultad en Octubre del 2003, para que pudiera ser aprobada en Noviembre del 2003 y comenzar la investigación.

3.8.2. Segunda Etapa: Marco teórico e Identificación de las fuentes bibliográficas.

Se realizó una búsqueda bibliográfica ardua que permitió vincularnos con el discurso feminista a analizar. Esta búsqueda se realizó entre Setiembre 2003 y Mayo 2004. La búsqueda bibliográfica se realizó en cuatro partes:

- La primera de ellas en la biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Perú, donde los textos consultados principalmente son de la Biblioteca de Ciencias Sociales y la Central, ya que el discurso feminista tiene una relación directa con las ciencias sociales. Aquí entre las autoras más importantes podemos citar a Virginia Vargas Valiente, Judith Butler, Maruja Barrig, Narda Henríquez, Norma Fuller Osores, Linda Mc Dowell, Virginia Guzmán, entre otras, quiénes desarrollan posturas frente al feminismo y a la cuestión de género. Con relación al discurso radiofónico, historia de la radio y otros, básicamente en la biblioteca central. Entre los autores destacados para la investigación podemos citar a Rosa María Alfaro, Sandro Maccasi, Helena Pinilla, Juan Gargurevich, Alonso Alegría, Gina

Gogin, María Cristina Mata, y otros. Y entre los teóricos de la comunicación citados tenemos a Laswell, Dennis McQuail, Dominique Wolton, Jesús Martín Barbero, Rodrigo Alsina, entre otros.

- La segunda parte se realizó en la Biblioteca del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán¹³⁹. Aquí se revisaron libros sobre las teorías del feminismo, para reforzar lo referido a marco teórico. Entre las autoras revisadas tenemos a Janet Saltzman, Elena Beltrán, Silvina Alvarez.
- La tercera parte se realizó en la Biblioteca del Colectivo Radial Feminista, revisando los proyectos del CRF, textos pertenecientes a ONG's que integran el CRF, revistas de comunicación, revistas de mujer y comunicación y otros. Tuvimos acceso a diversos documentos de trabajo y proyectos que se debían evaluar sólo en la radio misma, lo que demandó mayor cantidad de tiempo para elegir sobre qué documentos eran importantes o no para la investigación.
- La última parte fue la búsqueda bibliográfica en Internet, a través de los buscadores especializados para ello. Principalmente se utilizó el Google Perú, pero también se tuvo acceso a otros buscadores tales como Altavista y Yahoo. En la búsqueda a través del Internet se pudo comprobar que existe una gran bibliografía colgada en la web acerca de las actuales feministas y sus diferentes posturas, esto a través de ensayos, artículos y otros. Además existen diversas instituciones que publican informaciones de importancia dentro de sus páginas electrónicas.

3.8.3. Tercera Etapa: Entrevistas a profundidad.

La tercera etapa de la investigación, desarrollada paralelamente a la segunda, fue la realización de dos entrevistas a profundidad a la productora y a la

del 2003 en Cartagena de Indias, Colombia.

¹³⁹ Sito en Parque Hernán Velarde N° Parque Hernán Velarde N° 14, Lima 1 (altura cuadra. 2 de Av. Petit Thouars), realizándose 2 visitas en el mes de Noviembre del 2003.

conductora del programa radial EN CONTACTO, realizadas los días 3 y 12 Noviembre 2003. Estas entrevistas se realizaron en dos sesiones de trabajo, una para cada una de las entrevistadas, con una duración de dos horas con cada una. Para estas entrevistas se utilizó la técnica del “marciano”, es decir, las entrevistas se realizaron como si fuera la primera vez que se tomaba contacto con ellas para conocer la radio y la programación en general.

Posteriormente se realizaron conversaciones informales con la productora y conductora acerca del programa y algunos puntos que no quedaban claros, entre los meses de Febrero – Abril 2004, además de sesiones con la jefa de prensa, en junio del 2004.

3.8.4. Cuarta etapa: El Universo y la Muestra.

La cuarta etapa la realizamos entre los meses de Noviembre 2003 - Enero 2004 y Marzo – Abril 2004. La selección de los programas a analizar de EN CONTACTO, abarcaba 6 meses entre Enero y Junio del 2003, revisándose un total de 96 programas. La elección de estos programas se dio bajo los siguientes criterios:

- Programas en relación directa con los 3 ejes temáticos a tratar.
- Programas técnica y radiofónicamente claros.
- Programas con pautas completas.

Al aplicar los criterios en los 96 programas, se redujo la muestra a 40 de ellos, por cuestiones de acceso. De esa muestra, de acuerdo a los dos últimos criterios de selección, sólo 18 cumplían los criterios para ser considerados elementos de muestra. Se redujo a 3 programas por mes, pues en el descarte de programas se encontraron algunos que tenían características repetitivas, eligiéndose los programas que recogían una visión más general y mejor desarrollada.

Después de esta selección se procedió a la escucha y al análisis de los mismos, con una matriz de registro y una matriz de análisis construida para dicho fin.

A continuación, después del desarrollo de la metodología expuesta en el presente capítulo, pasamos sin más preámbulos al análisis de los programas seleccionados de “En Contacto”, análisis al que hemos llegado después de la sistematización de la información obtenida a través de la audición de los programas.



CAPÍTULO 4

EN CONTACTO...CON LOS DERECHOS DE LA MUJER

Después de haber señalado el programa metodológico de la presente investigación, entramos de lleno al análisis del discurso feminista tal como se manifiesta en el programa radial “En Contacto”. Este análisis se ha realizado en dos etapas fundamentales. En primer lugar, la escucha y análisis de los 18 programas que constituyen la muestra seleccionada y el vaceado general de la información respectiva de acuerdo a la matriz que hemos desarrollado, que se presenta en la parte final de nuestra investigación¹⁴⁰. En segundo lugar, el resumen de los puntos desarrollados en la matriz de los 18 programas, a los cuáles haremos referencia directa para extraer las características principales del discurso a las cuáles se han llegado.

Antes de realizar el análisis respectivo, es necesario contextualizarlo dentro de la programación de Milenia Radio y dentro de la situación sociopolítica que vivía nuestra ciudad capital Lima, como parte de la realidad globalizante para el programa en el período de tiempo a analizar, correspondiente al semestre de Enero – Junio 2003, de Lunes a Viernes, en el horario de 10 a 11 de la mañana.

La relevancia de abordar la coyuntura política en el país relacionada con Milenia Radio y específicamente con el programa En Contacto, radica en la relación con la agenda temática que levanta En Contacto a partir de tres ejes fundamentales:

- Vida Libre de Violencia
- Derechos Sexuales y Reproductivos
- Ley de Igualdad de Oportunidades,

que iremos desarrollando a partir de contextualizar la agenda de Milenia Radio basada en estos ejes fundamentales.

¹⁴⁰ Específicamente a partir de la página 151 del presente documento.

4.1. La Agenda de Milenia Radio y la coyuntura en la ciudad de Lima

4.1.2. Las Políticas Públicas de Salud Sexual Reproductiva y la Posición del Colectivo

En el lapso del período a analizar (Enero – Junio 2003) se vive un clima de inestabilidad política en la ciudad capital, debido a factores que son desarrollados directamente en la programación de Milenia Radio y específicamente en el programa “En Contacto”. Situación que tiene que ver específicamente con uno de los ejes, referido a los derechos sexuales y reproductivos.

Existe una inestabilidad creciente en las políticas aplicadas en el Ministerio de Salud, debido a que el Ministro Fernando Carbone, antepone sus principios religiosos¹⁴¹ a la aplicación de las denominadas píldoras de anticoncepción de emergencia (PAE) o las llamadas “píldoras del día siguiente”.

Este método de anticoncepción oral de emergencia trajo polémica sobre los conceptos de fecundación y concepción¹⁴², por lo que el Ministro Carbone, de tendencia católica conservadora, las consideró abortivas y no aptas para su distribución en los establecimientos de salud pública, a pesar de haberse corroborado lo contrario, a través de las diferentes sociedades científicas del país como los organismos internacionales tales como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Salud

¹⁴¹ En entrevista realizada al ex Asesor del Ministro Carbone y miembro renunciante del Consejo Nacional de Salud, doctor Sánchez Moreno, se puede comprobar estas afirmaciones, tras analizar la actuación política del Ministro Fernando Carbone, y de su sucesor, Alvaro Vidal. Programa ONDA ALTERNA, en Milenia Radio. Lima, 27 de Junio del 2003.

¹⁴² Comunicados de prensa difundidos en Milenia Radio entre los meses de Mayo y Junio del 2003 que corroboran parte de lo enunciado, época en que la situación se presenta con grandes tensiones entre el Estado y la Sociedad Civil. Al respecto se equiparan los dos conceptos, argumentando que la fecundación es ya concebir el ser humano, cuando en realidad involucra solamente la unión del óvulo con el espermatozoide, mas no la creación del feto de una persona. Se decía que dicha píldora interrumpía la fecundación, produciendo el aborto, sin embargo sólo impedía la unión de las dos células. Estas informaciones fueron tomadas de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y reafirmadas en Milenia Radio.

(UNFPA); quiénes después de las pruebas realizadas, dictaminaron que no había interrupción de la vida, es decir, no eran abortivas.

Paralelamente, diversas organizaciones comprometidas con la defensa de los derechos humanos, realizaron manifestaciones de protesta ante la actitud del ministro, actitud que impedía el libre ejercicio del derecho a decidir en salud sexual y reproductiva por parte de las mujeres.

Entre estas organizaciones, las de corte feminista y miembros del Comité Directivo de Milenia Radio (Manuela Ramos y Flora Tristán), expresaron su voz de protesta aduciendo que la salud de la mujer es responsabilidad suya y de su pareja, reclamando el derecho a elegir qué método usar para la planificación familiar. Durante este período, el Ministro de Salud recibe fuertes críticas de parte de la opinión pública y de diversos sectores de la sociedad civil, más aún por el nuevo proyecto de salud que se publicó en la página web de dicho organismo¹⁴³, que presentaba varios ápices cuestionables, entre ellos la supresión de la mujer como persona y sujeto de derechos, vista sólo como madre.

Dentro del programa “En Contacto” se realizó el seguimiento de esta propuesta, y se exigió, como medio de comunicación, aclaraciones sobre los puntos confusos de la gestión del Ministro y reformular el proyecto de salud. Asimismo, dentro de los informes preparados por la radio, se realizaron entrevistas a personas vinculadas con el ámbito de la salud sexual y reproductiva, tanto a personajes públicos como población en general, lo que ayuda a dar una visión desde la audiencia, desde lo que opina la gente, de lo que conoce y desconoce del tema.

¹⁴³ Página del Ministerio de Salud: <http://www.minsa.gob.pe>

4.1.2. La Problemática en Violencia, Huelgas y Arbitrariedades.

Una segunda característica de este período atañe directamente a la problemática desatada entre el Ministerio de Educación y el sindicato que reúne a los profesores estatales (SUTEP), pues se exige alza en los haberes. El sindicato de trabajadores entabla conversaciones con el Ministro Gerardo Ayzanoa, y al no llegar a un acuerdo los maestros se declaran en huelga, lo que genera un clima de tensión e inestabilidad dentro de la educación del país, y de las actividades diarias.

La posición del programa es contraria a la suspensión de actividades académicas. Los alumnos son los más perjudicados. Se pone énfasis además en el irrisorio incremento del presupuesto del sector para mejorar la educación en el país.

La inestabilidad de los Ministerios de Salud y de Educación se manifiesta dentro del aparato legislativo. Se generan divisiones y tensiones dentro del Congreso. Las diferentes bancadas, tanto la oficialista (Perú Posible) y las principales de oposición como el Partido Aprista Peruano (PAP), Acción Popular (AP), Unidad Nacional (UN), Somos Perú, entre otras, luchan por el poder dentro del legislativo. La figura del Primer Ministro se ve fuertemente avasallada, y sobre todo la del presidente Alejandro Toledo y de la Primera Dama Eliane Karp. Ellos son cuestionados tanto por sus mismas acciones como por la gente de su entorno, a las que rodea una serie de irregularidades.

4.1.3. El Ministerio de la Mujer y la Igualdad de Oportunidades

Paralelamente, el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (MIMDES) es cuestionado como ente rector de las políticas de género en el Ejecutivo, sobre

todo en aspectos legales referidos a la no-conciliación en casos de violencia familiar¹⁴⁴.

El Ministerio de la Mujer es influenciado por el sector conservador representado por los Ministros Carbone y Solari, en la marcha del MIMDES. Se cruzan las políticas dadas por ambos ministerios, el de la mujer y el de salud, sobre todo a los derechos que asisten directamente a las mujeres.

Dentro de este contexto además surgen con mayor fuerza los Centros de Emergencia Mujer (CEM), que tienen relación directa con el Ministerio, y que apoyan a las mujeres que sufren algún tipo de violencia física, maltrato psicológico o problemas en salud, brindándoles la ayuda adecuada.

Es así como la agenda de Milenia Radio a través de En Contacto desarrolla los ejes temáticos vinculados directamente con la coyuntura del país. Se realiza así la construcción de la agenda informativa con perspectiva de género que tiene los siguientes elementos:

- Coyuntura Política (referida al acontecer nacional)
- La propia agenda delimitada por los tres ejes temáticos.
- Calendario feministas y otras fuentes.

Generalmente no se toma en cuenta el impacto de los diferentes medios y políticas en la vida de las mujeres, situación que valora el programa En Contacto.

Las fechas del calendario cívico y aquellas noticias que tengan que ver con menciones relacionadas a grupos de las minorías, son abordadas desde la óptica de defensa de derechos. Sus opiniones y pedidos son incorporados dentro del programa En Contacto, realizando así una validación de la opinión política de las mujeres

¹⁴⁴ Tema de debate en esta época. Se lucha por una NO-CONCILIACIÓN, situación que alude a no exponer a la víctima de violencia familiar frente a su agresor en los procesos judiciales.

4.2. Antecedentes del programa EN CONTACTO

El antecedente directo del programa En Contacto era el magazine – informativo de 3 horas de duración llamado “Sabor a ti”. Este magazine era conducido y producido por Yaned Fernández Prieto. Tenía el patrocinio del Ministerio de la Mujer de España, a través de la ONG FEMUR¹⁴⁵, ONG española que se hace cargo de monitorear el proyecto y de la financiación del mismo. Dentro de este magazine, se tenía un espacio de media hora de duración que se llamaba *Conexiones*, dedicado a la difusión de los derechos ciudadanos en general, y en particular los concernientes con las mujeres.

Este espacio poco a poco fue cobrando importancia, dentro de la programación de la emisora. Sin embargo, después de un tiempo, Milenia Radio como emisora entra en un leve período de crisis y necesita encontrar la mejor manera de conseguir nuevos financiamientos para sus programas y proyectos¹⁴⁶, por lo que se redefine el camino del magazine “Sabor a Ti”.

4.3. En contacto... con los derechos de la Mujer

El Ministerio de la Mujer de España continúa apoyando el proyecto “Sabor a Ti”, pero se reduce el presupuesto. A finales del año 2002, la conductora y productora de “Sabor a Ti”, Yaned Fernández Prieto, presenta junto a Gabriela Ayzanoa, directora de la Radio, el proyecto “En Contacto”, para posteriormente compartir las responsabilidades y el trabajo con los demás integrantes de la emisora. A partir de la aceptación del proyecto, desaparece el magazine de tres horas.

“En Contacto” surge como un informativo – dialogado de una hora de duración. El Ministerio de la Mujer de España sigue financiando el proyecto, pero esta vez es la

¹⁴⁵ Institución española que sobre todo veía los asuntos relacionados con la mujer pero más del ámbito rural. Le interesó el proyecto porque “nuestro público está centrado más en lo que son zonas de barrios populares, en los conos, donde se concentra población migrante, mucha gente vinculada al campo”. Citado de la Entrevista realizada a Yaned Fernández Prieto, 10 Noviembre 2003.

institución ARETI la que se encarga del monitoreo del Proyecto y de la financiación.

“En Contacto” nace como una apuesta por una educación ciudadana de las mujeres con perspectiva de género. Educación ciudadana que se traduce en la difusión y la defensa de sus derechos. Perspectiva de género que atraviesa toda la programación de Milenia Radio, no solamente desde el espacio mismo, abordando lo hechos desde el ángulo de las mujeres y cómo afectan esos aspectos a ellas mismas, pudiendo ser de diversas áreas: político, económico, social.

La perspectiva de género dentro del programa se desarrolla a través del uso de un lenguaje no-sexista, que sea incluyente de las mujeres, que no las denigre. Se utilizan los elementos del lenguaje radiofónico para poder llegar hacia el público. Y sobre todo el uso de la música como elemento que apela en dos significados: ser una voz de alerta, de bisagra entre las temáticas y las oyentes, relacionando el lenguaje de las palabras con el lenguaje de las emociones a través de las melodías utilizadas dentro del programa, reforzando de esta manera el discurso a través de la radio.

4.4. Personal encargado de En Contacto: Comunicadoras y Feministas

Como se había mencionado anteriormente, Yaned Fernández Prieto presenta el proyecto, y al aprobarse, ella asume directamente la conducción del mismo, compartiendo las tareas de producción con la Gerente de Programación de la Emisora: Mariela Jara.

Yaned Fernández estudió Periodismo en la Escuela Jaime Bauzate y Meza, además de realizar estudios de Sociología en la Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Actualmente cursa una Maestría en Género en la Universidad Mayor de San Marcos. Su formación feminista se liga con su participación en la Asociación de

¹⁴⁶ Como hemos visto en el capítulo 2 referente a la Milenia Radio, la emisora se autogestiona para sacar los programas al aire, aparte de poder realizar los talleres de capacitación que fomentan sus redes a nivel local y de provincias

Comunicadores Sociales Calandria, institución de la que formó parte por muchos años y que deja¹⁴⁷ para formar parte del equipo de Milenia Radio. Mariela Jara estudió Ciencias de la Comunicación Social en la Universidad Mayor de San Marcos, proviene del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, donde era parte del equipo de producción del programa “Cortocircuito”, espacio feminista dirigido a mujeres de sectores medios.

Ambas son feministas declaradas, y el bagaje académico y laboral del cuál provienen permite la elaboración de temas que se puedan debatir e informar a la población acerca de los derechos de las mujeres que son vulnerados diariamente, las responsabilidades del Estado y la severidad de asumir un papel de vigilancia y su complemento como ciudadanos.

4.5. Realización de EN CONTACTO en sus diferentes etapas

La propuesta de “En Contacto” se dirige principalmente a mujeres de estratos sociales bajos, entre 18 a 40 años, quienes no tienen accesos a mecanismos de educación y de ayuda para la defensa y el conocimiento de sus derechos¹⁴⁸. Sin embargo no descarta otro tipo de públicos.

Para la realización de los programas se sigue un esquema básico vinculado directamente al proceso de producción: Cada mes se trabaja un tipo de tema en particular, que se desarrolla desde diferentes perspectivas, rescatando el comentario de la coyuntura y celebraciones importantes que mencionar, tanto en el ámbito local, nacional o específicamente del calendario feminista.

¹⁴⁷ Dejar en el sentido laboral, pues el vínculo con la institución es fuerte y existe todavía relaciones de apoyo y de trabajos en equipo para las campañas a nivel de los Movimientos Feministas en general.

¹⁴⁸ Fragmentos de entrevista realizada a Mariela Jara, Gerente de Programación de Milenia Radio, realizada en “La Pizarra, Revista de Comunicación Práctica. Una publicación de Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Año 8, Número 35. Setiembre 2000.

4.5.1. Etapas de producción

Se pasa por tres etapas para la realización del programa: la preproducción, la emisión del mismo y la post producción.

4.5.1.1. Etapa de preproducción

En esta etapa, la conductora y la productora dialogan previamente sobre los puntos principales a desarrollar en cada programa. Se revisan los temas que tengan importancia alta dentro de la coyuntura para incluirlos en su agenda, que es básicamente referida a la mujer. Al respecto de la elección de la agenda, Yaned Fernández comenta lo siguiente:

El otro vértice a realizar son los temas de importancia para las mujeres, temas vitales que pueden ser de la coyuntura del día pero lo que en periodismo muchas veces se llamaba equivocadamente INACTUALES, pero más que inactuales son esos temas que son de actualidad de siempre más bien, que están allí, que no tienen que ver mucho con la coyuntura en ese momento, por etapas sí, por otras no, pero son temas importantes...si tienen que ver bastante con lo que es *el periodismo cívico*, más vinculado también con la política de a mediano y largo plazo, entonces casi siempre estamos solo en lo coyuntural, en la política de ahorita, pero nos olvidamos que hay cosas que se tienen que ir trabajando en el tiempo y que no debemos de perderlas de vista (...) Sobre todo aquellas que afecten los derechos ciudadanos, que son nuestro eje fundamental y de donde se desprenden nuestros tres ejes temáticos.¹⁴⁹

La agenda se ve directamente vinculada con la realización de un *periodismo cívico*, concepto que hemos abordado en nuestro marco teórico y que enlaza la propuesta del programa. Este es un primer paso para abordar la agenda pública del programa, de manera democrática.

Seguidamente se preparan informes especiales, ya sean éstos entrevistas grabadas, sociodramas pequeños que ilustren la situación, narraciones acompañadas de reflexiones, elementos que puedan dar realce al programa. Se realizan de igual manera las conexiones con las personas de instituciones

¹⁴⁹ Comentarios realizados por Yaned Fernández Prieto en entrevista realizada. Lima, 12 de Noviembre del 2003

u organizaciones que podrían ser voceras de opinión dentro del programa, ya sea a través de llamadas telefónicas “al aire”, es decir, en el momento mismo del programa, o entrevistas en la misma cabina de emisión.

Para el desarrollo de la etapa de pre producción del programa se cuenta con reporteros o colaboradores, que son el personal que apoya en las áreas de producción y de la realización de los reportajes.

Asimismo, si hay algún *spot* que incluir dentro del pequeño bloque de pausa del programa, todo el personal de la radio colabora en la realización del mismo. Mariela Jara coordina directamente con cada uno de ellos, realizando después la pauta o guión general que tiene Yaned Fernández al momento de la realización “al aire” del programa.

4.5.1.2. Etapa de Emisión del Programa

El programa se emite en el período a analizar, desde Enero a Junio del 2003, de Lunes a Viernes a las 10 de la mañana. Yaned Fernández Prieto, la conductora, llega 15 minutos antes a la cabina de emisión de Milenia Radio para revisar los contactos a realizar y dar la última mirada al tema a abordar. Asimismo, lee los diferentes periódicos que encuentra en la cabina de emisión para tener clara la coyuntura en que se encuentra el país, realizando comentarios al inicio de programa.

En los controles está el operador de cabina, generalmente Aldo Cadenas o Carlos Flores, encargados de la transmisión del programa, realizan los contactos para las entrevistas y colocan los informes y los spots que van dentro del programa. El operador puede también de proponer el tema musical que acompaña el programa, por su conocimiento del mismo y de la lista que se tiene en los archivos. La productora, en este caso Mariela Jara, está atenta a la emisión mientras se realiza el programa, y aporta comentarios si es que es necesario una conexión para un informe especial a través de la vía telefónica.

El programa se desarrolla en dos grandes bloques, el primero de ellos siempre presenta una pequeña introducción, un informe, una pequeña entrevista para clarificar la propuesta y un pequeño spot sobre algún derecho vulnerado o alguna campaña que la radio esté realizando. En el bloque de la pausa, que dura entre 4 a 5 minutos, se aprovecha para promocionar los diferentes programas de la radio. No hay publicidad externa, aunque no se encuentran reacias a conseguir auspicios extras, lo que significaría un ingreso más para la realización de otras actividades complementarias de la radio y mejorar el desarrollo de la misma. El último bloque generalmente tiene una entrevista central, que es seguido por las reflexiones finales de la conductora, quién previamente puede anunciar un tema musical para “refrescar” la mañana¹⁵⁰, o dejarlo para el final de la programación.

4.5.1.3. Etapa de Post-Producción

La etapa de post producción consiste en la preparación de materiales que ayudan a la realización de spots, campañas promocionales, preparación de temas posteriores y otros. En esta etapa se preparan también materiales para los Talleres y Capacitaciones que la radio realiza como parte de su estrategia de formar redes a nivel nacional. De esta manera, Milenia como institución busca establecer puentes de entendimiento dentro de la sociedad en la que se encuentra inmersa, presentando su propuesta¹⁵¹.

La Emisora se encarga de esta manera en fomentar Seminarios de capacitación para la red de periodistas radiales, red establecida a nivel nacional con medios que se preocupan por una comunicación en favor de los derechos humanos, con las cuáles se comunica a lo largo del año, intercambiando informaciones y experiencias de los diferentes puntos de nuestro país, haciendo voz propia de los reclamos de las diferentes mujeres en las diversas localidades al interior del Perú.

¹⁵⁰ Comentarios realizados por Yaned Fernández en entrevista del 12 de Noviembre del 2003.

¹⁵¹ Cita comentada dentro de los objetivos a nivel comunicacional de Milenia Radio

4.6. Análisis de los programas seleccionados

Para los resultados obtenidos a través del análisis de los diferentes programas escogidos, se ha tomado en referencia la matriz presentada sobre los elementos del lenguaje radiofónico en el capítulo 3 correspondiente a la Metodología de la Investigación¹⁵². Se presenta la sistematización del análisis en relación directa con las hipótesis planteadas y los objetivos que se trazaron al inicio de esta investigación, para lo cual recordamos nuestras preguntas orientadoras del análisis:

- ¿Cuáles son las características del discurso feminista que se insertan dentro del lenguaje radiofónico en el programa “En Contacto”
- ¿Qué temáticas relacionadas a una agenda feminista son las que se presentan?

Para ello, hemos desarrollado los elementos de nuestra matriz. Los dos primeros nos ubican directamente con la parte denotativa del discurso; los últimos enfocan directamente lo connotativo del mismo. Se ha realizado este análisis, primero de manera unitaria en cada programa¹⁵³, presentando a continuación los aspectos generales que de todos se desprenden y que refuerzan las hipótesis y los objetivos realizados.

4.6.1. CARACTERÍSTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO

A. Emisoras del Discurso

Se ha podido confirmar la presencia de Instituciones u Organismos tanto de carácter público como privado que constituyen fuentes directas del discurso, reforzándolo a través de comentarios e informaciones de acuerdo a la temática planteada. Existe un marco institucional orgánico al Movimiento Feminista que sustenta el programa analizado, en primer lugar con las organizaciones propias del movimiento; en segundo lugar, por las organizaciones sociales; y en tercer lugar, por el Estado, apoyando directamente el conocimiento de servicios y de accesos tanto de las

¹⁵² Los análisis de cada programa en unitario se tienen como anexo final dentro del presente trabajo de investigación, a los que haré referencia para enfatizar algunos de los resultados en los elementos obtenidos.

¹⁵³ El desarrollo del análisis en unitario se presenta al terminar el análisis de manera global.

organizaciones privadas como públicas. De esta manera, el Colectivo Radial Feminista establece su inserción dentro del espacio público a través de la radio, permitiendo un debate democrático entre las diversas organizaciones que lo forman y las apoyan, en contraposición con las instituciones públicas y del Estado.

Las Organizaciones propias del Movimiento

Las Organizaciones No Gubernamentales tales como el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán, Manuela Ramos, y la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pertenecientes al Colectivo Radial Feminista que administra Milenia Radio, participan en “En Contacto” a través de sus representantes, ya sean éstas abogadas¹⁵⁴, consultoras de comunicación¹⁵⁵, psicólogas entre otras, como fuentes de información y aporte al análisis de los temas abordados.

Sin embargo, su participación se reduce a la entrevista vía telefónica; es decir, no existe otro contacto en que participen como realizadoras de los discursos dentro de “En Contacto”. Sólo en el programa referido al Acceso de Servicios de Planificación Familiar¹⁵⁶, podemos escucharlas como parte de un informe en el que se presenta un manual desarrollado por el Colegio Médico del Perú, Flora Tristán y la institución Patfinder. En los demás programas se constituyen como voces de opinión y en algún momento de reclamo, pero sin entrar en una conexión directa con el público a través de llamadas telefónicas.

Las organizaciones se hacen presentes además a través del discurso de la radio, haciendo llamados a las oyentes para la participación de eventos públicos, actividades relacionadas a mejorar los derechos de la mujer y actividades relacionadas con las temáticas feministas.

¹⁵⁴ En los Programas 1, 2, 3, 12, 17, podemos observar la presencia de las abogadas feministas de estas instituciones.

¹⁵⁵ Término tomada en referencia a revisiones de guiones de los programas radiales de EN CONTACTO

¹⁵⁶ Programa número 12

Las Organizaciones Sociales

Las Organizaciones Sociales que participan en el programa son de diverso tipo: desde instituciones que albergan a mujeres víctimas del VIH, como también las que protegen los derechos de las mujeres trabajadoras del hogar¹⁵⁷, quiénes buscan *“el poder tener mejores accesos para las trabajadoras del hogar en cuestión de derecho a un día de descanso a la semana, pago de sueldo por gratificación, medio sueldo pagado por año”*¹⁵⁸.

Existe la presencia de mujeres de las minorías o sectores rurales o menos favorecidos, quiénes comentan sobre la educación en la zona rural: *“se privilegia al “varón” para que pueda tener acceso a la educación, la mujercita deja de ir a la escuela. Hay problemas que deben eliminarse para que se pueda garantizar la equidad”*¹⁵⁹.

También son presentadas organizaciones que se dedican a luchar por la igualdad con perspectiva de género, como el Movimiento Amplio de Mujeres, quiénes afirman que *“Milenia, a través del programa, siga apoyando la acción del Movimiento de Mujeres”*.¹⁶⁰ La variedad de instituciones garantiza la presentación de alternativas y propuestas dentro del programa, pero siempre orientadas a un discurso donde las palabras “equidad o igualdad” y “género” formen parte del vocabulario común de parte de estas emisoras del discurso. Estas instituciones presentan también testimonios como ejemplos guías a otras mujeres, que pueden ocurrir dentro de la cotidianidad.

¹⁵⁷ Programa número 9

¹⁵⁸ Afirmaciones señaladas en el programa número 9 por la conductora Yaned Fernández, luego de realizarse la entrevista a Edevilna, trabajadora del hogar, perteneciente al Centro de Capacitación de Trabajadores del Hogar (CCTH).

¹⁵⁹ Programa número 11, declaraciones de Tarsila Rivera, dirigente de Mujeres de Organizaciones Rurales Chirapaq

¹⁶⁰ Programa número 6.

La presencia del Estado

El Estado está presente a través de sus voces públicas, como son las congresistas de la República y aquellas personas que se encuentran directamente vinculadas al Ministerio de la Mujer y de Desarrollo Social (MIMDES).¹⁶¹ El trabajo de este Ministerio se concretiza en la ayuda brindada a través de los Centros de Emergencia Mujer (CEM), entidades derivadas de dicho Ministerio y que se presentan como centros asistenciales orientadores en área legal, psicológica, entre otras.

“En Contacto” se encarga de realizar una difusión de estos lugares que se convierten en emisores activos dentro del programa, ya que el conocimiento de estas instancias por parte de las mujeres garantizarán que reciban apoyo directo. Las oyentes pueden recoger los datos, las informaciones más importantes y llevarlas hacia su espacio privado, dándole utilidad dentro de ese ambiente.

La relación del programa con todas las instituciones anteriormente mencionadas permite garantizar un discurso democrático y ciudadano. Se apelan a diversas instituciones de la sociedad civil para que expresen sus quejas y reclamos. Milenia Radio y en particular el programa “En Contacto”, se constituyen así en una ventana democrática donde se genera el debate a través de la opinión pública.

Papel de la Conductora y Productora

El programa se nutre de la relación de su equipo, reforzada porque la productora y conductora forman parte de las instituciones que integran la administración de Milenia Radio¹⁶² y porque existe un diálogo fluido entre ellas y las diversas instituciones, organismos y personalidades que participan dentro del discurso del programa, estableciendo un tema de importancia para ellas: *Vigilancia de las políticas públicas a favor de los derechos de la mujer.*

¹⁶¹ Programas 6 y 10.

¹⁶² Yaned Fernández Prieto formó parte de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria y Mariela Jara se desempeñó en el CMP. Flora Tristán.

Es a través de la conductora que se establece un puente entre las instituciones que participan en el programa y los oyentes, quienes comparten de igual manera con la conductora a través del discurso radial.

La conductora y productora de “En Contacto” establecen con “*sus invitados*” (pues es así como se les llama a las instituciones) un diálogo cordial, sobre todo con las instituciones que se dedican a la defensa de los derechos humanos en general. La conductora y las mujeres que representan al Estado demuestran que, a pesar de la formalidad de los tratos, se pueden establecer diálogos que permiten clarificar dudas sobre leyes y disposiciones del Estado, que no son de conocimiento de la población en general.

B. Estilo de Locución

En nuestro análisis, hemos considerado tres características principales referidas a la locución, lo que nos ha llevado a los siguientes resultados:

- Características Físicas: En general, la locución se presenta en un nivel de voz adecuado, que permite entender con claridad las ideas que se quiere transmitir al oyente. La pronunciación de igual manera es correcta, pero se presentan algunas muletillas al hablar.

La locución en general se encuentra siempre en un primer plano sonoro, no es alternada con temas musicales.

- Características Psicológicas: El nivel de empatía con la audiencia se establece de manera positiva, estableciendo una horizontalidad y calidez, generando confianza, utilizando frases o refranes que motiven una cercanía con el público. Se utiliza *la primera persona en plural* para referirse a todo el equipo que está detrás del programa y en general en la radio: el yo mayestático “nosotras”

Se usa el término “amigas” con frecuencia para las oyentes de la radio, con las que se establece un diálogo abierto a lo largo de todo el programa desarrollado.¹⁶³

La conductora conoce el tema del cuál realiza el discurso, lo que permite una identificación con el mismo y los comentarios que se realizan al respecto.

- Características Comunicacionales: La palabra es importante dentro del discurso, siendo el recurso más utilizado a través de la radio.

El lenguaje utilizado está lleno de tecnicismos legales o del vocabulario feminista que no siempre son explicados al oyente. Como ejemplos tenemos los siguientes: “Ley de cuotas”, “Cuota es igual a una alternancia en las listas políticas”¹⁶⁴, “Ley de partidos políticos”, “Medidas cautelares para la violencia familiar”, “Reticencias en el Ministerio Público”, “Derivación de expedientes”, “Medidas cautelares y de género”, “Violación psicológica”, “Discriminación Positiva”, “La equidad debe estar en la orientación y distribución de los recursos que genera el país”, “Derechos Sexuales y Reproductivos”¹⁶⁵, “La equidad debe ser una acción en la vida cotidiana”¹⁶⁶ que si bien se pretende sean de conocimiento masivo, se vuelven tediosos para las personas que no tienen ningún tipo de conocimiento sobre los mismos.

El lenguaje tiene mucho contenido informativo debido a las diferentes temáticas que se abordan, y sobre todo porque lo más importante dentro del programa, como lo diría Lasswell, es lo que se dice, para qué se dice y cómo se dice. Esto se refiere directamente a un lenguaje no-sexista, y se desarrolla a través de programas referidos a la violencia, tales como “No

¹⁶³ Como ejemplos de inicios coloquiales se pueden encontrar en los programas 2, 3

¹⁶⁴ Programa 10

¹⁶⁵ Programas 4 y 10 en cuestiones legales y 2, 6, 11, 14 en cuestión salud y género

¹⁶⁶ Programa 11

estamos solas frente a la violencia familiar y sexual”¹⁶⁷ y “Violación, ente el silencio y la denuncia”¹⁶⁸, como ejemplos más específicos. Las emisoras del programa hacen propio el dolor ajeno y tratan de enfrentarlo con la sutileza del discurso.

Se establece así un lenguaje reivindicador, desarrollado a través del lenguaje no-sexista, que tiene como fin ser inclusivo de las minorías y no discriminatorio con aquellos grupos que no están contemplados usualmente como sujetos de importancia dentro de los programas radiales.

C. Denotación de la Locución

El discurso evita la utilización de estereotipos. Como ejemplos tenemos la apelación a mujeres que trabajan limpiando casas, que se les llama “trabajadoras del hogar”¹⁶⁹, reivindicando la labor que realizan.

Por otro lado, cuando se abordan temas delicados como el maltrato o la violación, se utilizan los términos de “violentadas sexualmente”. Esto se relaciona directamente con la utilización del lenguaje no-sexista, inclusivo y no discriminatorio de las minorías, donde pueden encontrarse los discursos de grupos de homosexuales, diversas etnias, culturas, etc., resaltando la perspectiva del derecho en el análisis y del respeto a las protagonistas de las situaciones.

No se utilizan terminologías despectivas para referirse a la mujer andina, a las mujeres rurales, sino que apoyan sus iniciativas a través de las diversas temáticas del programa. Siempre se refieren a ellas como “mujeres luchadoras”, enfrentadas a muchas adversidades para poder superar la situación de discriminación que viven, sobre todo en materia educativa y de acceso al empleo.¹⁷⁰

¹⁶⁷ Programa 1. 15 de Enero 2003

¹⁶⁸ Programa 3. 22 de Enero 2003

¹⁶⁹ Programa 9

¹⁷⁰ Programa 11

Las ideas principales y secundarias referidas al tema central son expuestas presentando el punto de vista desde el programa y desde las instituciones que acceden al programa, rescatando las temáticas referidas a los tres ejes del discurso feminista: violencia, derechos sexuales y reproductivos e igualdad de oportunidades.

4.6.2. MODO DE PRODUCCIÓN DEL DISCURSO

A. Periodismo Cívico y Democrático

Destacan tres estrategias que se desarrollan en el programa: “*la operación suela de zapatos*”, donde se trae la calle a la radio, realizando de esta manera la inserción de los espacios reales en los espacios imaginarios dentro de la radio. Como ejemplos tenemos a los jóvenes de Ate Vitarte, con quienes se dialoga sobre orientación sexual y planificación familiar¹⁷¹. Se presenta el sentir de las trabajadoras del hogar y conocemos parte de la institución que las acoge¹⁷². También se accede a las instituciones donde conocemos la situación de las mujeres infectadas con el VIH¹⁷³, a través del acceso a sus espacios privados, y de testimonios. Esta estrategia conduce a la radio a través del programa a realizar acciones mediáticas, apoyando y difundiendo el conocimiento de dichas realidades.

En segundo lugar se presenta el “*Establecimiento de un Mapa Cívico*”. La conductora, como representante de la radio, promueve la formación de redes a nivel de instituciones, para que las mujeres las conozcan y sobre todo que las instituciones refuercen su compromiso para ayudarlas¹⁷⁴.

Como estrategia final *se realizan entrevistas a profundidad*, que las presentamos en el aspecto relacionado a los formatos empleados en el programa, pero que se mencionan como parte del periodismo cívico porque

¹⁷¹ Programa 5

¹⁷² Programa 9

¹⁷³ Programa 8

¹⁷⁴ Principalmente en los programas 1, 2, 3, 4, 9, 10, 13, 15, 16, 17.

existe un marcado interés por el conocimiento de la problemática interna y externa a nivel de instituciones, a nivel de protagonistas de los hechos.

Se utilizan los siguientes términos para el establecimiento de un mapa cívico y de paneles ciudadanos donde se garantice la democracia, referidos a “sensibilizar a las partes del gobierno”, “queremos el esclarecimiento de estas medidas fundamentales”. “buscaremos la claridad de los hechos”, indistintamente en todos los programas. Al respecto, Mariela Jara, productora de En Contacto dice lo siguiente:

“Parte de la misión del periodismo es fiscalizar el comportamiento de las autoridades. Dentro de esa fiscalización está la formulación de propuestas a través de la intermediación que hacemos con los diferentes actores de la sociedad. En sociedades más democráticas es efectiva, pero en la nuestra lamentablemente, se convierte en una amenaza para el Gobierno y un riesgo del ejercicio periodístico. Obviamente es opción de cada medio, y muchos no lo hacen”¹⁷⁵

Estas estrategias hacen evidente el compromiso de la radio a través del programa con la promoción de la *vigilancia ciudadana a través de los medios de comunicación*, es decir, no solamente se espera que se cumplan las medidas solicitadas, sino que se realiza un seguimiento de las acciones que se desarrollen para ello.

B. Formatos Empleados.

Se presentan tres formatos principales de intercambio de información y experiencias en el programa: *la charla, el informe y las entrevistas*.

La *charla* es un formato propio del informativo – dialogado. En nuestra investigación, permite el establecimiento directo del “espacio público” dentro de la emisora, pues se reciben de manera objetiva las diferentes posiciones de las personas participantes. En la mayoría de los programas predomina este

¹⁷⁵ Declaraciones vertidas en “La Pizarra”, Revista de Comunicación Práctica. Pág. 6. Número 35, Setiembre del 2000. Una publicación de la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.

tipo de formato, que está vinculado directamente con el estilo de locución donde la palabra se presenta como el recurso sonoro más utilizado.

A través de la charla también se desarrolla indirectamente *el comentario*, definida como la orientación que se da sobre determinados temas a las mujeres. En este tipo de formato las emisoras del discurso del programa se exhiben mayoritariamente, sobre todo recogiendo opiniones de las diferentes instituciones que participan del discurso del programa, que se constituyen como fuentes de saber, de guía y de conocimiento para el público oyente.

En segundo lugar tenemos *el informe*, desarrollado en la mayoría de los programas al inicio del mismo, presentándose como un refuerzo del discurso. En los informes se utiliza siempre una voz en off que narra una situación determinada. De igual manera, el programa radial se traslada hacia determinadas zonas de la capital para establecer relaciones con instituciones u organizaciones determinadas, que apoyan la difusión de los derechos de las mujeres. El informe también se nutre de datos estadísticos, presentando a los oyentes cifras sobre mortalidad materna, embarazos en adolescentes, entre otros.

En *tercer lugar tenemos la entrevista*, que ocupa generalmente casi la tercera parte del programa, o muchas veces más. La entrevista establece dentro del programa un diálogo abierto entre la conductora y las participantes. La entrevista dentro del programa se ha clasificado en 4 tipos principales: *la entrevista como relato, como opinión, como ejemplo y como denuncia*.

El primer tipo, referido al relato, se refiere a las entrevistas que narran situaciones, las que ofrecen perspectivas y características determinadas acerca del tema.¹⁷⁶ Cumplen principalmente una función referencial, presentando hechos o situaciones para que sean de conocimiento público.

¹⁷⁶ Programa 1, 5, 8

El segundo tipo, referido a la opinión, se da a través de las mismas instituciones participantes, quiénes exponen los diferentes puntos de vista de acuerdo a la temática abordada. Aquí se expresan en opinar sobre los derechos de las mujeres, de las medidas que se deben tomar para el cumplimiento de las mismas.

El tercer tipo, referido al ejemplo, generalmente se da a través de las personas que testimonian dentro de los informes, presentados como ejemplos de superación. Tal es el caso en el tema de las Trabajadoras del Hogar¹⁷⁷, en el que se reivindica a las mujeres que sufren constantemente maltratos y abusos, como los casos de las mujeres que son violentadas sexualmente¹⁷⁸. Las mujeres afirman que *“en el trabajo no tenemos mejoras, no nos dejan estudiar ni nos pagan bien”*¹⁷⁹. Este tipo de entrevistas ayudan a dar a conocer la situación de las mujeres como ejemplos positivos o negativos, ya sea para que ayuden a superarse a otras mujeres o para motivarlas a que no sigan la misma situación que la entrevistada afrontó.

Por último, la entrevista de denuncia se realiza manifestando los abusos que se cometen en diferentes sectores y pidiendo el apoyo para su solución¹⁸⁰. Este tipo de entrevista se presenta en el tema de la violencia familiar y sexual, donde las mujeres denuncian lo siguiente: *“sufrí varios años de maltrato, pero me decidí y ahora estoy aquí en la Casa del Bienestar, apoyando a mis compañeras,”*¹⁸¹ *“sufrí violencia por mucho tiempo, ahora ya estoy mejor”*¹⁸². Estos casos de violencia son generalmente referidos a una violencia doméstica, que por miedo y vergüenza no son denunciadas

Los tipos de entrevistas pueden interactuar dentro de un solo discurso, por ejemplo en el caso de las mujeres violentadas sexualmente, la entrevista

¹⁷⁷ Programa 9

¹⁷⁸ Programa 3

¹⁷⁹ Programa 9

¹⁸⁰ En este sentido las denuncias son realizadas por parte de las personas entrevistadas, pero también se incluye a la conductora para enfatizar la denuncia.

¹⁸¹ Programa 1

como denuncia de la persona que sufrió ese tipo de abuso¹⁸³, que se presenta además como ejemplo para que se apoyen a estas mujeres, generando también conflictos en la cuestión de la responsabilidad del agresor, que muchas veces es el padre de sus hijos.

C. Música

De acuerdo al análisis desarrollado, la música se presenta como acierto dentro del programa, cumpliendo tres funciones principales:

- Función Sintáctico Gramatical: Casi en todos los programas se cumple esta función¹⁸⁴, a través de la característica de Sintonía, referida a la presentación al inicio y al fin del programa de una careta que las identifica, tanto a la conductora, a la radio, y al auspiciador. La característica de Ráfaga se da sólo en algunos programas,¹⁸⁵ esto principalmente para separar el hablar de la conductora entre frases largas que se desarrollan.
- Función Expresiva: Vinculada a las melodías musicales que se introducen en el programa. A través de los diferentes géneros y letras de las canciones, se transmiten sentimientos y emociones a los oyentes.
- Función Descriptiva: Vinculada a melodías de fondo que nos ubican en una situación o en un lugar. En el programa 17 se aprecia melodías andinas de fondo para ubicar el lugar donde se desarrolla el informe.

En los 18 programas analizados no se puede decir que exista, en cuanto a géneros musicales, un hilo conductor dentro del estilo musical que acompaña los temas a tratar. La *música es aleatoria*, se intercalan géneros musicales en los programas, predominando el rock lento, la balada, lo tropical y la salsa.

¹⁸² Programa 4

¹⁸³ Programa 4

¹⁸⁴ Con excepción del programa 7.

¹⁸⁵ Programas 3 y 16.

Solamente en dos programas no se pudo utilizar el recurso de la melodía musical debido a la falta de tiempo¹⁸⁶.

Las melodías en su mayoría buscan promover el cambio, la lucha por la obtención de ideales. Narran situaciones que ocurren a diferentes jóvenes, niñas o mujeres adultas de nuestra capital¹⁸⁷.

Las letras de las canciones tienen relación directa con el discurso realizado, ya que en algunas reafirman lo que se dice, como en el caso del cantante Gilberto Santa Rosa con el tema “Perdóname”¹⁸⁸, donde refiere la historia de un hombre que anduvo en malos pasos y quiere regresar al lado de su esposa, en este sentido la conductora del programa enfatiza la idea del perdón pero no dejarse engañar, y denunciar a aquellos malos hombres que encima del engaño, recurren al maltrato hacia las mujeres. O la canción del Grupo Niche de Colombia: “Miserable”¹⁸⁹, que alude a un sujeto varón que no quiere asumir su responsabilidad por haber violado a una joven.

Para fechas especiales como el 8 de marzo, día de la mujer, se escogió un tema musical del género balada llamado “Mujer”, del grupo Claroscuro de Costa Rica. Este tema recoge los valores y las características que se espera de una mujer, desarrollados por intérpretes femeninas. Sin embargo, existen temas musicales cantados por intérpretes masculinos que reivindican la imagen de la mujer, como el tema “Yo creo en ti”¹⁹⁰ de Rubén Blades, que recoge el ideal de una mujer más allá de lo corporal, valorando el espíritu, la compañía y el afecto que ella puede mostrar.

Asimismo se tienen cantantes diversos, como Gloria Trevi con el tema “Ella que nunca fue”¹⁹¹, enfatizando la idea del aborto en adolescentes debido a la

¹⁸⁶ Programas 1 y 16.

¹⁸⁷ Programa 5, canción “ Cuando Agosto era 21”, de Fernando Urbiego.

¹⁸⁸ Programa 4

¹⁸⁹ Programa 3

¹⁹⁰ Programa 17

¹⁹¹ Programa 5

discriminación y al poco entendimiento de los familiares y la sociedad, hasta temas más alegres y de baile como el “A Kun dun”¹⁹² de Miki González, pero que de trasfondo se tiene la idea de la historia de la discriminación racial de los pueblos afros y cómo han superando esas limitaciones a lo largo del tiempo.

Podemos resumir que *los temas musicales utilizados para el programa tienen en su mayoría una relación directa con la temática de la cuál forman parte, ya sea para enfatizarla o contrastarla, y ser un elemento fundamental que si bien está presente de manera unitaria*¹⁹³, tiene importancia en función a la temática y al discurso que se formula ya sea antes o después de su salida al aire.

Las melodías se convierten en cómplices de los discursos a realizar, se utilizan como refuerzos de lo desarrollado y son comentadas por la conductora en el programa a partir de las letras de la música seleccionada, lo que permite desarrollar una perspectiva de género a través del material musical.

Para finalizar, y en líneas generales, los temas musicales son presentados de manera acertada, además de realizarse en un volumen adecuado, siempre como el “aire” que se necesita dentro de un discurso donde la palabra se vuelve el principal elemento radiofónico utilizado.

D. Efectos

Son casi nulos en todos los programas seleccionados, prescindiendo de este importante elemento del lenguaje radiofónico para desarrollar el discurso feminista radial.

¹⁹² Programa 14

¹⁹³ Con excepción del programa 17 donde se presentan dos temas musicales para contrastarlos.

Solamente en dos programas analizados (programa 2 y programa 17), pudimos encontrar un uso limitado de los mismos, en una función básicamente ambiental para ubicarnos en el tema a desarrollar. En la introducción del programa 2 se presenta el efecto de gorgojeo de un bebé, para introducirnos al tema de la maternidad. En el informe del programa 17 se presentan ráfagas, risas, cortes violentos de sonido, enfatizando la situación de discriminación de las mujeres.

4.6.3. TEMÁTICAS E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO

A. Temáticas relacionadas al discurso feminista.

Se desarrollan a través del tema principal y los temas secundarios. El tema principal siempre es referido a los *tres ejes temáticos* que se desarrollan a través del programa: *Una vida libre de violencia, fiel cumplimiento de los derechos sexuales y reproductivos y la búsqueda de una ley de igualdad de oportunidades para todos*, ejes que se enmarcan en la consecución de los derechos ciudadanos, construyendo una ciudadanía democrática para todos. Los temas secundarios son aquellos que se trabajan dentro de los mismos ejes temáticos, abordados en nuestra matriz de investigación, y que se presentan a continuación.

Temas relacionados con la igualdad de oportunidades.

En siete¹⁹⁴ de los dieciocho programas analizados se presenta el eje de igualdad de oportunidades, constituyéndose en el eje principal que abarca casi la mitad de los programas seleccionados.

En el caso de la relación Mujer – Trabajo, se increpa la obtención de igualdad de condiciones tanto para hombres y mujeres en cuestión de salarios y de accesos a cargos jerárquicos, relacionado directamente con una ley de igualdad de oportunidades¹⁹⁵.

¹⁹⁴ Programas 7, 9, 10, 11, 14, 17, 18.

¹⁹⁵ Programas 7, 11, 14.

En la relación Mujer y Educación, se trabaja las ideas de una educación menos restringida para las mujeres, resaltando los altos índices de analfabetismo y de discriminación por género.¹⁹⁶

Se trabaja el tema de la mujer como un hecho importante, en contra de la idea que “el lenguaje invisibiliza a las mujeres.”¹⁹⁷ Se aborda el tema de la Mujer en los grupos de las minorías, permitiendo a los diferentes grupos de mujeres rurales¹⁹⁸, grupos de lesbianas¹⁹⁹, mujeres víctimas de VIH²⁰⁰ y trabajadoras del hogar²⁰¹, participar como actrices importantes en el programa, estableciendo una comunicación con enfoque de género, e hilando con los criterios feministas que se transmiten a través de su propio medio de comunicación de masas. Sobre todo para “*crear ciudadanía*”²⁰², eje fundamental dentro del discurso feminista analizado en nuestro marco teórico que se busca difundir a través del programa y que se reafirma dentro de las temáticas desarrolladas.

Temas relacionados con los derechos sexuales y reproductivos.

En seis²⁰³ de los dieciocho programas analizados se desarrolla este eje temático, constituyendo el segundo eje importante dentro de la agenda del programa.

En la temática referida a salud materna, se critica y apoya los accesos diversos a los métodos de planificación familiar, sobre todo las mejoras para la salud de la mujer. Se establece un vínculo así con la coyuntura del país porque existen relaciones hostiles entre el grupo de mujeres que luchan por la defensa de los derechos sexuales y reproductivos agrupadas en diferentes

¹⁹⁶ Programa 7.

¹⁹⁷ Comentario surgido en el programa 14 realizado por Yaned Fernández, a raíz de la presencia de la mujer dentro de la radio.

¹⁹⁸ Programa 11

¹⁹⁹ Programa 18

²⁰⁰ Programa 8

²⁰¹ Programa 9

²⁰² Programa 3

²⁰³ Programas 2, 6, 8, 12, 15, 16.

instituciones de la sociedad civil, en contraposición con los representantes del Estado, en este caso, las autoridades del Ministerio de Salud. El ministro ejerce una imagen negativa, y las mujeres de estos diferentes sectores exigen la vacancia de su cargo.

La conductora de “En Contacto”, como representante de Milenia Radio, a través del micrófono abierto,²⁰⁴ expresa la posición que tiene la radio de apoyo al grupo de mujeres (remarcando de esta manera su posición feminista al respecto) en contra de las políticas efectuadas por el Ministerio. Se rechazan aquellas políticas que quieran limitar a la mujer en el ejercicio de sus derechos, vinculados con la sexualidad y la reproducción.

Se desarrollan principalmente las temáticas de mortalidad materna,²⁰⁵ acceso a servicios adecuados en salud,²⁰⁶ control de la natalidad²⁰⁷, métodos anticonceptivos²⁰⁸, maternidad precoz²⁰⁹ y todo lo referido a orientación sexual en general, temas que son tratadas desde perspectivas sociales y que apelan directamente a los servicios en salud pública y privada.

Temáticas vinculadas a la Violencia

En cinco²¹⁰ de los dieciocho programas analizados se desarrolla este eje. Sin embargo, durante la emisión de los otros programas seleccionados, se recurre a este eje, vinculándolo con el tema del día o con los otros ejes que se vienen desarrollando.

Las interlocutoras y las realidades con las cuáles se dialoga son de diferentes tipos. Existe tratamiento de realidades que afectan a redes de mujeres. Tales son los grupos de mujeres rurales, adolescentes que no tienen acceso a la

²⁰⁴ Esto quiere decir que ella realiza sus comentarios a través de un medio que permite la expresión libre de posturas para todos.

²⁰⁵ Programa 2, 12.

²⁰⁶ Programa 2, 6, 8.

²⁰⁷ Programa 12, 16.

²⁰⁸ Programa 8.

²⁰⁹ Programa 2.

²¹⁰ Programas 1, 3, 4, 5, 13.

educación en lo referente a su sexualidad y que sufren violencia, los grupos de mujeres afroamericanas, las trabajadoras del hogar, las mujeres que no tienen accesos a la educación, entre otras.

Las temáticas insertas dentro de este eje se refieren principalmente a la violencia familiar y sexual, desarrollados desde perspectivas sociales y legales que involucran la participación del Estado para garantizar los derechos de las mujeres.²¹¹ Sobre todo para el libre tránsito sin ser “víctimas de acoso sexual o de violación.”²¹²

Todas estas temáticas son analizadas desde el punto de vista de los mismos protagonistas ya sea a través de informes especiales o testimonios que ayuden a introducirse dentro de lo que se desarrolla y comenta en la emisión.

La perspectiva en que se enfoca este eje temático es una perspectiva legal, incidiendo en la responsabilidad del estado en brindar leyes específicas que protejan a víctimas de violencia, tanto en su entorno familiar como en el social.

La radio presenta así una “*agenda temática ciudadana*”, a partir de los ejes desarrollados a través de diversos temas, colocando en un papel importante cuestiones que tienen que ver con la problemática de la mujer²¹³ y sus derechos fundamentales, analizándolas y presentándolas como noticias relevantes, que involucren la participación de la audiencia para la difusión de estos derechos.

B. Temáticas indirectamente relacionadas con el discurso feminista.

Se presentan como refuerzo del discurso de los tres ejes principales. Estas temáticas se entrecruzan con el desarrollo de los ejes dentro del programa,

²¹¹ Programa 1, 3, 4.

²¹² Programa 3.

²¹³ La mayoría de los programas tienen como sujeto fundamental a la mujer, y actividades o hechos relacionados con ella.

insertando ideas que son importantes para una mayor profundización en los temas desarrollados.

Para ello, se comentan con el público oyente datos variados como estadísticas, desarrollados en el programa 5, donde se menciona al Perú como uno de los países con más alto índice de aborto en adolescentes,²¹⁴ o como el segundo país en Sudamérica que tiene mayor porcentaje de mortalidad materna juvenil, hecho que se relaciona con situaciones de maltrato que viven las jóvenes²¹⁵. Asimismo, se desarrollan aspectos legales, referidos a la Ley de la Violencia Familiar N° 22260;²¹⁶ al proyecto de ley de igualdad de oportunidades debatido en el congreso,²¹⁷ vinculado con el acápite referido a la anticoncepción oral de emergencia para la salud de las mujeres. ; y las diferentes posiciones de los grupos políticos en el Congreso, al respecto de la situación de los derechos de la mujer.²¹⁸

Se presentan de igual forma las fechas significativas de los grupos de las minorías, como el día de las trabajadoras del hogar,²¹⁹ o las celebraciones de conferencias internacionales, como la Conferencia Mundial Sobre el Racismo,²²⁰ o la Conferencia Internacional de Población,²²¹ realizada en Setiembre de 1994.

Estas temáticas siempre están referidas al discurso feminista de alguna u otra forma. En el siguiente ítem se presentan aquellas temáticas que contribuyen a la información de interés nacional, y que se presentan como elementos que permiten identificar la coyuntura política y social en que se desarrolla el programa.

²¹⁴ Se comenta el 15% del índice de abortos en nuestro país, principalmente de madres adolescentes.

Aspectos de maltrato y mortalidad desarrollados en el programa 4.

²¹⁵ Programa 2, 7.

²¹⁶ Programa 3.

²¹⁷ Programa 6.

²¹⁸ Programa 6

²¹⁹ Programa 9, 31 de Marzo.

²²⁰ Programa 11.

²²¹ Programa 12.

C. Temas de interés nacional.

Las realizadoras del discurso, tanto conductora, productora y las instituciones participantes no son ajenas a los temas de interés nacional, por lo que se discuten dentro de la agenda del programa. Sin embargo, estas se cruzan con fechas importantes dentro del calendario feminista (8 de Marzo, día internacional de la mujer y 25 de Mayo, día de la salud sexual por la mujer) que ellas asumen como relevantes y que deben ser conocidas por el auditorio al cuál se dirigen. Este punto se vincula directamente con el desarrollo de un periodismo cívico, que integra una agenda democrática y ciudadana.

Para “ En Contacto”, lo relevante no es sólo lo noticiable dentro de su agenda, sino lo que deba ser de interés para toda la población en diferentes aspectos. Por ejemplo, se felicitan a los psicólogos por su día, a las obstetrices, se realizan comentarios acerca del día del consumidor²²², de las acciones que realizan alcaldes²²³ o los problemas dentro del Ministerio de Salud²²⁴. La óptica con que desarrollan estos temas es su relación directa con la mujer y los ejes que se manejan dentro del programa, a través de asuntos de interés nacional, tales como las marchas que realizaron los profesores en protesta por el no-cumplimiento de sus pedidos, o el estado de emergencia que vivió el país el 28 de mayo del 2003²²⁵.

Los temas de interés nacional están presentes dentro del programa y dentro de toda la programación en general de Milenia Radio como emisora comprometida a ser un medio de comunicación de masas en el país²²⁶.

Los temas de interés nacional son temas que la emisora considera relevantes y que no lo son para la mayoría de las emisoras en Lima, eso hace la diferencia: incluir dentro de las agendas temáticas informaciones que

²²² Programa 1.

²²³ Programa 2.

²²⁴ Programa 6.

²²⁵ Programa 15, referido al Día de la Salud por la mujer.

²²⁶ Esto se ve relacionado en el punto 7 del análisis de los programas en Unitario.

difundan las problemáticas de diversos grupos sociales y que sean tomados en cuenta por la sociedad civil.

4.6.4. COMENTARIO CUALITATIVO

A. Imagen de la mujer.

La mujer es presentada desde diversas ópticas. En primer lugar existe formalmente la visión maternalista por parte de las emisoras del programa, presentando a una mujer que desconoce sus derechos fundamentales y a quienes las emisoras del programa “En Contacto” motivan a conocerlos y hacerlos respetar. Esta imagen de mujer se trasluce en los testimonios de las trabajadoras del hogar, de las mujeres rurales y de las mujeres víctimas de violencia familiar y sexual. De igual forma son consideradas mujeres menores de edad con problemas de violencia, de abuso sexual y analfabetismo, presentadas dentro del programa, a quienes se les ofrece apoyo y orientación.

En segundo lugar se presentan a las mujeres que forman parte de los grupos de opinión y que acceden al espacio radial reforzando el análisis realizado en el programa. En esta categorización encontramos a las organizaciones pertenecientes al Colectivo Radial Feminista (principalmente a Flora Tristán y Manuela Ramos); las organizaciones pro derechos humanos (APRODEH, DEMUS, entre otras); organizaciones sociales como CHIRAPAQ (Grupo de mujeres rurales), UMDU (Grupo de estudio de mujeres afroamericanas); las instituciones de servicio de salud de la mujer, representadas por el Ministerio de Salud, el SISMU (Servicio integral de salud de la mujer) y los Centros de Emergencia Mujer.

Una tercera categoría que se desprende del análisis de los programas es la imagen de la mujer que transmiten las comunicadoras de Milenia Radio. Su discurso es apoyado en materia de análisis a partir de representantes de las instituciones que forman el Colectivo Radial Feminista. La conducta de las

comunicadoras se encuentra vinculada a los espacios donde interactúan con grupos feministas, grupos a favor de los derechos humanos y diversas organizaciones de la sociedad civil, tanto públicas como privadas, lo que a través de la realización del programa, se plasma en su identificación con el discurso que ellas desarrollan.

B. Rol de la mujer.

En el desarrollo de todos los programas se promueve las siguientes ideas sobre el rol que debe cumplir la mujer en su propio beneficio:

- Saber elegir cuáles son las medidas necesarias para garantizar sus derechos ciudadanos, definidos a través de los tres ejes temáticos principales que se desarrollan en el programa.
- Evitar cualquier forma de maltrato o de violencia física, verbal o psicológica, que afecte de manera directa e indirecta a ella misma o a su entorno, evitando así el maltrato a los hijos.
- Denunciar al agresor, en casos de violencia, o apoyar a que otras mujeres víctimas de agresión recurran a los Centros de Emergencia Mujer para recibir la ayuda respectiva.
- Conocer las acciones necesarias en materia legal para saber a cuáles instancias del Estado deben recurrir.
- Estar informada sobre disposiciones en materia de salud, accesos a la educación y mejoras en el nivel laboral.
- Promover los liderazgos femeninos, como lo afirma la conductora Yaned Fernández: *“Algunos hombres todavía tienen la mentalidad de las “mujeres en su casa” y los “hombres en la calle”, y por eso cortan la participación de las mujeres en la escena política²²⁷...evitando que se puedan formar en la militancia.”*²²⁸
- Las mujeres deben organizarse y establecer redes y vínculos comunes, promoviendo la participación en diversas áreas políticas y sociales.

²²⁷ Programa 10

²²⁸ Programa 10

Aquí observamos el ideal de mujer que se quiere transmitir a través de la radio, referido a una mujer profesional, a la mujer que no deja de ser ama de casa, pero que sin embargo va explorando otras actividades dentro de las esferas de su sociedad.

C. Enfoques y perspectivas desarrolladas.

A partir de las temáticas abordadas se desarrollan cuatro enfoques principales a lo largo de los 18 programas seleccionados:

- El primero se refiere a una presentación clara del tema y la identificación con los elementos que interactúan en el mismo. En este caso se presentan cifras, testimonios o informes que introducen directamente a los temas a desarrollar.
- El segundo se refiere a la situación de la mujer presentada a lo largo del tiempo, en materia de lucha por la obtención de sus derechos, y la importancia de conocerlos y aplicarlos dentro de la sociedad actual.
- El tercero se refiere a las responsabilidades del Estado para velar, en materia de justicia, a que las mujeres puedan desarrollar sus derechos, con todos los beneficios de la ley.
- El cuarto se refiere a la asesoría que se presenta durante el programa, a través de los especialistas invitados y representantes de las organizaciones e instituciones de la sociedad civil.

Los temas se desarrollan a partir de 5 perspectivas de acuerdo a los enfoques mencionados: social, legal, político, educativo y de salud pública y privada. Estas perspectivas las mencionamos en nuestra matriz de registro, como parte de la descripción del tema, estableciendo una comparación directa de todas las perspectivas que se desarrollan en los 18 programas analizados.

A partir de las diferentes temáticas presentadas en el programa *se desarrolla una perspectiva de género a través de un lenguaje no-sexista*, ya sea en la temática de derechos sexuales, donde se pide la igualdad de condiciones pero rescatando las diferencias que existen en cuestión de género, es decir, en las

diferencias inherentes a hombres y mujeres; o por ejemplo en el programa desarrollado por una educación no-sexista²²⁹, donde se incide en la lucha de los diferentes estereotipos que se realizan dentro de la educación en la sociedad, estereotipos que han ido acrecentando a lo largo de los años situaciones de machismo, y sobre todo, las ideas erróneas de que las mujeres tienen determinados ambientes de desarrollo diferentes al de los hombres.

Las emisoras del programa apelan a que las mujeres puedan tener accesos en diferentes localidades y dependencias, sobre todo en materia de salud, como en el programa número 2, donde se presentan *“informaciones que se hacen llegar a la población directamente sobre actividades del SISMU. (Servicio Integral de Salud para la mujer)”*²³⁰

En el programa número 5 se alude a la educación sexual: *“siempre la responsabilidad sexual, de la crianza de los hijos, recae en la mujer... se debe de incorporar al hombre, pues la vida de pareja se hace de a dos”*²³¹. Se establecen las relaciones entre las instituciones que orienten a las mujeres sobre este tema, además de la información que las emisoras del programa proporcionen al respecto.

El programa a través de los diferentes enfoques y perspectivas desarrolla acciones positivas, en contra de las discriminaciones presentes en la sociedad por cuestiones de raza, sexo o credo: *“Hablamos de una radio eminentemente femenina, siempre se determina las cuestiones sociales desde una plataforma masculina, y más las cuestiones de mujeres, eso es lo que queremos quebrar”*²³². De esta manera, a través del programa se establecen los vínculos necesarios para el desarrollo de acciones que apoyen los derechos de las mujeres.

²²⁹ Programa 17

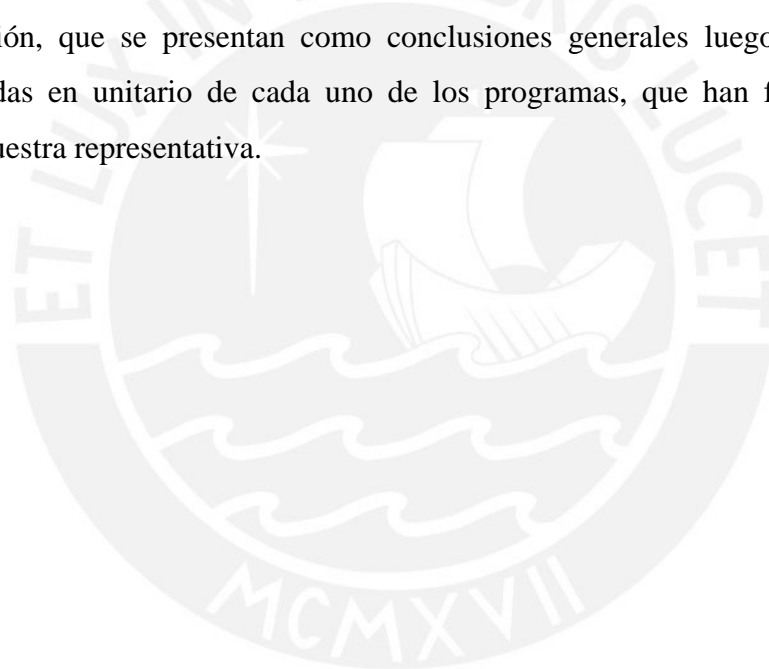
²³⁰ Comentario de la conductora referido al acceso a este tipo de educación sexual

²³¹ Comentarios realizados en el programa 5 referido al tema de Aborto en adolescentes.

²³² Programa 6.

Para realizar un análisis más profundo en el programa, se presentan de igual forma las visiones estereotipadas de la mujer para comprender la necesidad de dejarlas ir emprendiendo el camino de superación propia, que se logra a través de la información y del establecimiento de una buena educación para las mujeres. Términos como “jugadora” son mencionados para evitar el tratamiento despectivo y discriminatorio de la mujer.

Con este punto, concluimos el desarrollo del análisis de los 18 programas tomados como muestra de “En Contacto”. A continuación, presentamos la matriz de registro y la matriz de análisis en forma unitaria, cerrando así nuestro capítulo 4 referido al análisis global de la muestra. Análisis que ha clarificado nuestras hipótesis y objetivos de investigación, que se presentan como conclusiones generales luego de las matrices desarrolladas en unitario de cada uno de los programas, que han formado parte de nuestra muestra representativa.



4.6.5. REGISTRO DE LOS PROGRAMAS DE “EN CONTACTO”

N° PROG.	TEMA	FECHA	TIEMPO	ESTRUCTURA	DESCRIPCIÓN
1	Violencia “No estamos solas frente a la violencia familiar y sexual”	Miércoles 15 de Enero de 2003	56 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe Entrevista, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio: Tiempos de Tarot . / Spot referido al tema de Violencia. 6. Formatos empleados: Entrevista en set. 7. Cierre 	El tema central se aborda desde la perspectiva social, que involucra a las mujeres en relación con su entorno familiar y la situación de maltrato; y una perspectiva legal, que incide directamente en la responsabilidad de las autoridades y el conocimiento de los derechos por parte de la mujer maltratada..
2	Derechos Sexuales y Reproductivos “La maternidad saludable es nuestro derecho”	Lunes 20 de Enero de 2003	57 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe Mujer Rural, Entrevista, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio. 6. Formatos empleados: Entrevista en set. 7. Tema Musical 8. Cierre 	El tema central se aborda desde la perspectiva educativa, referida a los accesos para buenos servicios; y la perspectiva social, del compromiso de las instituciones públicas y privadas para ofrecer un buen servicio.
3	Violencia “Violación: entre el silencio y la denuncia”	Miércoles 22 de Enero de 2003	60 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe Entrevista - Testimonio, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio / Spot Violación. 6. Tema Musical. 7. Formatos empleados: Entrevista. 8. Cierre 	El tema central se aborda desde la perspectiva social, incentivando a las mujeres y a la población a denunciar al agresor. La perspectiva legal está presente al hacer referencia a las instituciones que deben garantizar la integridad de la persona agredida.

4	Violencia “Medidas de protección en la ley contra la violencia familiar y sexual”	Miércoles 05 de Febrero de 2003	62 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe, Entrevista - Testimonio, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio / Spot Violencia. 6. Tema musical 7. Formatos empleados: Entrevista. 8. Cierre 	El tema central es abordado desde la perspectiva legal, para reconocer los mecanismos conforme a la ley que eviten la violencia; y desde la perspectiva social, presentando a las instituciones que albergan a las mujeres maltratadas.
5	Violencia “Aborto en adolescentes”	Jueves 06 de Febrero de 2003	58 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe, Charla. 5. Tema musical 6. Pausa intermedia para promoción de la radio / Spot Aborto y embarazos no deseados.. 7. Formatos empleados: Entrevista. 8. Cierre 	El tema central es abordado desde la perspectiva familiar – social, resaltando la falta de conocimiento en salud sexual y las leyes que garanticen su ejercicio pleno.
6	Derechos Sexuales y Reproductivos “Congreso y la Anticoncepción oral de Emergencia”	Jueves 20 de Febrero de 2003	42 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe especial, Entrevista, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio / Spot “No más niños de plomo en la Oroya”/ Spot “Por una Constitución que garantice la equidad de género” 6. Formatos empleados: Entrevista./ Spot PAE (Alternativa situación de riesgo, píldoras anticonceptivas de emergencia.) 7. Cierre 	El tema central es abordado desde la perspectiva de la salud pública y privada, incentivando al uso de métodos anticonceptivos para evitar embarazos no deseados.

7	Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos Ciudadanos) “ 8 de Marzo: Día Internacional de la mujer”	Miércoles 05 de Marzo de 2003	55 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe especial: Historia de las Mujeres. 5. Tema musical. 6. Pausa intermedia para promoción de la radio. 7. Formatos empleados: Entrevista. 8. Enlaces telefónicos. 9. Cierre 	El tema central es abordado desde la perspectiva feminista, recapitulando la historia de la lucha de las mujeres y su vinculación actual en materia de derechos.
8	Derechos Sexuales y Reproductivos “Situación del VIH Sida en Mujeres”	Viernes 07 de Marzo de 2003	57 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio. 6. Formatos empleados: Charla, Entrevista. / Spot: “Usa condón por el amor de Dios” 7. Sorteos por aniversario. 8. Cierre. 	El tema central es abordado desde la perspectiva social y de salud, estableciendo los vínculos necesarios con instituciones públicas y privadas.
9	Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos Ciudadanos) “Trabajadoras del Hogar, esclavas del siglo XXI”	Lunes 31 de Marzo de 2003	58 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe: Historia de las trabajadoras del hogar, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio. 6. Formatos empleados: Entrevistas, Charlas. 7. Tema musical. 8. Cierre 	El tema central es abordado desde la perspectiva social, eliminando todo tipo de discriminación contra las trabajadoras del hogar, y desde la perspectiva del derecho, referido a las leyes que deben ampararlas.
10	Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos Ciudadanos) “Mujeres y Partidos políticos: Un modelo para armar”	Jueves 10 de Abril de 2003	56 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio. 6. Tema musical 7. Formatos empleados: Entrevista. 	El tema central es abordada desde la perspectiva política y del derecho, referido a la obtención de una ley de partidos políticos que garanticen participación igualitaria de las mujeres.

				8. Cierre	
11	Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos Ciudadanos) “Necesitamos una Ley de Igualdad de Oportunidades”	Martes 22 de Abril de 2003	53 minutos	1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Entrevista, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio. 6. Formatos empleados: Informe especial. 7. Tema musical. 8. Cierre.	El tema central es abordado desde la perspectiva del derecho, realizando el seguimiento a una ley de igualdad de oportunidades que se debate en el Congreso de la República.
12	Derechos Sexuales y Reproductivos “Acceso a los Servicios de Planificación”	Miércoles 30 de Abril de 2003	55 minutos	1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Informe especial. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio./ Spot: Violencia, Informe. 6. Tema musical. 7. Formatos empleados: Entrevista. 8. Cierre	El tema es abordado desde la perspectiva de salud y educación sexual, en referencia directa a la planificación familiar.
13	Violencia “ Eliminación Conciliación en Casos de Violencia Familiar”	Lunes 05 de Mayo de 2003	59 minutos	1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Entrevista, Charla./ Spot: Violencia, comentarios.. 5. Formatos empleados: Entrevista. 6. Tema musical. 7. Cierre.	El tema central es abordado desde la perspectiva social, presentando a las DEMUNAS como entidades del Estado Peruano que generan garantías a las mujeres víctimas de violencia.
14	Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos Ciudadanos) “Rasgos de la Inequidad de Género”	Martes 13 de Mayo de 2003	57 minutos	1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Entrevista, Charla. 5. Tema musical. /Spot: Congreso debe estar por una Ley de Igualdad de Oportunidades. 6. Formatos empleados: Entrevista. 7. Cierre	El tema central es abordado desde la perspectiva social, reconociendo los rasgos de la inequidad de género en diferentes grupos de las minorías, y su relación con la situación de las mujeres.

15	Derechos Sexuales y Reproductivos “Día Mundial de Acción por la Salud de la Mujer”	Miércoles 28 de Mayo de 2003	57 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Formatos empleados: Entrevista, Charla. 4. Pausa intermedia para promoción de la radio. 5. Formatos empleados: Informe Situación de la capital. 6. Tema musical. 7. Cierre 	El tema central es abordado desde la perspectiva de salud, directamente vinculados con acciones que garanticen el libre desenvolvimiento de los derechos sexuales y reproductivos.
16	Derechos Sexuales y Reproductivos “Futuro de los Derechos Sexuales y Reproductivos en el Perú”	Lunes 09 de Junio de 2003	58 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Entrevista, Charla. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio 6. Formatos empleados: Entrevista 7. Cierre 	El tema central es abordado desde la perspectiva política, vinculando el proyecto por una ley de igualdad de oportunidades que garantice plenamente los derechos de las mujeres.
17	Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos Ciudadanos) “Día de la Educación No Sexista”	Viernes 20 de Junio de 2003	56 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. Spot: “Las mujeres se sobreentienden, están allí en los Derechos Humanos”. 4. Formatos empleados: Charla, Informe – Cuento. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio. / Spot Violencia. 6. Tema musical. 7. Formatos empleados: Charla. 8. Tema musical. 9. Formato empleado: Entrevista. 10. Cierre. 	EL tema principal es abordado desde una perspectiva social, estableciendo diferencias en relación a una educación no sexista, que sea incluyente de las mujeres y no las discrimine.
18	Ley de Igualdad de Oportunidades (Derechos Ciudadanos) “Derechos de la Población Homosexual”	Jueves 26 de Junio de 2003	61 minutos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Careta de presentación. 2. Saludo de la conductora 3. Introducción al tema a tratar. 4. Formatos empleados: Entrevista. 5. Pausa intermedia para promoción de la radio. 	El tema es abordado desde la perspectiva social, reconociendo e identificando a los grupos de las minorías que siguen luchando por un reconocimiento de sus derechos

				6. Tema musical. 7. Formatos empleados: Charla 8. Cierre	ciudadanos, a la par con las mujeres.
--	--	--	--	--	---------------------------------------

Leyenda:

Eje temático 1: Tratado en 5 temas.

Eje temático 2: Tratado en 6 temas.

Eje temático 3: Tratado en 7 temas.



4.6.6. ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE “EN CONTACTO”

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
1	15 de Enero 2003	Violencia	Reflexionar y reconocer los diferentes tipos de violencia de las que son víctimas las mujeres, como contradicción a los derechos humanos.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes: Mariela Jara. - Teresa Arparcara y Fanny, de la Casa del Bienestar de Pamplona Alta. - Abogada Patricia Zanabria, de Manuela Ramos. - Orientadoras legales del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Voz en primer plano. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía positivo. - Identificación con el tema (conductora alienta a la denuncia de casos de violencia). 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra. - Utiliza refranes y frases para mayor cercanía al oyente: “a la muerte de un gato” (de vez en cuando), referido a los buenos servicios . - Uso de ejemplos para referirse al tema. 	<ul style="list-style-type: none"> - Maltrato que sufren las mujeres dando cifras estadísticas sólo en Lima. - Acuerdos que se han firmado contra la eliminación de la violencia (CEDAW) - Relación de Instituciones legales que pueden apoyar al respecto
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Mapa Cívico: El programa establece relaciones con Instituciones legales que apoyan a las mujeres víctimas de maltrato. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas a profundidad, para conocer ejemplos de maltrato. Entrevista como ejemplo. (Testimonio) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tema musical acertado relacionado con el informe: “Sola en mi dolor” de Isabel Pantoja; y fragmento de Masiel. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas a profundidad: A través del espacio imaginario de la radio, se obtiene el testimonio desde el lugar de los hechos. (Casa del Bienestar) 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe sobre situación de maltrato. - Entrevista telefónica y en set como opinión y relato. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función expresiva. Situación del maltrato en el hogar. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa 	
IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO			
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL	
<p>Tema principal: Violencia en todas sus expresiones.</p> <p>Temas secundarios: Violencia familiar y sexual.</p> <p>Derechos legales de las mujeres.</p> <p>Educación y Formación para las mujeres en el conocimiento de las Instituciones a las cuáles pueden acudir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Compromisos internacionales: Belem Do Para y la CEDAW (ambos tratados contra la violencia) 	<ul style="list-style-type: none"> - Día del Consumidor reconocido por la ONU. Artículo 65 de la Constitución de 1993. 	
V. COMENTARIO CUALITATIVO			
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Existe un porcentaje alto de mujeres temerosas que no denuncian a sus agresores por ser padres de sus hijos. - La mujer seguirá siendo víctima de violencia si no busca la ayuda especializada de personas o instituciones que la apoyen al respecto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser consciente que a través del maltrato se afecta a los hijos. La mujer debe reaccionar para no perjudicarse ella misma ni su entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> - La mujer tiene derecho a una vida libre de violencia. - Las instituciones del Estado deben velar por el cumplimiento de los tratados internacionales firmados. - Las mujeres deben de denunciar al agresor y no ser cómplices del maltrato. 	

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
2	20 de Enero 2003	La maternidad.	Reflexionar sobre la maternidad como etapa de cuidados en la vida de la mujer, con las respectivas obligaciones del Estado y del Ministerio de Salud..	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández. - Productora: Mariela Jara. - Lourdes Orbe, funcionaria del SISMU (Servicio Integral de Salud de la mujer). - Abogada Susana Chávez, del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Correcta articulación de las palabras 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía positivo. Utiliza término de “amigas”, además frases o refranes. - Identificación con el tema. (La conductora es madre también 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra, siempre en primer plano. - Uso del lenguaje con términos especializados que no son explicados al oyente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mortalidad materna. - Derechos reproductivos reconocidos como derechos humanos, garantizando la maternidad plena. - Referencia a compromisos internacionales firmados por el Estado en cuestión de salud y maternidad.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA		EFFECTOS
<ul style="list-style-type: none"> - Operación Suela de Zapatos: El espacio radial se traslada hacia las oficinas del SISMU para hablar con la especialista Lourdes Orbe. - Mapa Cívico: A través de los recursos del SISMU y Flora Tristán, las mujeres pueden acceder a beneficios en salud materna. 	<ul style="list-style-type: none"> - Charlas. - Informes especiales. - Sociodrama (dentro de Informe) - Entrevistas como opinión, para que las mujeres realicen los chequeos respectivos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función expresiva, relacionada con el tema de los hijos. Primer plano. Canción acertada pues se vincula con el tema. Género Tropical. Intérprete: Gloria Estefan. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 		<ul style="list-style-type: none"> - Ambiental: Gorgojeo de bebe al inicio del programa que nos ubica con el tema.

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema principal: La maternidad</p> <p>Temas secundarios: Mortalidad materna en las jóvenes.</p> <p>Mortalidad en mujeres rurales.</p> <p>Acceso a servicios de calidad adecuados para las mujeres y que el Estado se preocupe en mejorarlos.</p> <p>Maternidad precoz como problema principal de mortandad.</p> <p>Cuestionamiento sobre el buen uso de servicios de salud a nivel nacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Perú como segundo país en Sudamérica que tiene mayor porcentaje de mortalidad juvenil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones realizadas por el Alcalde de Lima Luis Castañeda Lossio para prevenir desastres en la cuenca del Río Chillón. (presentado como noticia final)
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - La mujer sufre sino recibe y realiza los cuidados necesarios durante el periodo de la maternidad. - Existen mujeres que desconocen sus derechos en materia de salud sexual y reproductiva. - Las mujeres en gestación pueden encontrar un buen soporte si acuden a las instituciones especializadas. 	<p>Estar en pleno conocimiento del derecho de elección de la mujer sobre como llevar su maternidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres tienen derechos sexuales y reproductivos. - Las instituciones y organismos deben velar porque ellos se cumplan. - Las mujeres deben de conocer cuáles y cómo son sus derechos.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
3	22 enero 2003	Violación	Alertar a las mujeres jóvenes sobre los diferentes tipos de violencia de los que pueden ser víctimas, enfatizando la violación sexual como uno de los peores crímenes..	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes Especiales: Mariela Jara. - Abogada Lilian Portillo, Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. - Julio Vega Galindo, Centro de emergencia Mujer de Comas (CEM) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Pronunciación lenta, se percibe arreglo de palabras mientras se habla. 	<ul style="list-style-type: none"> - A nivel afectivo se prefiere decir “mujeres violentadas” en vez de violadas. - Utiliza término de “amigas”, se presenta como consejera. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de lenguaje especializado que se asume conocido por el oyente. - Conductora critica uso de términos como: “jugadora”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Violación como la peor forma de violencia. - Derechos ciudadanos de las mujeres que deben ser respetados. - Casos de mujeres violentadas sexualmente. Reflexión al respecto.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Operación Suela de Zapatos: El espacio radial se traslada hasta las instalaciones del CEM para darlo a conocer. - Mapa Cívico: Se presenta al CEM de Comas como instancia de importancia para dar asesoría a las mujeres. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe. - Entrevista – Testimonio, como denuncia de persona maltratada psicológicamente.. - Entrevista central como conflicto: Autoridades retrasan el apoyo a mujeres. Abogada Portillo refuerza esta afirmación. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función expresiva. Tema musical del Grupo Niche: “Miserable”. Hombre que no asume responsabilidad de violación. Uso acertado, de reflexión. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. Ráfaga: pausas entre los comentarios de la conductora. 	<ul style="list-style-type: none"> - Narrativa: Inserción de frase ¡Basta ya!, que acompaña al desarrollo del informe sobre violencia sexual. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Se hace referencia a los anteriores temas de violencia desarrollados en la semana.</p> <p>Tema principal: Violencia, violación y acoso sexual.</p> <p>Temas secundarios: Derechos Legales, referidos directamente al Código Penal de 1991.</p> <p>Libertad sexual y libre tránsito en las calles.</p> <p>Miedo, vergüenza y conflicto de las víctimas para no denunciar casos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Derechos ciudadanos de las mujeres que deben ser respetados. - Ley de protección contra la violencia familiar, número 22260. 	<ul style="list-style-type: none"> - Obstáculos en el sistema de justicia referidos a las denuncias sobre violación sexual
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - La Mujer es violentada sexualmente sin ser ella la que provoque este tipo de situaciones. - Las víctimas menores de edad son consideradas dentro del delito de seducción. 	<p>Denunciar al agresor, hacer respetar su libertad sexual y de libre tránsito, como parte de sus derechos ciudadanos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Leyes e instituciones deben brindar más apoyo en casos de violencia. - La mujer debe luchar contra el miedo y la vergüenza que ocasiona el ser violentada sexualmente.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
4	5 de Febrero 2003	Violencia Familiar y Sexual	Reconocer los mecanismos legales de apoyo para los casos de violencia familiar y sexual.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes especiales: Mariela Jara. - Elvira (víctima de violencia), Miriam. - Doctor Fredy Cantu.. Centro de Emergencia Mujer (CEM) de Ventanilla. - Abogada Violeta Correa. (DEMUS). 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz un poco bajo. - Trabas en la pronunciación de los tecnicismos legales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Empatía con las oyentes: “amigas y amigos”. - Referencias al clima., a los estados de ánimo de las oyentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de muchos tecnicismos legales: “Medidas cautelares”, “retenciones en el Ministerio Público”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Referencia y explicación sobre los Centros de Emergencia Mujer. - Ley 26260 de protección frente a la violencia familiar y sexual. - Deficiencias en el Ministerio Público sobre esa ley.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista a profundidad: Caso CEM Ventanilla: persona víctima de violencia. - Mapa Cívico: Se presenta a DEMUS (Instituto de Defensa Legal de la Mujer), para que de ayuda a las mujeres en materia legal. - Operación suela de zapatos: El espacio radial se traslada hasta el CEM de Ventanilla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe presentando caso de mujer maltratada. - Charla. - Entrevista – Testimonio. - Entrevista telefónica como opinión. - Noticias sobre casos de mujeres asesinadas por sus parejas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tema musical de Gilberto Santa Rosa: “Perdóname”. Función descriptiva, ubica situación de mujeres que son engañadas por sus parejas. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema principal: Violencia familiar, violación, acoso.</p> <p>Temas secundarios: Mujer y derechos humanos.</p> <p>Derechos legales.</p> <p>Derechos sexuales y reproductivos, referidos al respeto de la sexualidad de las mujeres.</p> <p>Papel del Ministerio Público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Indices altos sobre asesinatos de mujeres después de recibir maltratos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor presupuesto para las casas de Refugio, que albergan a mujeres maltratadas. (Pedido por parte de las emisoras del programa)
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - La mujer es maltratada mayormente por su pareja, no lo denuncia por miedo. - Existen mujeres que desconocen las instancias y los pasos a seguir para denunciar a su agresor. - La mujer puede perdonar a su agresor, siempre y cuando éste garantice que no se repitan las situaciones de maltrato 	<p>Conocer los derechos legales que la asisten y las instancias a las cuáles acudir, respaldadas por organismos del Estado e instituciones privadas..</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres deben conocer cuáles son las instancias públicas y privadas para denunciar casos de violencia familiar y sexual. - Ministerio Público e instancias del Estado deben ofrecer mejores recursos para garantizar medidas de protección contra la violencia.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
5	6 Febrero 2003	El aborto	Identificar las causas principales del aborto en adolescentes, reflexionando sobre las tempranas relaciones sexuales en los jóvenes, sin el uso de los métodos anticonceptivos.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes especiales: Mariela Jara. - Grupo de Jóvenes de Ate. - Daniel Azpilcueta, Director de INPARES. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Pronunciación articulada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía positivo, la conductora se identifica con los padres que viven este tipo de situación con sus hijos. (Conductora es madre de dos jóvenes). 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de lenguaje referido a términos de salud: “Aborto terapéutico” y “Embarazo no deseado”. - Lenguaje evocativo, se hace referencia a anteriores programas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Datos estadísticos referidos a la mortalidad materna. - Aborto ilegal, delito en el país. - Embarazo adolescente se da en mujeres con menor nivel de educación. - Jóvenes tienen dudas sobre métodos naturales y anticonceptivos.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Operación suela de zapatos: Espacio radial se traslada a Ate Vitarte para entrevistar a diferentes jóvenes sobre orientación sexual. - Mapa Cívico: Se presenta organismos públicos (INPARES) a la población para la mejora del conocimiento y orientación sexual en adolescentes 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe. - Charla - Entrevistas telefónicas, como opinión y pedido.. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tema musical acertado, función expresiva, con referencia directa al aborto en adolescente: “Cuando Agosto era 21”, de Fernando Ubierno. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema principal: El aborto.</p> <p>Temas secundarios: Violencia</p> <p>Derechos legales.</p> <p>Métodos Anticonceptivos.</p> <p>Orientación sexual.</p> <p>Mortalidad materna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Violencia y violación como principales causas del aborto en adolescentes. - Perú como uno de los países con más alto índice de aborto en adolescentes: 15%. 	<ul style="list-style-type: none"> - Algunos congresistas de posición política conservadora (Rafael Rey como ejemplo), en contra del aborto terapéutico.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres adolescentes no reciben la orientación sexual adecuada sobre los métodos anticonceptivos. - Las jóvenes adolescentes de sectores económicos bajos son las más propensas a realizarse abortos, ocasionándose daños posteriores. 	<p>La mujer debe informarse y saber planificar su maternidad, a través de los diversos métodos anticonceptivos naturales y artificiales que existen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El aborto es analizado como problema social. - Las mujeres tienen derecho a elegir qué métodos anticonceptivos utilizar. - Las Instituciones del estado deben prever mayor información en orientación sexual de manera abierta, sin tabúes.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
6	20 de Febrero 2003	Métodos anticonceptivos	Reconocer la Anticoncepción Oral de Emergencia como medida de planificación familiar aprobada y de uso acertado para las mujeres.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Carolina Cossío (En reemplazo de Yaned por hoy) - Informe: Mariela Jara. - Rosa Yanarico, Congressista. - María Esther Mogollón, del Movimiento amplio de mujeres. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Timbre de voz cálido. - Pronunciación articulada, sin errores. 	<ul style="list-style-type: none"> - No logra empatía porque se trata con formalidad a las oyentes: “usted” 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de lenguaje plagado de tecnicismos legales, sobre todo en informe. - El discurso se vuelve monótono y se pierde el interés. 	<ul style="list-style-type: none"> - La anticoncepción oral de emergencia es un derecho humano a la salud. - Ministro de Salud Fernando Carbone antepone sus creencias religiosas para la aprobación de normas que en la práctica afectarían la salud de las mujeres.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista a profundidad: A congressista Yanarico, por ciertos errores que se han tenido en las firmas respecto a las negaciones para que se acepte las AOE. - MAPA CÍVICO: Relaciones entre personas y Estado, políticas de salud. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe (Mariela Jara narrando situación). Uso predominante de la palabra. - Charlas. - Entrevistas telefónicas.. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tema musical adecuado a la temática, función expresiva: “Ella que nunca fue” de Gloria Trevi, sobre la repulsión de la sociedad a los abortos clandestinos. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema principal: Métodos Anticonceptivos.</p> <p>Temas Secundarios: Control de la natalidad.</p> <p>Orientación sexual.</p> <p>Salud de las mujeres.</p> <p>Mujer y Religión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Grupo de congresistas no apoyan el uso de la anticoncepción oral de emergencia. - Proyecto de Ley referido a la anticoncepción oral de emergencia en revisión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas al interior del Ministerio de salud. Se solicita la renuncia del Ministro Fernando Carbone.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - Reducido grupo de mujeres de movimientos sociales organizadas reclaman derechos en materia de salud sexual y reproductiva. - La mujer desconoce la existencia de la anticoncepción oral de emergencia. 	<p>Conocer cuál es la nueva alternativa en materia de anticoncepción oral aprobada por la organización mundial de la salud, y a la que las mujeres tienen derecho.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La anticoncepción oral de emergencia es una método al que toda mujer debe tener acceso. - EL Ministerio de Salud y los congresistas de la República deben apoyar su difusión pues ha sido aprobada por la organización mundial de la salud. - Los principios religiosos no deben primar sobre la salud sexual de las mujeres.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
7	5 de Marzo 2003	Igualdad de Oportunidades	Reconocer la importancia del 8 de Marzo como día central del calendario feminista y del aniversario de la emisora.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Enlaces: Mariela Jara. - Cesar Saldarriaga (CEM Lima) / Pierina Ventocina (Psicóloga CEM) Ruth Aliaga (facilitadora CEM) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado y dicción articulada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía positivo, lenguaje afectivo, hay una identificación clara con el discurso por parte de la conductora 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de lenguaje preciso, dando informaciones claras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se habla de la “discriminación de género” de la que diariamente son víctimas las mujeres. - Los derechos sexuales y reproductivos aun no están totalmente garantizados para las mujeres.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Mapa Cívico: Relaciones con el Festival, con las Instituciones que fomentan el día de la mujer, relaciones con el CEM, dando a conocer sesiones de terapias y ayuda 	<ul style="list-style-type: none"> - Charla - Informe Especial: Historia de las mujeres. - Participación vía telefónica. - Programa plano, poca variedad. El informe no es lo suficientemente atractivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fondos musicales, enfatizando la idea de mujer que espera, mujer que anima, mujer con orgullo. Todo esto presentado en el informe especial. - No careta de presentación, se utiliza como cortina musical el tema “Mujer” del Grupo de Mujeres de Costa Rica Claroscuro. Elección acertada, melodía que acompaña a la conductora y refuerza el discurso. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema principal: Igualdad de Oportunidades.</p> <p>Temas Secundarios: Analfabetismo en las mujeres.</p> <p>Educación y formación menos restringida para las mujeres.</p> <p>Violencia como parte de las discriminaciones de género.</p> <p>Mujer y trabajo: Condiciones de igualdad.</p> <p>Derechos ciudadanos a todo nivel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Derechos de las mujeres obtenidos a lo largo del tiempo. - Difusión de festival “Canto a la Vida”, por el día de la mujer. - Porcentajes de violencia familiar: 7 de cada 10 mujeres han sido agredidas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Día de la mujer 8 de marzo.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADOS
<ul style="list-style-type: none"> - Grupos de primeras mujeres organizadas son presentadas como activas luchadoras por la obtención de sus derechos a lo largo del tiempo. - Existen mujeres que aún no consiguen la igualdad de oportunidades en todos los niveles de vida. 	<p>Exigir el cumplimiento de sus derechos ciudadanos, referidos al ámbito laboral, intelectual y social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres han luchado por muchos años por la obtención de sus derechos. - Las instituciones públicas deben garantizar el cumplimiento de sus derechos ciudadanos. - Las mujeres deben seguir luchando por la igualdad de oportunidades.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
8	7 de Marzo 2003	Salud sexual.	Reflexionar sobre la situación del VIH Sida en las mujeres y la responsabilidad de las parejas.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes: Mariela Jara. - Alicia, de la Institución Solas y Unidas, que apoyan a las mujeres. - Rvdo. David Lymo, colaborador del Hospital de Dos de Mayo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Pronunciación directa, sin trabas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel afectivo positivo, mucha empatía, amigable. La conductora se solidariza con la situación de las mujeres víctimas de este mal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso del lenguaje directo, explicando las ideas equivocadas sobre el SIDA. - Utiliza frases: “Hacer frente a pensamientos machistas” 	<ul style="list-style-type: none"> - Situación de SIDA en mujeres por falta de educación y por el descuido en sus relaciones sexuales. - Falta de información sobre los métodos anticonceptivos a utilizar. - Sida contribuye a la pobreza de las familias.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Operación Suela de Zapatos: Espacio radial se traslada a Institución Solas y Unidas para conocer testimonios. - Entrevista a Profundidad: Realizadas a mujeres de la Institución Solas y Unidas quiénes cuestan su experiencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Informe - Charla - Entrevista - Concurso: Canastón y CD por el día de la mujer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tema musical acertado, poco sutil pero directo. “Usa Condón” de la Charanga Habanera. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema Principal: Salud Sexual.</p> <p>Temas Secundarios: Educación y formación en salud.</p> <p>Orientación sexual.</p> <p>Métodos anticonceptivos.</p> <p>Mujer y Religión (A través de los comentarios de Padre Lymo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Papel del Estado en cumplir con la obtención de los retrovirales para enfermos de SIDA. - Promedio de mujeres que se contagian es de 18 años. 	<ul style="list-style-type: none"> - En el año 2001, el 52% de personas adultas que murieron por Sida eran mujeres.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADOS
<ul style="list-style-type: none"> - La mujer está desprotegida al no poder acceder a métodos anticonceptivos adecuados que eviten su infección con el VIH. - Las mujeres pueden encontrar un buen soporte en las instituciones de apoyo para portadores del VIH Sida. 	<p>Las mujeres deben pedir a sus parejas tener relaciones sexuales con los debidos cuidados, utilizando métodos anticonceptivos adecuados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres deben exigir cuidados necesarios para su salud sexual en la relación de pareja. - Existen instituciones privadas que garantizan los derechos ciudadanos de las mujeres infectadas. - El derecho a la salud sexual trasciende razas y religiones.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
9	31 de marzo 2003	Igualdad de Oportunidades	Reconocer los derechos de las trabajadoras del hogar, así como las instituciones que las amparan para recibir remuneraciones justas.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes y entrevistas cortas: Mariela Jara. - Blanca Figueroa, de la Asociación Grupo de Redes. - Adelinda Díaz y Edelvina, presidenta y usuaria respectivamente, del Centro de Capacitación de Trabajadoras del Hogar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Pronunciación clara, en primer plano sonoro. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía positivo, se establece una relación amical entre las entrevistadas y la conductora. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de términos que no discriminan: “trabajadoras del hogar”, en vez de empleadas o muchachas. 	<ul style="list-style-type: none"> - 90% de trabajadores del hogar son mujeres. - Trabajadoras del hogar principalmente de provincias y zonas rurales. - Ley de las trabajadoras del hogar dada en el Gobierno del General Velasco. - 100,000 niñas y adolescentes son trabajadoras del hogar, cifras a nivel nacional.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas a Profundidad: Caso Edelvina. - Mapa Cívico: Se fomenta el diálogo abierto entre el Estado y mujeres trabajadoras del hogar . 	<ul style="list-style-type: none"> - Noticia sobre situación de mujeres. - Informe: Historia de las trabajadoras del Hogar - Charlas 	<ul style="list-style-type: none"> - Tema musical folclórico: “Mi Libertad”, de la Florecilla Andina. Se relaciona con el tema, en relación al papel de las trabajadoras del hogar. Función descriptiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista Edelvina. (como ejemplo) - Entrevista Trabajadora del Hogar.(como opinión). - Entrevista central de Opinión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptivo- ubicativa: Melodía mexicana de fondo para noticia. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	
IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO			
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA		TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
Tema Principal: Igualdad de Oportunidades. Temas Secundarios: Mujer y Empleo: Trabajadoras del Hogar. Mujeres Rurales y su situación en la capital.		<ul style="list-style-type: none"> - Día de las trabajadoras del Hogar: 30 de marzo. - Historia del día de las trabajadoras del hogar. - Explotación de las trabajadoras del hogar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mención a la situación de conflicto internacional entre Estados Unidos e Irak.
V. COMENTARIO CUALITATIVO			
IMAGEN DE LA MUJER		ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres trabajadoras del hogar se presentan como sumisas, no reclaman los derechos que les corresponden. - Mayor número de trabajadoras del hogar son niñas y adolescentes que no pueden seguir estudios primarios ni secundarios. 		Las trabajadoras del hogar deben luchar y velar por el cumplimiento de los beneficios que por ley les corresponden, dejando las humillaciones y los malos tratos .	<ul style="list-style-type: none"> - Las trabajadoras del hogar son reconocidas como un amplio sector de mujeres que necesita afianzar sus derechos. - Empleadores deben garantizar la educación de las trabajadoras del hogar menores de edad.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
10	10 de Abril 2003	Igualdad de Oportunidades	Reconocer la existencia de una Ley de Partidos Políticos que garantice una participación igualitaria de las mujeres.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes: Mariela Jara. - Anel Towsend, de Perú Posible. - Nilda Rojas, del APRA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Todo de voz adecuado. - Pronunciación poco clara. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se realiza un nivel empático con la audiencia por la densidad del tema político. - Se trata de “usted” a las congresistas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de lenguaje plagado de tecnicismos legales, referidos a “Comisiones del Congreso”, “cuotas partidarias”, y “reforma constitucional”, “ley de cuotas”, que no son explicados al oyente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incremento en la participación de las mujeres en los diferentes partidos políticos. - Congresistas de oposición y del oficialismo de acuerdo con la creación de una ley de partidos políticos. - Mayor cantidad de líderes varones en los partidos políticos.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA		EFFECTOS
<ul style="list-style-type: none"> - Mapa Cívico: Formando Redes a nivel Nacional para que logre pasar el tema al Pleno del Congreso. - Formando Paneles de Ciudadanía, para que las mujeres participen, sobre todo lo referente a partidos políticos. - 	<ul style="list-style-type: none"> - Charla. - Entrevistas como opinión. - Enlaces telefónicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptiva. Tema Musical: “María” de Mercedes Sosa, música trova. Alude a los diferentes tipos de mujer, reforzando la idea de “somos iguales a pesar de las diferencias”. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 		<ul style="list-style-type: none"> - No hubo.

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema principal: Igualdad de Oportunidades</p> <p>Temas Secundarios: Mujeres y Partidos políticos.</p> <p>Mujer y Poder en diferentes áreas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto de Ley de Partidos Políticos. - APRA, único partido político que en su página web aparece tiene publicado el proyecto de ley. 	<ul style="list-style-type: none"> - Todo referido al tema principal y secundario.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADOS
<ul style="list-style-type: none"> - La mujer no tiene presencia suficiente dentro de los partidos políticos para realizar cambios al interior de los mismos. - Liderazgos femeninos se reducen a la esfera política. - Mujeres dirigentas populares no tiene participación directa con propuestas de mujeres congresistas. 	<p>La mujer debe interesarse en participar y elegir a las autoridades que guían la vida política del país.</p> <p>Mayor interés por participar como líderes dentro de los partidos políticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor participación de las mujeres en la esfera política.. - Las leyes deben respaldar la participación de la mujer dentro de los partidos políticos. - Formas de contribución de los diferentes partidos políticos a propiciar liderazgo femeninos.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
11	22 de Abril 2003	Igualdad de Oportunidades	Realizar el seguimiento al proyecto de una ley de igualdad de oportunidades en el Congreso de la República.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes: Mariela Jara. - Tarsila Rivera, del Movimiento de Organizaciones Rurales CHIRAPAQ. - Julia Valenzuela, de la comisión de educación y derechos humanos del Congreso de la República. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz más bajo de lo normal. - Pronunciación correcta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía positivo, la conductora refuerza la idea de la obtención de iguales beneficios para las mujeres. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de lenguaje claro. Se relaciona con los anteriores temas que tiene el mismo enfoque. - Términos como “acciones positivas”, referidos al vocabulario feminista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existen prejuicios hacia las mujeres andinas de zonas rurales. - Realización de acciones positivas para que las poblaciones indígenas tengan pleno conocimiento de sus derechos. - Reunión importante en el Congreso para el debate de la Ley de Igualdad de Oportunidades.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas a profundidad: Tarsila Rivera, en relación a CHIRAPAQ.. - Formando paneles de ciudadanía: Se solicita al Estado que se legisle pensando principalmente en los sectores menos favorecidos y excluidos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Charla. - Entrevista telefónica como opinión. - Sociodrama: Conversación en un barrio y cómo es maltratada y discriminada verbalmente la mujer. - Informe Especial. - Entrevista Congresista como opinión y relato. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptiva. Tema musical: “El Carbonerito”, de EL Gran Combo de Puerto Rico. Alude a formas de discriminación para la gente de color. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema Principal: Igualdad de Oportunidades.</p> <p>Temas Secundarios: Mujer y Política.</p> <p>Mujer y Asuntos sociales.</p> <p>Mujeres rurales y su relación con el derecho.</p> <p>Leyes que amparan la igualdad.</p>	<p>- Conferencia Mundial sobre el Racismo</p>	<p>- Día de la Tierra. Comentarios, de la conductora al respecto.</p>
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - Mujer rural organizada en asociaciones que tienen poca presencia en la capital. - Mujer rural sufre discriminaciones en la capital, no puede acceder a una dieta digna y buenos servicios en salud. - Mujer rural directamente relacionada con la pobreza extrema. 	<p>La mujer debe hacer respetar sus derechos y exigir mejoras en materia de salud y de alimentación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La mujer rural tiene iguales derechos que la mujer de la ciudad. - La ley de igualdad de oportunidades debe garantizar los mismos derechos para todas las mujeres.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
12	30 de Abril 2003	Planificación familiar	Informar a las mujeres jóvenes sobre los diferentes instrumentos y métodos que se utilizan para la planificación familiar, estableciendo vínculos con las instituciones que trabajan en materia de salud.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Informes: Elsa Salazar (Conductora de El Ritmo y Sabor lo traigo yo). - Elva Quiñones Colchado, Decana del Colegio de Obstetrices. - Catalina Hidalgo, psicóloga social. - Eda Aguilar, del Centro de la mujer peruana Flora Tristán. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz bajo. - Pronunciación clara. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía normal, no se llega a establecer un grado de confianza con las oyentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de lenguaje coloquial. Se realiza comentarios con el público. - Lenguaje directo, sin entrar en enredos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uno de cada cinco partos corresponden a mujeres menores de 19 años. - Población adolescente debe recibir información completa en el área de salud reproductiva. - Jóvenes recurren al centro de salud sólo cuando tienen ETS (Enfermedades de transmisión sexual.)
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Mapa Cívico: Se establece a través del espacio radial, relaciones entre el Organismo de salud competente y la población. 	<ul style="list-style-type: none"> - Charla. - Informe especial que se va insertando en pequeños bloques durante el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptiva. Tema musical “Ana”, de Maná. Referencia directa a una joven que sale embarazada. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

- Operación Suela de Zapato: EL espacio radial se traslada hasta el lugar de la presentación del manual de salud para los adolescentes	- Entrevista central de opinión. - Noticias varias.	- Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa.	
IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO			
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL	
Tema Principal: Planificación familiar Temas Secundarios: Derechos Sexuales y reproductivos: Orientación sexual. Mortalidad materna. Salud de las mujeres. Control de la natalidad.	- Conferencia Internacional de Población, realizada en Setiembre de 1994. Se afirman los derechos sexuales y reproductivos como derechos humanos - 109 de cada 1000 adolescentes resultan embarazadas. - Manual de salud sexual y reproductiva, presentado por el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán y Patfinder. - Enfermedades de transmisión sexual (ETS).	- Día del Trabajo: 1 de Mayo. - Actualización de documentos de identidad, cronogramas y requisitos. - Día del psicólogo.	
V. COMENTARIO CUALITATIVO			
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO	
- La mujer - niña madre sufre al no tener los servicios de salud adecuados. - La mujer es propensa a contraer enfermedades de transmisión sexual.	- La mujer debe buscar información a través de los manuales e instituciones en materia de salud sexual y reproductiva, y no solamente cuando sea portadora de ETS (enfermedades de transmisión sexual)	- La mujer en la etapa de la adolescencia debe acceder a la información necesaria sobre su salud sexual. - Las Instituciones privadas brindan apoyo a las mujeres a través de manuales e informaciones directas. - Mujeres deben acceder a servicios plenos para evitar abortos clandestinos.	

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
13	5 de mayo 2003	Violencia Familiar	Reflexionar sobre la eliminación de la conciliación en los casos de violencia familiar y sexual.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Grecia Rojas: Directora del programa nacional contra la violencia familiar y sexual. (MIMDES) - Coronel Carlos Arévalo: Responsable de la Jefatura de Familia de la Policía Nacional del Perú. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz bajo. - Pronunciación confusa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de afectividad positivo, cercanía con el oyente a través de comentarios coloquiales sobre el fin de semana. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra. - Uso de lenguaje lleno de tecnicismos legales que no son explicados al oyente. 	<ul style="list-style-type: none"> - DEMUNAS presentadas como entidades donde las mujeres acuden a pedir garantías para una vida libre de maltrato. - La jefatura de familia de la policía nacional del Perú apoya a las mujeres víctimas de violencia familiar. - La conciliación en casos de violencia familiar es vista como un aspecto negativo para las mujeres.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Mapa Cívico: A través de los entrevistados, el espacio radial pone en conocimiento los programas de apoyo a las oyentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Charla. - Entrevistas como opinión, ejemplo y relato. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptiva: “No le pegue a la Negra”, de Joe Arroyo. No acertada, casos de maltrato se dan a mujeres de todas las condiciones, y no solamente en casos de personas de color. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

		- Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa.	
IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO			
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL	
Tema principal: Violencia familiar y sexual. Temas Secundarios: Mujer y Derechos humanos. Mujer y Poder. Derechos legales: Se eliminó conciliación. No existe figura de “abandono judicial”	- Se presenta el Nuevo Centro de Atención a la Violencia Familiar en Collique. - Cifras de violencia familiar han aumentado a lo largo de los años.	- Día internacional de la Enfermera (6 de Mayo).	
V. COMENTARIO CUALITATIVO			
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO	
- La mujer sufre al recibir maltratos físicos que se traducen en maltratos psicológicos posteriores. - La mujer por vergüenza no acude a los centros policiales, evitando contar la historia de maltrato en que viven. - La mujer es maltratada principalmente por su pareja o su entorno familiar más cercano.	La mujer debe conocer las instancias del sector público que garanticen una vida libre de maltrato.	- Las mujeres tienen derecho a una vida libre de violencia. - No es posible conciliar con el agresor en casos de violencia familiar: representa un aspecto negativo para las mujeres. - Las instancias policiales deben apoyar a las mujeres víctimas de violencia .	

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
14	13 de mayo 2003	Igualdad de Oportunidades	Reconocer los rasgos de la inequidad de género que impiden la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Cecilia Reynoso , Abogada del Instituto de defensa Legal (DEMUS). - Mónica Carrillo, del Centro de Estudios y Música Afroperuanos (UMDU). 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz bajo. - Pronunciación clara. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía negativo, distante en algunos momentos de la locución. - No hay identificación con el tema del cuál se está dialogando. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra. - Uso de lenguaje técnico de manera sencilla, para que el oyente pueda entender el discurso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de un racismo estructural, que debe vigilarse desde el Estado. - Inequidad de Género no es lo mismo que discriminación. - El lenguaje es una forma de invisibilizar a las mujeres. - Enfoque de género dentro de un segundo plano en las zonas rurales. - Mujeres afroperuanas quedan fuera del proyecto de igualdad de oportunidades
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas a profundidad: Abogada de DEMUS, ofreciendo apoyo mujeres. - Mapa Cívico: Se pone en conocimiento a la población de los diferentes actores en la temática y las instituciones que pueden apoyar, así como el papel que juega el Estado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas como relato y opinión. - Charlas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptiva. “A kun Dun”, de Miki González. Se relata la historia de la raza afro en el Perú. Acertada. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
Tema principal: Inequidad de Género Temas secundarios: Derechos Legales. Mujeres de las minorías . (Mujeres afroperuanas) Ley de Igualdad de Oportunidades. Vigilancia Ciudadana. Leyes sobre Igualdad de Oportunidades.	- Políticas del MIMDES (Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social).	- Todo relacionado al temas principal y temas secundarios.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - La mujer afroperuana sufre discriminación en la promulgación de leyes que le garanticen una igualdad de derechos. - Existen mujeres afroperuanas reunidas en asociaciones por una igualdad de oportunidades para todos. - Las mujeres de las minorías son las más afectadas en lo referido a inequidad de género. 	La mujer debe evitar cualquier forma de discriminación. Mujeres rurales y afroperuanas deben conocer cuáles son las leyes que las amparan.	<ul style="list-style-type: none"> - La mujer afroperuana no tiene los mismos derechos ante la ley. - Hombres y mujeres tienen diferentes características, en consecuencia, diferentes necesidades y derechos. - Las instituciones de justicia deben de garantizar el cumplimiento de las leyes para la igualdad de oportunidades. - El Estado debe garantizar la vigencia de la ley de igualdad de oportunidades tanto para mujeres, niños, jóvenes y ancianos.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
15	28 de Mayo 2003	Salud de la Mujer	Reconocer el derecho a la salud de la mujer, a través de acciones concretas y de los organismos designados nacionales e internacionales.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Colaboradoras para enlaces de calle. - Mario Ríos, de la Asociación Pro derechos Humanos. (APRODEH) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Pronunciación clara y directa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía contradictorio. Existe fastidio por cancelación de actividades de movilización por el 28 de Mayo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra. - Uso de lenguaje directo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cancelación de actividades por el día de la salud de la mujer. - Mujeres no son generalmente motivo de noticia. - La mujer tiene que reaccionar contra los fundamentalistas que recortan el derecho a una buena salud.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevista a Profundidad: A través de las colaboradoras se realizan comentarios de la población. - Mapa Cívico: Estableciendo relaciones entre APRODEH y los oyentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas como opinión. - Pequeños reportajes desde diferentes puntos de la capital. - Charlas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptiva. “Puede ser tú”, de Miki González. Se alude al clima de inestabilidad política que vive el país. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
Tema principal: Salud de la mujer. Temas secundarios: Mujer y derechos humanos. Derechos Legales. Orientación sexual.	- Promoción de las líneas gratuitas de APRENDE, para orientación en salud sexual.	- Estado de Emergencia que vive el país debido a problemas políticos y económicos. - Día Internacional por la salud de la mujer.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
- La mujer desconoce los mecanismos legales que le permiten vivir una vida plena en salud sexual y reproductiva. - Grupos de mujeres participan en actos públicos en fechas especiales del calendario feminista como el 28 de Mayo.	La mujer debe saber elegir cómo cuidar su salud de acuerdo a las garantías que establece el Estado Peruano	- La mujer debe velar por el cumplimiento de sus derechos sexuales y reproductivos. - El Estado debe garantizar el cumplimiento de los tratados internacionales

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
16	9 de Junio 2003	Derechos Sexuales y Reproductivos	Relacionar los derechos sexuales y reproductivos con la ley de igualdad de oportunidades que está debatiéndose en el Congreso.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Mirtha Carrera Jalín, del Fondo Nacional de Población de las Naciones Unidas (UNFPA). - Anel Towsend, congresista por Perú Posible. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Pronunciación directa, pero por ratos confusa. - Monotonía en el hablar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía no logrado, discurso plano, frío con las oyentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra. - Uso del lenguaje técnico que no es explicado a las oyentes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Retrocesos en materia de salud sexual y reproductiva. - Convenios internacionales referidos a la no discriminación no cumplidos. - Comisión de la Mujer, a través de congresistas, no toma en consideración comentario de la Organización Panamericana de la Salud (OPS).
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas a Profundidad: Mirtha Correa, de UNFPA, sobre la relación del futuro de los derechos.. - Mapa Cívico: Relaciones entre Organismos, Población y Estado. Vinculación con personas importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas como opinión, relato y ejemplo. - Charlas. - Comentarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo tema musical. - Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa. - Ráfaga: Pequeños fragmentos que separan el hablar de la conductora. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO		
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA	TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
<p>Tema principal: Derechos Sexuales y Reproductivos.</p> <p>Temas secundarios: Proyecto de Ley de Igualdad de Oportunidades.</p> <p>Control de la natalidad.</p> <p>Mujer y Derechos Humanos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Equidad de Género, vista desde la perspectiva de los congresistas. - Seguimiento al proyecto de la LIO: Ley de Igualdad de Oportunidades. - CEDAW: Convención contra toda forma de discriminación contra la mujer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Todo anteriormente referido al tema principal y secundarios.
V. COMENTARIO CUALITATIVO		
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO
<ul style="list-style-type: none"> - La mujer no consigue equilibrar la situación referida a la salud sexual y reproductiva. - Las mujeres que se encuentran en la esfera política del poder (congresistas) no pueden obtener mayores beneficios en materia de salud. 	<p>La mujer debe conocer las instancias públicas y privadas que le garanticen sus derechos en materia de salud.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La situación de la mujer en materia de salud no se encuentra equilibrada. - Las organizaciones tanto públicas, privadas e internacionales deben garantizar el cumplimiento de los convenios firmados en materia de salud. - La mujer debe reconocer su salud sexual como parte de sus derechos ciudadanos.

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
17	20 de Junio 2003	Igualdad de Oportunidades	Reconocer y diferenciar las características principales sobre el sexismo	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto: - Informes: Mariela Jara. - Nélide Céspedes, Coordinadora del programa de Información, publicaciones y voz pública de la institución TAREA. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz adecuado. - Pronunciación clara y correcta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de empatía positivo con las oyentes. - La conductora se identifica con promover una educación no sexista. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra. - Uso de lenguaje sencillo que facilita el entendimiento del discurso. - Lenguaje expresivo, permite la identificación con el discurso. 	<ul style="list-style-type: none"> - El sexismo considera lo masculino como algo superior. - Filósofos consideraban a las mujeres seres de ideas cortas y cabellos largos. - Roles estereotipados de las mujeres en telenovelas, las consideran sólo madres. - La educación actual presenta aún la sombra del machismo.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Mapa Cívico: Se establece las relaciones entre la Institución TAREA y los oyentes, para una educación no sexista, que acepte las diferencias y que brinde igualdad de oportunidades 	<ul style="list-style-type: none"> - Charla - Informe especial: Tipo cuento, sobre la situación de las mujeres. - Entrevista como opinión y relato. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función descriptiva y expresiva a la vez. - Dos temas musicales acertados para reforzar lo comentado. - . 	<ul style="list-style-type: none"> - En el informe se presentan como ambientales, para ubicarnos en el lugar. 	

		<ul style="list-style-type: none"> - “Rica y apretadita”, de El General, donde se aprecia claramente el discurso sexista. - “Yo creo en tí”, de Rubén Blades. Se elogia las cualidades de la mujer. - Melodías andinas que se utilizan como refuerzo en el informe 	
IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO			
TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA		TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS	TEMAS DE INTERES NACIONAL
Tema principal: La educación no sexista. Temas secundarios: Mujer y Educación. Mujer y Trabajo. Mujer y Medios.		<ul style="list-style-type: none"> - Red de Información Popular entre las mujeres (REPEM). - Día de la Educación No Sexista: 21 de Junio. (Se celebró por primera vez en el año 1989, en Paraguay.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Todas las temáticas estuvieron referidas al tema principal y secundarios.
V. COMENTARIO CUALITATIVO			
IMAGEN DE LA MUJER	ROL DE LA MUJER	ENFOQUES DESARROLLADO	
<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres han estado subordinadas a un sistema patriarcal que no les permite superarse. - Las mujeres no son consideradas en igualdad de condiciones para acceder a los servicios educativos. - Existe mujeres que soportan discriminación en áreas laborales. 	La mujer debe saber elegir una educación que le permite un buen desarrollo personal, social y a nivel laboral.	<ul style="list-style-type: none"> - Las mujeres han avanzando en materia de educación no sexista. - Textos escolares y material educativo debe contribuir a una educación no discriminatoria. - Las mujeres, y la población en general, deben reflexionar sobre las diferencias propias de ser mujer y hombre - Las instituciones sociales, públicas y privadas deben velar por el desarrollo de una educación no sexista. 	

I. DATOS DE REGISTRO				
N° PROGRAMA	FECHA	TEMA	OBJETIVOS DEL PROGRAMA	
18	26 de Junio 2003	Igualdad de Oportunidades para la población homosexual.	Identificar y reconocer los derechos de la población homosexual en nuestro país.	
II. CARACTERISTICAS DE LA FORMA DEL DISCURSO				
EMISORAS DEL DISCURSO	ESTILO DE LOCUCION			DENOTACION DE LA LOCUCION
	CARACTERISTICAS FISICAS	CARACTERISTICAS PSICOLOGICAS	CARACTERISTICAS COMUNICACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Conductora: Yaned Fernández Prieto. - Darling (joven universitaria), representante del Grupo Americano de Lesbianas Feministas. (GALF) - Rafael Inga, Coordinador de Derechos Humanos del Movimiento Homosexual de Lima. (MOHL) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tono de voz ligeramente bajo. - Pronunciación clara. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se establece un nivel de empatía con los entrevistados. - Interés por el conocimiento de la situación de la población homosexual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recurso sonoro más utilizado: la palabra - Uso de lenguaje coloquial, directo, sin tecnicismos. - Lenguaje descriptivo, presentando el discurso. 	<ul style="list-style-type: none"> - “Por una legislación que nos incluya”. - Lema que es pronunciado por la primera entrevistada y reforzado por la conductora. - Grupos de las minorías sufren discriminaciones, y entre ellos está el grupo homosexual. - Las mujeres al igual que el grupo homosexual también han sufrido discriminaciones a lo largo del tiempo. - Asumir la homosexualidad públicamente en la práctica es considerado un “delito social”.
III. MODO DE PRODUCCION DEL DISCURSO				
PERIODISMO CIVICO	FORMATOS EMPLEADOS	MUSICA	EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> - Básicamente Entrevistas a profundidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas como opinión. - Charla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Función Expresiva y descriptiva a la vez - Tema musical que refuerza el discurso, adecuado: “Manuel Raquel”. 	<ul style="list-style-type: none"> - No hubo. 	

<p>- Se presenta el ambiente de los grupos homosexuales de los cuáles se está hablando, lo que permite traer ese espacio privado al espacio público que se forma en los medios de comunicación</p>		<p>- Función sintáctico – gramatical: Sintonía: A través de la careta que nos ubica al inicio y fin del programa.</p>	
<p>IV. TEMATICA E IDEAS QUE TRABAJA EL DISCURSO</p>			
<p>TEMATICAS RELACIONADAS AL DISCURSO FEMINISTA</p>	<p>TEMATICAS INDIRECTAMENTE RELACIONADAS</p>	<p>TEMAS DE INTERES NACIONAL</p>	
<p>Tema principal: Derechos de la población Homosexual. Temas secundarios: Participación activa en la sociedad de grupos de las minorías. Mujer y Educación.</p>	<p>- Día del orgullo Gay. - Día del Uso indebido y el tráfico ilícito de drogas.</p>	<p>- Aniversario de CEDRO: 17 años</p>	
<p>V. COMENTARIO CUALITATIVO</p>			
<p>IMAGEN DE LA MUJER</p>	<p>ROL DE LA MUJER</p>	<p>ENFOQUES DESARROLLADO</p>	
<p>- La mujer se presenta como participante en grupos homosexuales. - Existen mujeres que luchan por ser reconocidas como parte de grupos homosexuales, reclamando sus derechos ciudadanos.</p>	<p>La mujer debe aprender y aceptar su condición sexual, sea ésta heterosexual u homosexual, evitando el llevar una doble vida para no sentirse rechazada.</p>	<p>- Las mujeres y los hombres pertenecientes a grupos homosexuales no deben ser minimizados en la sociedad. - Las autoridades e instituciones públicas deben velar por el cumplimiento de los derechos ciudadanos de la población homosexual. - La constitución garantiza en el artículo 2, inciso 2, la igualdad ante la ley: “nadie debe ser discriminado por motivo de raza, origen, sexo...”</p>	

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de haber realizado la investigación teórica y el análisis detallado de los 18 programas seleccionados de nuestra muestra así como la vinculación que existe entre el discurso feminista y el lenguaje radiofónico de Milenia Radio, tenemos ya elementos sustanciales para proponer las conclusiones generales referidas al discurso feminista radial dentro de un programa específico como “En Contacto”, además de realizar las recomendaciones correspondientes para el mismo.

CONCLUSIONES

El Movimiento Feminista y su relación con los medios

En primer lugar, desarrollaremos las conclusiones de nuestro marco teórico, señaladas en los dos primeros capítulos de nuestra investigación, referidos al Feminismo y su relación con los medios de comunicación, especialmente la radio.

- En primer lugar, podemos afirmar que el Movimiento Feminista del Perú se consolida como **una organización en sí misma, que lucha principalmente por la igualdad entre los hombres y mujeres**, pero respetando las diferencias en cuanto a género se refiere, para establecer una sociedad equitativa en cuanto a los accesos a diversos sectores como educación, salud, política y empleo. Movimiento que ha ido desarrollándose a lo largo del tiempo y que a través de su historia se ha vinculado directamente con las formas de comunicación.
- El Movimiento de Mujeres ha estado relacionado con el acontecer de la capital limeña y del país, participando activamente como parte de la sociedad civil en manifestaciones públicas y marchas que busquen expresar la libertad de opiniones para la construcción de una sociedad más justa y equitativa para todos, desarrollando de esta manera un principio fundamental: **la difusión de sus ideas**.

- A través de la presente investigación hemos podido **valorar todos los aportes de las mujeres pioneras del Movimiento Feminista**, principalmente sobre las mujeres que se vinculan a la educación, y que realizan o apoyan las primeras luchas para un mayor y mejor acceso de la mujer a la educación. Posteriormente, estas mujeres comprometidas son las que inspiran al nacimiento de Organizaciones No Gubernamentales dedicadas específicamente a la defensa de los Derechos de la Mujer, quedando algunos nombres perennizados, tales como el de Flora Tristán.

- Podemos afirmar que el Movimiento Feminista **ha estado ligado directamente con el avance de los procesos de comunicación en nuestra sociedad limeña**, y se ha valido principalmente de medios escritos tales como la literatura y el periodismo para hacer sentir su presencia como grupo emergente dentro de una naciente sociedad moderna peruana.

- El **Movimiento Feminista unifica dos concepciones** que van de la mano para la realización de sus diferentes postulados: **la comunicación y la educación**, como elementos que deben ir uno al lado del otro. Comunicación como la estrategia para llegar a públicos femeninos determinados. Educación como el trasfondo de sus ideas, que se vincula directamente al desarrollo de un **lenguaje** que sea inclusivo y no discriminatorio.

- El Movimiento Feminista hace uso y se apropia principalmente de uno de los medios de comunicación: **la radio**, vista como una alternativa para poder legitimar el concepto de ciudadanía a través del “espacio público” del cuál ellas forman parte al insertarse dentro de un medio de comunicación.

- La propuesta del Movimiento Feminista dentro de los medios de Comunicación se vincula directamente con el planteamiento de una **comunicación con enfoque de género**. Este planteamiento se realiza con el establecimiento de una mediación positiva a través del espacio público que se forma en la radio, donde lo privado se convierte en lo valorado, incluyendo dentro de su agenda a las

mujeres como sujetos de noticia para la comunicación, presentando la situación de la mujer y ofreciendo alternativas de apoyo y solución específico.

- Las mujeres del Movimiento Feminista fueron inicialmente posicionándose dentro de los medios de comunicación. Y realizan las primeras propuestas radiales dentro de la radio desencadenando posteriormente en una propuesta unificada, denominada Milenia Radio.
- La relación del Movimiento Feminista con el medio radial específicamente ha sido una relación dispersa. Las propuestas presentadas dentro de las diferentes bandas en la AM figuran como propuestas poco sólidas, sin garantizar una cercanía directa con los oyentes al no establecer horarios fijos dentro de la programación, o por presentarse como alternativas de un día a la semana, perdiendo de esta manera el interés de sus audiencias.
- **La propuesta de una “comunicación alternativa”** del Movimiento de Mujeres se ve plasmado directamente **en la adquisición de un medio propio de comunicación como es Milenia Radio**, en el cuál, a través de su organización y estructura, plasman una propuesta de comunicación con enfoque de género, propuesta que no es ajena dentro de los principios del Movimiento.
- El Movimiento Feminista **a través de Milenia Radio** como medio de comunicación, **se inserta en el “espacio público”** de los medios de comunicación, permitiendo la opinión de diferentes públicos de las minorías, y que generalmente no son sujetos de opinión o de consejo en otros medios radiales.

En Contacto: Una expresión del Feminismo Radial

Con referencia al tema de la presente investigación, podemos afirmar con relación al discurso feminista radial a través del programa “En Contacto” lo siguiente con relación a nuestras dos hipótesis principales de investigación:

HIPÓTESIS 1: El programa “EN CONTACTO” identifica en su lenguaje la articulación entre el discurso feminista relacionado con los recursos expresivos del lenguaje radial.

- Respecto a la hipótesis 1 podemos afirmar que el programa “EN CONTACTO” logra elaborar la articulación de un discurso feminista relacionado básicamente con dos elementos del lenguaje radiofónico. Este discurso se vale principalmente del lenguaje de la voz (la palabra) y del lenguaje de las sensaciones (la música) para poder penetrar dentro del imaginario de su audiencia, tratando de desarrollar la dimensión afectiva y amical dentro del medio, desligándose de una propuesta como discurso más bien racional y netamente reivindicativo asociada al movimiento feminista de los inicios.
- La **palabra o el lenguaje de la voz** se presenta como elemento fundamental dentro del desarrollo del discurso feminista, siendo el recurso sonoro mayor utilizado. El tono y timbre de voz se presenta siempre en un primer plano sonoro, con una pronunciación correcta. Esta característica formal se relaciona dentro de la propuesta feminista desde sus orígenes, pues en el desarrollo de nuestro marco teórico hemos comprobado como a lo largo del tiempo el discurso feminista ha estado vinculado a la educación, principalmente en la oralidad de los mensajes realizados a través de la palabra en los medios de comunicación.
- A través del estilo de locución se presentan una serie de tecnicismos legales que no son explicados de manera más coloquial a la audiencia. Estos términos se refieren a aspectos que atañen directamente a los derechos de las mujeres y que deben ser conocidos por ellas. Ejemplos concretos los tenemos con las siguientes expresiones: “ley 22260 contra la violencia familiar”, “medidas cautelares”, “nuevo proyecto de ley de salud”, “abandono judicial” y “la no-conciliación en materia de derechos humanos”; expresiones que mayormente no son desarrolladas completamente para las oyentes del programa. Se vinculan con el lenguaje radiofónico principalmente en los informes presentados, en los comentarios y las entrevistas realizadas.

- La **música** es un elemento que **se presenta como complemento directo de las temáticas desarrolladas**. Se explota en sí mismo este elemento llamado el “lenguaje de las sensaciones”, pues se utilizan las letras de las canciones como apoyo indirecto de las temáticas. En el desarrollo de los informes especiales preparados se observa un mayor uso de la música con esta intención, pues las letras de las canciones y las melodías dialogan junto a la voz que presenta el informe, siempre resaltando la voz principal en primer plano sonoro, mientras las melodías o los demás elementos.

- El uso de la música se desempeña en tres funciones principales: una **función descriptiva**, referida al uso de la música para ejemplificar las temáticas desarrolladas; una **función expresiva**, que se relaciona directamente a causar una determinada atmósfera sonora para el oyente; y una **función sintáctico gramatical**, presentada a través de la careta del programa, siendo la primera *sintonía* que se realiza con el oyente.

- El **discurso feminista radial del programa “En Contacto”**, **prescinde** en la mayoría de los programas analizados **de un elemento fundamental** del lenguaje radiofónico: **los efectos sonoros o lenguaje de las cosas**. Elemento que caracteriza y enriquece sustancialmente la palabra dentro del lenguaje radiofónico. Al prescindir de este elemento no permite establecer mayores elementos sonoros para insertarse dentro del imaginario de la gente.

- Por otro lado, los términos utilizados del **lenguaje feminista** se presentan con mayor familiaridad, ya que son parte del habla diaria de las emisoras. Se apela a términos que son de uso diario en los discursos de las realizadoras del programa radial, y si son términos poco utilizados, se explican brevemente para que la audiencia pueda tomar conocimiento del tema y de los significados que están escuchando a través de la radio, ejemplificándolos para un entendimiento más directo.

- El lenguaje radial feminista a través **del programa En Contacto posee características particulares:**
 - Es un **lenguaje no-sexista**, incidiendo en una perspectiva de comunicación con enfoque de género, lo que se demuestra a través del tratamiento de una “discriminación positiva”, apelando a una imagen de mujer que vaya más allá de lo físico, explotando las capacidades interiores para el acceso de las mujeres en igualdad de condiciones tanto en áreas políticas, laborales y sociales.
 - Es un **lenguaje inclusivo**, pues a pesar de estar dirigido principalmente a las mujeres no descarta grupos que pertenecen a minorías, tales como los grupos de homosexuales, las mujeres rurales, las personas víctimas del VIH, los trabajadores públicos, las trabajadoras del hogar, etc. El lenguaje inclusivo lo tenemos en frases tales como “por una ley que nos incluya”, referido a los derechos de la población homosexual, o también en frases como “ respetamos las diferentes opiniones” y “ hacer públicos las voces de los diferentes grupos de opinión de la sociedad”. Estos grupos tienen el micrófono abierto dentro del discurso que se maneja en el programa “En Contacto”, para hacer escuchar su voz y compartir sus pedidos.
- A través del lenguaje se refleja un trasfondo colectivo, vinculado a instituciones de corte feminista. Al presentarse como un “nosotras”, y “estamos en contacto con ustedes amigas”, utilizan el plural que refleja la representación de una organización que funciona tras ellas y a través de ellas. La relación directa con la institución de la radio se afianza a través del lenguaje utilizado.
- Las instituciones de Lima pertenecientes al Colectivo Radial Feminista, tales como son la ASC. Calandria, CMP Flora Tristán, y la ONG Manuela Ramos, son las principales voceras de opinión dentro del programa, puesto que son contactadas para expresar opiniones, brindar asesorías, dar consejos en materia legal, orientando de esta manera a las mujeres que no pueden tener este tipo de

servicios por su escasa economía, o porque desconocen a quién acudir en ciertas situaciones.

- Las organizaciones sociales, públicas y privadas, tienen un espacio de debate dentro del programa “En Contacto”. Se busca a través de su participación en el programa establecer “paneles de democracia”, promoviendo de la participación de cada uno de los protagonistas de la noticia, teniendo libertad cada uno de expresar sus opiniones o de defender sus posiciones.

HIPÓTESIS 2: El contenido del programa radial “EN CONTACTO” logra desarrollar una agenda temática con base legal destacando la problemática feminista sobre violencia, leyes para la igualdad de oportunidades y derechos sexuales y reproductivos, con el objetivo de educar a las mujeres y establecer su liderazgo en las organizaciones de base.

- Respecto a la hipótesis 2, el programa radial “EN CONTACTO” logra levantar diariamente una agenda temática con base legal destacando principalmente los **tres ejes temáticos: la problemática feminista sobre violencia, leyes para la igualdad de oportunidades y derechos sexuales y reproductivos, buscando la educación para las mujeres.** El conversatorio desarrollado a través de la radio permite introducir el discurso referido a estos ejes fundamentales, aprovechando el “espacio público” que se forma a través de la radio.
- A pesar que se tienen ejes temáticos vinculados directamente a la problemática feminista que guían el desarrollo del programa, se presentan temas referidos a la coyuntura política y su relación directa con cuestiones que atañen al ámbito nacional e internacional, buscando establecer un puente entre la coyuntura y los ejes temáticos que desean desarrollar.
- El desarrollo de un periodismo cívico se presenta en el programa En Contacto a través de tres pasos principales: **las entrevistas a profundidad, la operación**

“suela de zapatos” (traer la calle al espacio radial), y el establecimiento de un mapa cívico. Las dos primeras se desarrollan en casi la totalidad de los programas, trayendo el espacio privado de los protagonistas de la información a la radio. El querer establecer un mapa cívico se desarrolla presentando a las instituciones y organismos que se consideran de interés para la población.

- “En Contacto” desarrolla tres formatos principales: la charla, el informe y la entrevista. La charla y la entrevista se basan principalmente en el recurso sonoro de la palabra, estableciendo un discurso mayoritariamente plano. El informe se presenta apoyado de recursos sonoros como la música y los efectos, pero su duración siempre es corta, o por cuestiones de reproducción, no puede presentarse de manera recurrente en todos los programas,
- Se ha podido comprobar que son principalmente tres enfoques con los que se aborda la agenda temática que levanta el programa en contacto. El primero de ellos se refiere directamente con presentar el tema principal con los datos asignados, testimonios o informes; el segundo es siempre feminista, destacando a la mujer en materia de derechos. El tercer enfoque se refiere al ámbito jurídico, destacando las responsabilidades del Estado y las instituciones que deben garantizar los derechos de las personas y en especial de las mujeres. El cuarto enfoque se presenta como asesoría, desarrollado por las instituciones u organizaciones de la sociedad civil que participan dentro del programa. Estos enfoques interactúan dentro del programa, y sirven de apoyo a las temáticas que desarrolla el mismo, presentando tres perspectivas de abordaje: social, educativa y legal.
- A través de los enfoques y perspectivas con los cuales se aborda el programa se utiliza un **lenguaje no discriminatorio**, porque busca presentar las diferentes culturas, credos, posiciones y profesiones dentro de nuestra sociedad, sin burlas ni estereotipos, respetando las diferencias y los roles que tienen los grupos de las minorías dentro de la sociedad.

- A través del programa radial “En Contacto” pudimos encontrar fuertemente enlazados conceptos importantes dentro del Movimiento Feminista tales como son **democracia y ciudadanía**.
 - La democracia se manifiesta a través del programa en que éste se constituye en un medio puente de acceso para los diferentes actores de la sociedad civil, tanto para las instituciones privadas conformadas principalmente por ONG’s o asociaciones civiles entre otras; y las instituciones públicas representadas por las autoridades o funcionarios del Ministerio de Salud, Educación, los Centros de Emergencia Mujer, los representantes del Congreso, y los representantes de los diferentes partidos políticos.
 - La ciudadanía se manifiesta en la manera de cómo a través del programa se informa y promueve el conocimiento de los derechos realizados a través de los tres ejes temáticos, para un mejor desarrollo y convivencia dentro de la sociedad civil.
- Desde su discurso “En Contacto” presenta tres tipos de imagen de mujer:
 - En primer lugar, la mujer comunicadora del medio radial que se presenta con discursos de equidad y de apoyo para mujeres menos favorecidas; personificadas por las comunicadoras realizadoras del programa y al equipo que conforma Milenia Radio.
 - En segundo lugar, se presenta a un tipo de mujer que aún está siendo doblegada por la sociedad y por su entorno, a la cuál el programa puede ayudar para que sepa qué hacer y a dónde acudir. Estas mujeres son las pertenecientes a los diferentes grupos de la sociedad: trabajadoras del hogar, mujeres víctimas de violencia, grupos de mujeres lesbianas, mujeres andinas, mujeres afroamericanas, entre otras.
 - En tercer lugar tenemos la imagen de la mujer actual, la mujer que trabaja, la mujer que quiere y debe insertarse dentro de la sociedad, que se desempeña

independientemente e igual que el hombre, y que constituyen las mujeres que participan como emisoras externas de Milenia, aquellas que brindan asesoría, que participan en actividades que no solamente validan su status como mujeres independientes, sino como personas que realizan actividades a favor de la sociedad. Aquí ubicamos a las representantes de las organizaciones no gubernamentales (ONG), vinculadas a los derechos humanos en general, las representantes de asociaciones civiles y de otros organismos privados.

Feministas y Comunicadoras

Como última parte, nos referimos directamente a las realizadoras del discurso dentro del programa de “En Contacto”, en su papel de comunicadoras en y desde Milenia Radio, por lo que podemos afirmar lo siguiente:

- Las realizadoras del programa “En Contacto” desarrollan su discurso de manera objetiva, a pesar de ser militantes feministas y tener representantes de instituciones feministas como voceras de opinión y de análisis. Hemos podido observar con el trato diario dentro del medio²³⁴ y a través del análisis del programa “En Contacto” que ellas buscan la apropiación del “espacio público” de la radio e insertar su discurso y los diferentes discursos a favor o en contra que pueden existir. A pesar de esta estrategia, no siempre se pueden obtener las voces contrarias de oposición que puedan equilibrar un debate en democracia.
- Las comunicadoras de Milenia Radio complementan su labor de militantes feministas a través de **redes de comunicación**. Esta estrategia se maneja en el ámbito de la capital y de provincias, participando en redes informativas tanto para los intercambios de información a través de despachos periodísticos en la radio como para la reunión en Lima en talleres de capacitaciones sobre el conocimiento y difusión de derechos ciudadanos, así como la vigilancia de los espacios públicos dentro de los medios de comunicación.

²³⁴ A través de técnicas como la Observación Participante y la entrevista a profundidad.

- A través de la estructura horizontal que se maneja dentro de la institución de Milenia Radio, se facilita a las productoras y realizadoras de los diferentes discursos un trato e intercambio de información directa, no teniendo presiones internas del medio, o externas para la realización de su trabajo. La relación con el Directorio que preside Milenia Radio les permite realizar su labor en un clima de objetividad y sin ataduras.
- Las comunicadoras de Milenia Radio se relacionan fácilmente con las voces públicas y privadas que participan como emisores dentro del programa, debido a que se tiene una red de contactos dentro de la radio con las que permiten establecer diálogos fluidos y participación en el desarrollo del programa.

RECOMENDACIONES

- Para un mejor uso del lenguaje radiofónico creemos que es importante un mejor desarrollo de los 4 elementos que lo conforman: la palabra, la música, los efectos y el silencio. Siendo un programa eminentemente dialogado, el recurso de la música se presenta como una buena alternativa de inserción dentro del programa. Sería cuestión de evaluar el aumentar la utilización de este recurso de acuerdo a las funciones que realiza en el programa, enlazadas con las temáticas a desarrollar. Y sobre todo considerando los géneros musicales más atractivos para el público objetivo al que se dirigen.
- En cuestiones técnicas dentro del desarrollo del programa se podría incluir una melodía de fondo para que la palabra radiofónica no quede en el aire, y se sienta el vacío de no tener un espacio sonoro donde remitirse. Al ser sólo una voz guía que dirige el tema, permitiría poder interactuar mejor con los otros elementos del lenguaje radiofónico.
- En cuanto al estilo de locución, si bien no existe ningún problema a nivel del tono de voz, la pronunciación y el conocimiento del tema, éste se vuelve pesado y monótono al ser una sola voz guía durante el programa. Se sugiere como

opción, ya que el programa se dirige a mujeres entre 18 y 35 años consideradas dentro del rango de jóvenes adultas, optar por dos locutoras que realicen una interacción dentro del set, atrayendo de esta manera la participación del público dentro del programa.

- Dentro de los formatos utilizados, es recomendable incluir la participación vía telefónica para tener el feedback desde el lado del oyente. Sólo en el programa de aniversario de la radio (8 de Marzo) se promueve la participación vía telefónica, dejando de lado este recurso que permitiría establecer un diálogo más abierto con los oyentes.
- Las temáticas realizadas se vinculan con los tres ejes temáticos desarrollados por el discurso feminista. Sin embargo, los enfoques son básicamente legales o políticos, lo que no permite una identificación directa con el discurso. Desarrollar perspectivas más sociales y que involucren testimonios de vida puede ayudar a brindar un enfoque más coloquial y cercano a la audiencia.
- La presente investigación se enmarca desde el lado del emisor. El estudio requiere investigar a las oyentes para saber si son influenciadas por el discurso feminista que se transmite a través de la radio, lo que podría comprobar cuál es el impacto del programa en la audiencia femenina.

ANEXOS

Anexo N°1: Breve reseña de las Instituciones que forman parte del CRF.

Anexo N°2: Listado de emisoras de la AM.

Anexo N°3: Listado de Temas tratados en En Contacto

Anexo N°4: Glosario Referido a Género

Anexo N°5: La Entrevista Popular.

Anexo N°6: Balotario de Preguntas para entrevista.

Anexo N°7: Transcripción de Entrevista Productora En Contacto.

Anexo N°8: Fragmentos Entrevista a Conductora En Contacto.

ANEXO N° 1
INSTITUCIONES PERTENECIENTES AL COLECTIVO RADIAL
FEMINISTA

1. ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA

1.1. Orígenes y Constitución

La Asociación de Comunicadores Sociales Calandria es una institución de la sociedad civil peruana, fundada en la ciudad de Lima el 10 de mayo de 1983, constituida legalmente el 23 de mayo de 1984. Los primeros pasos fueron informales, movidos por pura conciencia social.²³⁵

1.2. Misión – Visión

Misión institucional

Calandria es un actor de la sociedad civil con presencia pública, especializado en comunicación, que elabora, valida y comparte conocimientos, estrategias y productos comunicativos creativos. Calandria recupera las sensibilidades y culturas de la gente, articulándolas a procesos educativos y políticos que contribuyan a generar relaciones de diálogo y concertación entre los ciudadanos, la sociedad civil y el Estado, a favor de un desarrollo humano equitativo.

Visión Institucional

Un país equitativo e incluyente, en el cual se supera la pobreza y la población accede, en el ejercicio pleno de sus derechos, a una mejora generalizada de su calidad de vida. Un país que ejerce su democracia sobre la base del fortalecimiento de sus instituciones, la participación ciudadana amplia y plural y una ética democrática. Un país con perspectiva latinoamericana que influye y se inserta en las políticas globales de manera concertada.

1.3. Objetivos Generales

²³⁵ Afirmación recogida del folleto editado por la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. 20 años dialogando con el país. Publicación realizada en mayo del 2003 por los 20 años de la ACS Calandria.

Calandria contribuye a:

- Impulsar la gobernabilidad democrática en las localidades y regiones del país.
- Fortalecer la gestión integral del desarrollo de los gobiernos locales y regionales.
- Incorporar estrategias de participación ciudadana y de comunicación en los procesos concertados del desarrollo integral así como en los planes estratégicos de regiones, provincias y distritos.
- Consolidar canales y espacios de expresión y comunicación de los ciudadanos con su gobierno municipal.
- Formar autoridades, funcionarios y líderes locales en el diseño y ejecución de políticas y estrategias de participación y comunicación.

En tal sentido, Calandria se propone:

- Interpelar a los medios de comunicación para que asuman, desde el ejercicio de la libertad de expresión e información, su responsabilidad social en la formación de la cultura ciudadana como un ingrediente fundamental para el desarrollo del país.
- Fomentar el acercamiento de los periodistas al trabajo informativo con perspectiva ciudadana, considerando en consecuencia las demandas, expectativas y necesidades de sus públicos en la selección de temas y enfoques informativos.

1.4. Líneas Temáticas

- Promueve la participación ciudadana y política de las mujeres,
- Fortalece las organizaciones populares mediante la renovación de liderazgos femeninos.
- Fomenta la visibilidad pública del aporte de las mujeres al desarrollo de las localidades.
- Promueve iniciativas legislativas y municipales que impulsen la equidad de género.

- Fortalece y desarrolla las capacidades de las mujeres para su desempeño ciudadano y político.

1.5. Experiencias de Trabajo

Promoción de la participación ciudadana

Calandria fomenta una intensa participación de las y los ciudadanos en el desarrollo y gobierno de sus localidades. Para ello diseña y ejecuta estrategias de educación y participación ciudadana como parte de iniciativas propias o en alianza con otros actores de la localidad. Por ejemplo, ha realizado campañas comunicativas sobre el rol del gobierno local y la participación ciudadana en Tarapoto, Huanta, Picota y Tocache.

Fortalecimiento de la gestión democrática

Calandria promueve la incorporación de modelos participativos en la gestión municipal, desarrolla las capacidades y voluntades políticas de funcionarios y autoridades municipales hacia la gobernabilidad democrática y la gestión local del desarrollo concertado. La Escuela de Formación Política "Una Apuesta por la Equidad" prepara a autoridades y funcionarios en el diseño de políticas de comunicación y participación para una gestión democrática, la incorporación de la perspectiva de género en los planes y programas de desarrollo.

Participación Ciudadana

Es necesario fortalecer una cultura orientada a la participación y al establecimiento de corresponsabilidades entre autoridades y ciudadanos para la vigilancia de la gestión pública como contrapeso y control necesario al poder político. Para ello, la sociedad civil requiere fortalecerse y articular a las instituciones que la componen, alcanzar visibilidad y aprender a comprender el sentir y las demandas de la ciudadanía, transformándolas en propuestas de influencia sobre las decisiones políticas.

Impulsando a los ciudadanos como vigilantes de la democracia

Calandria reconoce la necesidad de que la sociedad peruana se involucre en el proceso de democratización del país. En tal sentido, promueve la ampliación de la agenda democrática - con énfasis en la vigilancia ciudadana y el rol de los medios de comunicación-, la construcción de acuerdos políticos para el desarrollo y la democracia, y la articulación entre las instituciones para lograr una real participación ciudadana. Para ello realiza diversas acciones estratégicas como capacitaciones, campañas nacionales, producción y difusión de materiales educativos.

La campaña "Elige ahora, vigila después", inició un proceso de ampliación de la agenda democrática, impulsó la creación de comités de vigilancia ciudadana en siete ciudades del país, e impulsó una red de instituciones preocupadas por la participación ciudadana.

La Caravana Ciudadana

Es un espectáculo comunicativo y educativo que recorre calles y plazas públicas de diversas ciudades del país para abrir el debate sobre temas de actualidad, someter a consulta pública propuestas o iniciativas de las instituciones públicas y privadas, generar corrientes de opinión y compartir con las y los ciudadanos información útil y práctica para incrementar sus oportunidades de participación social y política.

Campañas de Comunicación y Educación Ciudadana

En alianza con 30 contrapartes de quince departamentos del país se constituyó Intercentros: Red de Comunicación y Educación Ciudadana, que desde hace siete años diseña e implementa campañas de educación utilizando conferencias de prensa, talleres a líderes y periodistas, réplicas educativas, videodebates y difusión de materiales. "El mundo está cambiando, cambia tú también", "De igual a igual", "Elige ahora, vigila después", "Aquí y ahora tú tomas las decisiones: campaña por la participación ciudadana en el proceso de descentralización", son algunas de las últimas actividades realizadas en conjunto.

Medios y Periodismo Ciudadano

Interpelamos a los medios de comunicación para que asuman, desde la producción informativa, su responsabilidad social en la confirmación de la cultura ciudadana y en la perspectiva de promoción y fomento del desarrollo del país. Así mismo se promueve su rol como actor social desde iniciativas de periodismo cívico, generando agenda ciudadana en la opinión pública.

1.6. Servicios

Nuestras oficinas:

Asociación de Comunicadores Sociales Calandria

Cahuipe 752, Lima 11, Perú.

(00511) 4716473 | 2650811 | 2660219 | 4712570 | 4714040

Fax: (00511) 4712553

postmaster@caland.org.pe

Desde el 2000, funciona la "*Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social*", una iniciativa de Calandria, integrada por Defensoría del Pueblo, Instituto de Defensa Legal, Foro Educativo, Asociación Peruana de Consumidores y Usuarios (ASPEC), Comisión Episcopal de Comunicación Social (CONAMCOS) y Asociación Peruana de Facultades de Comunicación Social (APFACOM).

La Veeduría monitorea la programación de los medios de comunicación, realiza sondeos de opinión para conocer las percepciones del público, y orienta a los ciudadanos que hayan planteado quejas contra algún medio, luego de estudiado el caso.

Motivando un periodismo más ciudadano mediante la capacitación a nivel nacional

El trabajo con periodistas constituye un esfuerzo de gran trascendencia frente a la carencia de espacios de discusión para que los periodistas piensen su propia práctica y asuman la importancia que ella tiene en el desarrollo de la ciudadanía.

El interés por la capacitación permanente de los periodistas ha sido la entrada para acercarnos a ellos y proponerles la incorporación de la perspectiva ciudadana en su ejercicio profesional. Calandria ha capacitado a 300 periodistas por año a nivel nacional.

Del mismo Calandria ha impulsado la creación de una revista de impacto nacional, como un espacio periódico de debate e información en torno a los periodistas, la democracia y el desarrollo. "Agora, por un periodismo ciudadano", se edita mensualmente desde octubre de 1999, llega a más de 800 periodistas en 15 ciudades del país, registrados en una base de datos. Cuenta además con una red de corresponsales en Trujillo, Arequipa, Iquitos y Ayacucho.

2. FLORA TRISTÁN.

2.1. Orígenes y Constitución

Flora Tristán es una institución feminista que fue creada en 1979 como una asociación civil sin fines de lucro. Flora Tristán debe su nombre a una de las principales luchadoras del feminismo. El feminismo de Flora Tristán era de raíz ilustrada, presuponiendo por tanto unas reivindicaciones y un proyecto político que sólo pudieron articularse a partir de la idea de que todos los seres humanos nacen libres, iguales y con los mismos derechos. Toma cuerpo en el periodo inmediatamente posterior a la Revolución Francesa. Su compromiso con los movimientos obreros y feministas propiciaron la aparición de la Unión Obrera.

2.2. Misión – Visión

Tiene como misión combatir las causas estructurales que restringen la ciudadanía de las mujeres y/o afectan su ejercicio. En consecuencia se propone incidir en la ampliación de la ciudadanía de las mujeres y en las políticas y procesos de

desarrollo para que respondan a criterios y resultados de equidad y justicia de género”.

2.3. Objetivos Generales

El quehacer institucional se orienta a:

- El fortalecimiento de la participación, acción y expresión política de las mujeres.
- La formulación y negociación de políticas públicas e iniciativas de reforma legal.
- La gestión y monitoreo de programas dirigidos a la obtención de logros estratégicos para las mujeres.
- La capacitación a agentes claves para la implementación de acciones orientadas al empoderamiento de las mujeres, la equidad y la justicia de género.
- La producción de conocimientos especializados que sustenten las propuestas y enriquezcan la visión política de las mujeres.
- La información, educación y comunicación dirigida a la opinión pública.

2.4. Líneas Temáticas

Por una maternidad voluntaria y saludable.

El aborto: un problema social y de salud pública.

Anticoncepción oral de emergencia.

Derechos sexuales y reproductivos y el ejercicio de nuestra ciudadanía.

Violencia

- Violencia Sexual.
- Violencia Familiar
- Acoso Sexual: Una Realidad Silenciada.

2.5. Experiencias de Trabajo

Derechos Humanos

Promueve la vigencia de los derechos humanos de las mujeres a nivel nacional y regional, para lo cual realiza las siguientes acciones: formula reportes ante

Naciones Unidas sobre la situación de los derechos humanos de las mujeres en el Perú. Capacita a agentes de la sociedad civil y del estado en el tema de género y derechos humanos de las mujeres. Da asesoría y defensa legal, con énfasis en casos de violencia familiar y sexual, a través del Servicio Legal en la Comisaría de la Mujer en Lima. Promueve reformas legales para el avance de la mujer.

Desarrolla un programa especial de asesoría, capacitación y apoyo a los gobiernos locales, por un lado, impulsando la creación de comisiones de la mujer y, por otro, fortaleciendo sus capacidades de prevención y atención a la violencia de género. Desarrolla diagnósticos de seguimiento en la aplicación de normas, como las leyes de violencia familiar y acoso sexual.

Derechos Sexuales y Ciudadanía en Salud

Impulsa acciones para que las mujeres se perciban y sean reconocidas, en la agenda nacional, como sujetos de su propia salud y con derechos sexuales y reproductivos. Influye en el diseño de políticas públicas de salud, y monitorea el estado de la implementación de la Conferencia Internacional de Población y Desarrollo en el país.

Realiza acciones de capacitación, desarrolla campañas e impulsa el debate de propuestas de políticas en el campo de la salud pública y de la violencia, desde un enfoque de derechos humanos.

Desarrolla investigaciones relevantes en el campo de la salud pública, particularmente aquellas que tienen que ver con el ejercicio de los derechos humanos y la equidad de género. Brinda el Servicio Integral de Salud en San Juan de Lurigancho, en convenio con el Programa del Vaso de Leche de ese distrito.

Desarrollo Rural

Se propone contribuir al fortalecimiento de la perspectiva de género en las políticas de desarrollo, y propiciar el acceso de las mujeres a los recursos productivos, sociales e institucionales.

Da prioridad al trabajo en temas como: acceso y control del recurso tierra en condiciones de equidad. Tecnologías alimentarias, a través de la formación de mujeres que transforman alimentos, al mismo tiempo que propicia su acceso al crédito y a la tecnología. Agricultura sostenible y género, orientado a técnicos/as de ONG, y fomenta el rescate del conocimiento local de la biodiversidad desde una perspectiva de género.

Impulsa la Red Nacional Mujer Rural, que actualmente tiene más de 120 centros afiliados. Promueve la organización de Redes Departamentales Mujer Rural.

Publica la revista Chacarera y los suplementos especializados Mujeres y Tecnologías Alimentarias y Biodiversidad y género. Desarrolla investigaciones que den a conocer la situación de las mujeres en el sector rural y las jerarquías de género existentes.

Estudios y Debates Feministas

Promueve y desarrolla investigaciones nacionales y regionales que, desde la perspectiva feminista, aportan al conocimiento de los mecanismos de subordinación y poder que sustentan las desigualdades de género. En este marco, el programa desarrolla investigaciones sobre la mujer en la historia, jerarquías de género, teoría feminista, migración y pobreza. Asimismo, implementa cursos sobre teoría y política feminista, tanto presencial como virtual, orientados a profesoras y universidades nacionales. También desarrolla talleres de diálogo intergeneracional, dirigidos a jóvenes universitarios hombres y mujeres, en estas mismas universidades. El programa realiza jornadas de debate sobre temas del contexto con una perspectiva de género e impulsa acciones de movilización, así como reflexiones donde se abordan temas críticos como sexualidad, ciudadanía y estado laico. Participa del debate regional y mundial sobre el feminismo y la teoría de género, como el Foro Social Mundial.

OTRAS LÍNEAS DE TRABAJO

Comunicación

Sensibiliza a la opinión pública e incide en los espacios de decisión política. Impulsa acciones para modificar la imagen y los contenidos sobre la mujer en los medios de comunicación masiva, como la campaña contra la publicidad sexista Premio Fem-Tv, que desarrolla con otras instituciones. Flora Tristán forma parte del Colectivo Radial Feminista que gestiona Milenia Radio.

2.6. Servicios

Ediciones Flora Tristán

Edita y distribuye las publicaciones de la institución y obras de mujeres que aporten al conocimiento de la problemática de la mujer.

Fomenta la creación en las mujeres, publicando sus trabajos y organizando el Concurso de Cuento Latinoamericano Magda Portal.

La Biblioteca posee una colección especializada de 12,000 unidades bibliohemerográficas, compuesta por libros, revistas, tesis, conferencias, bibliografías, discos compactos y videos.

Está orientada principalmente a personas e instituciones que trabajan sobre esta temática (docentes, investigadoras/es, estudiantes, periodistas, promotores/as, cooperantes, ONG, etc.).

Biblioteca Flora Tristán

La Biblioteca del Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán se ha especializado en el tema género, mujer y feminismo. Fundada en 1983, tiene como misión difundir la copiosa información disponible, producida por y sobre las mujeres, y apoyar la labor que realiza el centro Flora Tristán, desde sus programas, por cambiar las relaciones entre hombres y mujeres en nuestra sociedad.

Objetivos:

- Apoyar los programas del Centro de la Mujer Flora Tristán mediante los servicios de información.
- Proveer literatura a usuarias/os e instituciones interesadas en la temática relacionada a género
- Mantener una colección actualizada y relevante que satisfaga las necesidades de información, tanto del Centro Flora Tristán como de usuarias/os externas/os.
- Facilitar el intercambio de información con instituciones y organizaciones nacionales, regionales e internacionales, mediante la participación en programas, sistemas y redes de información.

Especialización temática

- Violencia en contra de la mujer
- Literatura
- Historia
- Salud reproductiva
- Mujer rural
- Aborto
- Género
- Filosofía de género
- Sexualidad
- Feminismo

3. ONG MANUELA RAMOS

3.1. Orígenes y Constitución

Manuela Ramos es el nombre que usa esta institución para destacar a la mujer que, en forma anónima y desde su quehacer cotidiano, aporta a la construcción de la democracia y de relaciones de género equitativas.

El Movimiento Manuela Ramos, es una asociación civil peruana sin fines de lucro que desde hace 26 años viene trabajando para mejorar la situación y posición de las mujeres. Nace en 1978 como un espacio dirigido a las mujeres con escasas posibilidades de acceder a información sobre sus derechos y como apoyo para enfrentar su situación de indefensión. Realiza trabajos de asesoría, capacitación,

investigación, difusión y defensa de los derechos legales, económicos, sociales políticos y reproductivos de las mujeres de las diversas culturas que habitan en el Perú.

Las intervenciones están organizadas a través de cuatro líneas temáticas: Derechos Sociales, Derechos Económicos, Derechos Civiles y Políticos y Derechos Sexuales y Reproductivos; cuyos ejes transversales son: el Enfoque de Género y el Enfoque de Derechos Humanos. Tiene experiencia en la ejecución de proyectos de desarrollo social en diversas áreas temáticas.

Desde su fundación se ha llegado a más de 300,000 beneficiarios/as a nivel nacional. Trabajan con mujeres de escasos recursos de las zonas rurales y urbano marginales, con presencia directa en varios departamentos del país y oficinas descentralizadas en las ciudades de Huaraz, Huamanga, Huancavelica, La Libertad, Pucallpa, Tarapoto y Puno. En Lima se ubica la oficina central, y dos sedes descentralizadas en los distritos de Villa El Salvador y San Juan de Miraflores.

3.2. Misión – Visión

MISIÓN

Contribuir al desarrollo humano y a la consolidación de la democracia con equidad de género a través del empoderamiento de las mujeres.

VISIÓN

Un mañana en donde mujeres y hombres en relaciones de equidad, acceden a oportunidades de plena realización en una sociedad democrática pluralista que garantiza los derechos humanos.

3.3. Objetivos Generales

Para el cumplimiento de la Visión y Misión asumidas, se definen los siguientes Objetivos Estratégicos.

- Promover y defender los derechos de las mujeres y la lucha contra toda forma de discriminación, en el marco de los valores democráticos y del respeto a la diversidad.
- Promover el desarrollo de las capacidades individuales y colectivas de las mujeres para el ejercicio de sus derechos y el fortalecimiento de su ciudadanía.
- Influir en la agenda política desde una perspectiva de género.
- Fortalecer el desarrollo programático y financiero de la institución para que se adecue a los grandes retos actuales.

3.4. Líneas Temáticas

El Enfoque de Género y el Enfoque de Derechos Humanos son dos Ejes Transversales que atraviesan nuestras intervenciones y que constituyen la esencia y cimiento de nuestra misión y estrategias institucionales.

Asumimos que los Derechos Humanos son universales e inherentes a todos los seres humanos; derechos que se encuentran interrelacionados y son interdependientes entre sí desde una perspectiva integral. Por ello, la satisfacción de estos derechos es necesaria para el pleno ejercicio de la dignidad de las personas y el libre desarrollo de su personalidad. La lucha por el ejercicio real de estos derechos, es una lucha permanente en la que Manuela Ramos, como organización feminista, está comprometida.

El Enfoque de Género es una manera de mirar la realidad que hace visible la discriminación y subordinación de la mujer, las diferencias y desigualdades entre hombres y mujeres; es también una propuesta de acción para construir la equidad entre hombres y mujeres; y para contribuir en la construcción de una sociedad armoniosa y democrática.

El combate a la discriminación es un tema central de la filosofía de los derechos humanos. Por ello, no puede haber protección efectiva a los derechos humanos de las personas si no se elimina la discriminación.

3.5. Experiencias de Trabajo

Programa Barra De Mujeres:

Una ventana para la defensa de los derechos de las mujeres.

Barra de Mujeres es un programa de televisión co-producido por Manuela Ramos y Canal N, canal 8 de Cable Mágico. Inició su emisión con el nombre de "Palabra de Mujer" en enero del año 2000 en el contexto de las elecciones generales y de aplicación por primera vez, en el Perú, del mecanismo de cuotas para mujeres en las listas de candidatos al Congreso.

En Octubre del 2001 se inició una etapa con el nombre Barra de Mujeres, bajo la conducción de tres destacadas mujeres en sus respectivas especialidades: Susana Villarán, ex Ministra de la Mujer del Gobierno de Transición presidido por Valentín Paniagua; Rocío Villanueva, Defensora Especializada para los Derechos de la Mujer de la Defensoría del Pueblo; y, Ana María Yáñez, Directora del Movimiento Manuela Ramos. Desde setiembre del 2002, la conducción del programa la ejercen Ana Güzmes, Ana Maria Yáñez y Jennie Dador.

Barra de Mujeres es el único programa de televisión conducido por mujeres y producido por una institución que defiende y promueve los derechos de las mujeres con un enfoque de equidad de género y de fortalecimiento de la institucionalidad democrática. Pese a las dificultades financieras este espacio ha logrado mantenerse vigente y posicionarse entre la teleaudiencia.

Con este programa, el Movimiento Manuela Ramos busca rescatar la palabra de la mujer y elevar su imagen en el manejo de temas políticos. Asimismo, desde su programa Derecho a la Participación Política y Ciudadanía, desarrolla acciones que promueven la participación de la mujer en la vida política del país con miras a incrementar el número de mujeres en las instancias de decisión política y mejorar la calidad de su participación.

Barra de Mujeres tiene una frecuencia semanal, se emite todos los sábados a las 8:00 p.m. por canal N, canal 8 de Cable Mágico, y se repite en la programación de

los domingos a las 6:00 p.m. y en la madrugada. La audiencia aproximada es de un millón doscientas mil personas.²³⁶.

ANTECEDENTES

En una primera etapa tuvo como objetivo visibilizar a las candidatas con sus propuestas sobre los temas de la agenda pendiente de las mujeres y en general anunciando sus plataformas electorales. El programa fue conducido por la abogada y periodista Rosa María Palacios.

Una vez realizadas las elecciones generales de abril de 2000, "Palabra de Mujer" desarrolló debates en torno a temas esenciales para la vida de las mujeres y la vigencia de sus derechos. En estos debates participaron líderes políticos, sociales y especialistas. En esta etapa la conducción estuvo a cargo de la abogada Giselle Zegarra.

En el marco de las elecciones imprevistas y excepcionales del año 2001, la conducción estuvo a cargo de la abogada y ex parlamentaria Beatriz Merino, y fue también una ventana para visibilizar a las candidatas al Congreso planteando sus propuestas al país y en especial a las mujeres.

Correo electrónico: barrademujeres@manuela.org.pe

3.6. Servicios

NUESTRAS OFICINAS EN LIMA

SEDE CENTRAL

Av. Juan Pablo Fernandini 1550, Pueblo Libre

T 423 8840 / Fax 332 1280

²³⁶ Información obtenida de la Página web de la ONG Manuela Ramos: www.manuela.org.pe. Con este programa, el Movimiento Manuela Ramos busca rescatar la palabra de la mujer y elevar su imagen en el manejo de temas políticos. Barra de Mujeres es el único programa de televisión de mujeres con un enfoque de equidad de género y de fortalecimiento de la institucionalidad democrática. Se constituye así en "Una ventana para la defensa de los derechos de las mujeres." Correo electrónico: barrademujeres@manuela.org.pe.

E-mail: postmast@manuela.org.pe

MercoMujer

Coraceros 234, Pueblo Libre, Lima 21

T 423 6959

E-mail: jnolte@manuela.org.pe

Casa del Bienestar - Asistencia Legal, salud y microcréditos

Av. Central 641 Sector Miguel Grau,

Pamplona Alta. San Juan de Miraflores,

Lima 29. T 285 6014

E-mail: cbienestar@manuela.org.pe

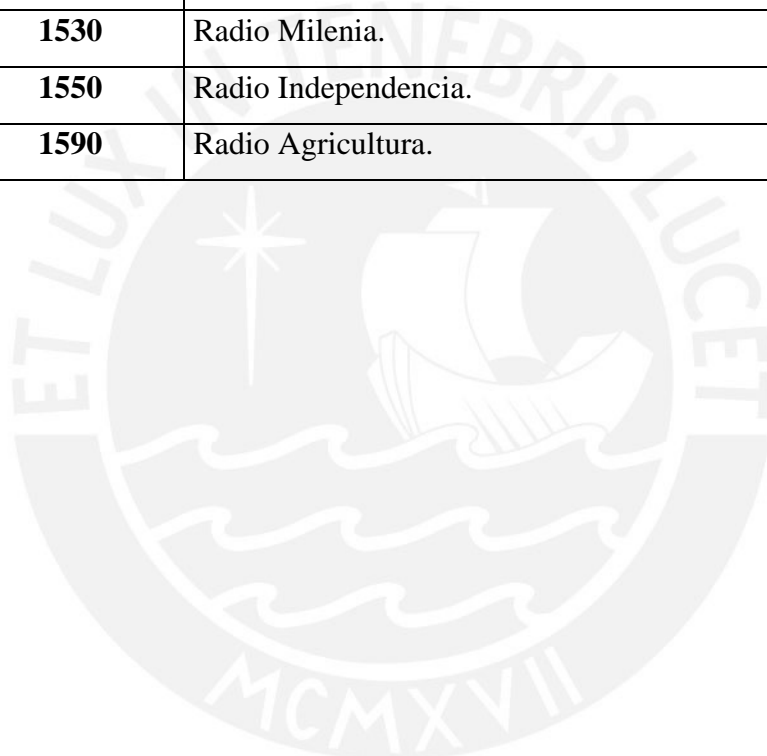


ANEXO N° 2
LISTADO DE RADIOS DE LA AM LIMEÑA²³⁷

DIAL	EMISORA
540	Radio Inca.
560	Radio Oriente.
580	Radio María.
600	Radio Cora.
640	Radio del Pacífico.
660	Radio Omega.
680	Radio Tigre.
700	Radio R 700.
730	Radio Programas del Perú.
760	Radio Mar Plus.
780	Radio Victoria.
820	Juan Pablo Goicochea
850	Radio Nacional.
880	Radio Unión.
900	Radio El Sol.
930	Radio Ke Buena.
960	Radio Panamericana.
990	Radio Latina. (Disco)
1040	Radio Red.
1060	Radio Éxito (Mil Sesenta).
1110	Radio Antártida.(Empresa Re Antarki)
1130	Radio Selecta Deportiva.
1160	Radio 1160. (Empresa Marconi)

²³⁷ Relación confrontada con listado de las radios del dial de la AM revisado en GOGIN SIAS, GINA. "Presencia religiosa en las radios limeñas". Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial. Primera Edición. Lima,1997. Pág. 196, y de la página web del Ministerio de Transporte y de Comunicaciones en: <http://www.mtc.gob.pe>, versión actualizada revisada en los meses de Enero y julio del 2004.

1200	Radio Cadena.(Publicidad ODEESE)
1250	Radio Miraflores.
1300	Radio Comas.
1320	Radio La Crónica. (Compañía radiodifusora ABC)
1400	Radio Callao. (Producciones Publicitarias)
1420	Radio San Isidro. (Radio Sistemas del Perú)
1440	Radio Imperial 2. (Radio Imperial de Junin)
1470	CPN.(Corporación Gestión)
1500	Radio Santa Rosa.
1530	Radio Milenia.
1550	Radio Independencia.
1590	Radio Agricultura.



ANEXO N°3

LISTADO DE TEMAS TRATADOS EN EN CONTACTO

Fechas: ENERO 2003 – JUNIO 2003

Temas con pauta y cassette grabados.

(n= NO HAY CASSETTE)

Mes	Día	Tema a desarrollar
Enero	13	El rostro invisible de la violencia.
	14	La violencia de parejas puede matarnos
	15	No estamos solas frente a la violencia familiar y sexual.
	16	Más allá del miedo y la vergüenza.
	17	El perdón que pronto se olvida: un círculo de nunca acabar.
	20	La maternidad saludable y segura es nuestro derecho es parte de nuestros derechos reproductivos
	21	Cumplimiento de derechos reproductivos en planificación familiar.
	22	Violación: entre el silencio y la denuncia.
	23	Percepciones sobre la violencia.
	27	Acoso Sexual.
	28	El Congreso y el desinterés por legislar sobre acoso sexual.
Febrero	3	Políticas de Información en salud sexual y reproductiva para adolescentes.
	4	Embarazo adolescente.
	5	Medidas de protección en la ley contra la violencia familiar y sexual.
	6	Aborto en adolescentes.

Febrero	7	Consecuencias personales y sociales del embarazo y aborto adolescentes.
	10	Migración irregular y los riesgos para las mujeres.
	11	Tráfico de Mujeres.
	12	Las rutas de los procesos por violencia familiar.
	13	Migración irregular y mujeres.
	14	Responsabilidades compartidas en la migración irregular.
		Hay cassette del 17/02/03 pero no hay pauta.
	19	Una línea que ayuda a romper el miedo y la vergüenza del maltrato. (n).
	20	Congreso y la AOE.
	21	La salud es un derecho humano y tener diversas opciones anticonceptivas también. (n)
	24	Prostitución Infantil. (n).
	25	Diversión prostituída. (n).
Marzo	3	SIDA: Un mal para tomar en serio.
	5	8 de Marzo: Día Internacional de la mujer. (NO hay pauta sólo cassette).
	6	Vacíos contra la lucha contra el SIDA.
	7	Situación del VIH SIDA/ Mujeres.
	10	Derechos ante el inicio de la campaña escolar. (n)
	11	Barreras para la matrícula escolar.
	12	Obstáculos para la matrícula escolar en los colegios.
	13	Derecho a matrícula oportuna.
	14	Educación niña rural.
	31	Trabajadoras del Hogar, esclavas del siglo XX!.
Abril	1	Ley de Trabajadoras del Hogar.
	2	Círculo de amigos contra la violencia hacia la mujer.
	3	Políticas de salud sexual y reproductiva invisibilizan a las mujeres.
	4	Perú Vida 2012.

	7	Día Mundial de la Salud.
	8	****Sólo hay cassette NO PAUTA****
	9	Investigación social sobre la violencia familiar y sexual.
	10	Mujeres y partidos políticos: un modelo por armar.
	11	Partidos Democráticos y equitativos para mejorar la democracia.
	14	Ley de igualdad de Oportunidades y descentralización.
	15	****Sólo hay cassette NO PAUTA****
	16	Violencia de Género.
	19	****Sólo hay cassette NO PAUTA****
	20	****Sólo hay cassette NO PAUTA****
	21	Una ley para la igualdad de oportunidades.
	22	Necesitamos una LIO.
	23	Aniversario del Programa Nacional contra violencia familiar y sexual.
	24	En campaña por una ley de igualdad de oportunidades.
	25	Campaña por la vida de las mujeres, ni una muerte más.
	28	Derechos de las personas con discapacidad.
	29	Barreras y derechos de las mujeres con discapacidad.
	30	Acceso a servicios de planificación familiar para población adolescentes.
Mayo	5	Eliminación Conciliación en casos de violencia familiar.
	6	Debate Parlamentario sobre eliminación de conciliación en violencia familiar y sexual.
	7	****Sólo hay cassette NO PAUTA****
	8	Discriminación laboral por género. (n).
	9	Nueva ley de trabajadoras del hogar.
	12	Proyecto LIO.
	13	Rasgos de la Inequidad de Género.
	14	Capacitación en violencia familiar y sexual.
	16	Reglamento de la Ley de la Obstetriz.
	19	Día de las madres (n).

Mayo	20	Publicidad refuerza estereotipos. Ama de casa y Objeto sexual. (n)
	27	Ausencia de políticas efectivas en SS y RR. (n)
	28	Día mundial de la acción por salud de la mujer.
	29	Mujeres de Organizaciones sociales y políticas de salud.
	30	El cuidado del cuerpo empieza por casa.
Junio	2	LIO.
	3	Pre dictamen del LIO.
	4	Aniversario de la CEDAW en el Perú.
	5	Día del medio ambiente.
	6	Dictamen sobre LIO desconoce derechos SS y RR.
	9	Futuro de los derechos SS y RR en el Perú.
	10	Dictamen de LIO.
	11	DD SS y RR. (Derechos Sexuales y Reproductivos)
	12	La ética periodística y los derechos de las mujeres.
	13	Equidad de género en los gobiernos locales. (n).
	17	Proyecto Nueva Ley general de salud.
	18	Objeción de conciencia en el Proyecto de Salud.
	19	Continuamos con anteproyecto de Ley General de Salud.
	20	Día de la educación no sexista.
	23	Anteproyecto de la ley general de salud contra los avances científicos.
	25	Facilitando la denuncia del maltrato en el hogar.
26	Derechos de la población homosexual.	
27	Día del orgullo gay, lésbico, bisexual, travesti y transgénero.	
30	Cambios ministeriales, primera primera.	

NOTA

Total programas: 96 programas

Total programas con pauta y cassette: 79.

Total programas solo pauta: 11.

Total programas solo cassette: 6.

ANEXO N° 4

GLOSARIO REFERIDO A GÉNERO

En nuestra investigación, manejamos ciertos conceptos referidos a género que son importantes rescatar pues interactúan dentro de las temáticas desarrolladas como parte del discurso feminista que se inserta dentro de la radio.

Perspectiva de género

La perspectiva de género implica reconocer que una cosa es la diferencia sexual y otra cosa son las atribuciones, ideas, representaciones y prescripciones sociales que se construyen tomando como referencia a esa diferencia sexual.

Todas las sociedades estructuran su vida y construyen su cultura en torno a la diferencia sexual. Esta diferencia anatómica se interpreta como una diferencia sustantiva que marcará el destino de las personas. Lo lógico, se piensa, es que si las funciones biológicas son tan dispares, las demás características –morales, psíquicas– también lo habrán de ser.

Acción Positiva

Concepto que surge en Estados Unidos en la década de los 60 como parte de las estrategias puestas en marcha por los gobiernos para luchar contra las desigualdades, fundamentalmente de carácter laboral, que sufren distintos colectivos por razón de su sexo, raza, origen, religión, etc. El Comité para la Igualdad entre mujeres y hombres del Consejo de Europa define este concepto como las "estrategias destinadas a establecer la igualdad de oportunidades por medio de medidas que permitan contrastar o corregir aquellas discriminaciones que son el resultado de prácticas o sistemas sociales".

La discriminación positiva a la que se llama discriminación inversa "es una forma de diferenciación para la igualdad". Opta por la palabra inversa en la medida, dice, que ésta alude "a la inversión de una discriminación precedente, mediante una discriminación de signo opuesto".

Ciudadanía²³⁸

Es el conjunto de derechos que tienen las personas como sujetos y los deberes que de ellos se derivan. Ese "conjunto de derechos", ha ido transformándose y evolucionando paralelamente al desarrollo de la sociedad, fundamentalmente, a lo largo de los últimos tres siglos.

Desde esta perspectiva, el debate de la ciudadanía está estrechamente unido a las relaciones de poder o de dominación de los hombres sobre las mujeres negándoles el ejercicio de la misma. El voto, la propiedad, la libertad para organizarse, son derechos a los que las mujeres han accedido más tardíamente que los hombres, encontrándose relegadas en la actualidad a una ciudadanía de segunda: nutridos grupos de mujeres constituyen las bolsas de pobreza más severas, soportan mayor grado de violencia, reciben los salarios más bajos y cuentan, en definitiva, con muchos menos recursos que los hombres.

Derechos Reproductivos

La salud reproductiva implica la capacidad de disfrutar de una vida sexual satisfactoria y sin riesgos, de disfrutar de la capacidad de reproducirse y de la libertad de decidir cómo, cuando y cuántas hijas e hijos se desean tener. De esta manera, se entiende por derechos reproductivos aquellos que tienen las mujeres y los hombres para poder obtener información y libre acceso a los métodos anticonceptivos, derecho a recibir seguimiento adecuado las mujeres durante sus embarazos y a la atención personalizada durante y después del parto.

Empoderamiento de las mujeres - Empowerment

Término acuñado en la Conferencia Mundial de las Mujeres en Beijing (Pekín) para referirse al aumento de la participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones y acceso al poder. Actualmente esta expresión conlleva también otra dimensión: la toma de conciencia del poder que individual y colectivamente ostentan las mujeres y que tiene que ver con la recuperación de la propia dignidad de las mujeres como personas.

²³⁸ Palabras para la Igualdad. Biblioteca Básica Vecinal En <http://nodo50.org/mujeresred/peru.htm>

Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres

Fundamentado en el principio de igualdad, se refiere a la necesidad de corregir las desigualdades que existen entre hombres y mujeres en la sociedad. Constituye la garantía de que mujeres y hombres puedan participar en diferentes esferas y actividades.

Violencia de Género

Crimen encubierto más frecuente del mundo. La Declaración de las Naciones Unidas sobre la eliminación de la violencia contra las mujeres define esta violencia como "todo acto de violencia basado en la pertenencia al sexo femenino que tenga o pueda tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para las mujeres, inclusive las amenazas de tales actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, tanto si se produce en la vida pública o privada".

Las agresiones de todo tipo que padecen las mujeres es una manifestación más de las relaciones de desigualdad que existen entre las mujeres y los hombres. La violencia que se fundamenta en la supuesta superioridad de un sexo sobre otro, que afecta a toda la organización social convirtiéndose en uno de los más graves problemas políticos y sociales de la actualidad en nuestro país, sigue formando parte de la realidad cotidiana.

Sus manifestaciones son muy variadas: desde las más evidentes, los malos tratos físicos y psíquicos, realizados en el ámbito doméstico, a las agresiones sexuales, acoso sexual, violación a las más sofisticadas como la publicidad que proyecta imágenes de las mujeres que no se corresponde con la realidad.

ANEXO N° 5

LA ENTREVISTA POPULAR²³⁹

Para el programa radial, interesa entrevistar a las dirigentas populares, a las personas que son públicas, que pertenecen a instituciones que puedan aportar dentro del discurso de perspectiva de género de la emisora. Se hacen estas entrevistas para dar a conocer a todos los que escuchan, las organizaciones y sus avances y/o problemas. Las noticias adquieren más veracidad cuando se entrevista²⁴⁰, y sirve para unir, para constatar que se tienen los mismos problemas comunes. La entrevista se hace positiva al compartir los problemas y las soluciones que hay que darle y principalmente para valorar la palabra, puesto que todos tenemos algo importante que decir. Y sobre todo las mujeres, más aún cuando se hacen cosas y se aprenden de ellas.

Dentro de la Matriz desarrollada para el análisis de los discursos de los programas realizados en EN CONTACTO, se tomó como base los tipos de entrevistas que se realizan en las emisoras populares, delimitándolas en diferentes tipos. En este anexo, se clarifican los significados de las mismas, desarrollados por promotoras de comunicación popular.

- a. **La Entrevista como EJEMPLO.-** Es decir, cuando nos damos cuenta de una conducta buena, de una persona o de una Organización o Grupo, que han hecho algo que valga la pena de ser puesto como ejemplo, como algo de imitar, o simplemente que haga pensar y nos anime a continuar y tener esperanza. Porque la vida es dura y necesitamos estímulos. Si otros han podido hacerlo por qué no nosotros. Es como si nos comunicaran lo que han vivido, una especie de volver a vivir. Así se recibe, así nos ayuda²⁴¹. Las cosas pueden cambiar con nuestro esfuerzo. También están los

²³⁹ Clasificación tomada y adaptada de la Revista “Palabra de Mujer: La experiencia de ser promotora popular de comunicación”, Serie Comunicación Popular. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Taller dirigido por Rosa María Alfaro, Helena Pinilla García y Beatriz Arguedas. Junio 1987. 76 páginas.

²⁴⁰ Ibid. p. 28.

malos ejemplos, enseñan a examinar nuestros errores, a que evitemos volver a cometerlos. Cuando escuchamos casos de otros que cuentan de abusos y malas actuaciones aprendemos, podemos evitarlos antes que nos vayan a suceder.

Necesitamos recoger estos ejemplos, grabarlos y difundirlos por radio. Tienen que ser dichos con emoción pero también con claridad y con sus palabras, como hablamos nosotras, porque así nos entendemos.(...) EL sentimiento es bueno para la comunicación. Hace pensar con vitalidad y con fuerza.

- b. La entrevista como DENUNCIA:** Cuando surge un problema que afecta a la comunidad, cuando alguien comete abusos, cuando las personas encargadas no quieren solucionar lo que tienen obligación de hacer y está en sus manos; cuando se ve que algo malo va a ocurrir y se puede prevenir, cuando alguien o varios están instigando a la población a que cometan errores y se peleen...y muchos casos más, entonces se puede entrevistar, siempre y cuando los directamente comprometidos con el hecho lo quieran denunciar públicamente. Los propios afectados harán su denuncia a su manera, teniendo cuidado de que se entienda y no sea largo ni aburrido. Es adecuado aquí decirlo en forma natural y afectiva, pero siempre adecuándose al público. Hay que motivar a las personas que hacen la denuncia a pensar en los efectos o en la utilidad de la misma. Se debe de poner cuidado en el tiempo que se va a utilizar y quiénes van a hablar.
- c. La entrevista como CONFLICTO:** Cuando hay enfrentamientos, peleas o desacuerdos, hay que entrevistar a ambas partes, como también, si se diera el caso, los que apoyan a unos y otros. Cuando esos conflictos son entre miembros de una organización o de un pueblo, se debe buscar también a quiénes presenten alternativas de solución, a los que llamen a la unidad, a quiénes sean capaces de reconocer sus errores. Cuando los enfrentamientos son con personas que están utilizando su poder contra el pueblo, hay que darle entonces más oportunidad al

²⁴¹ Las alusiones a un “nosotros” en plural es porque esta clasificación se realiza en base también a comentarios y experiencias de promotoras en comunicación de diferentes zonas populares, por eso no se eliminan estas apropiaciones del discurso dentro del lenguaje.

oprimido, al pobre, al débil, animándolo a dar su versión, haciéndole ver el valor de su palabra.

Los testigos de los conflictos son importantes de entrevistar, para poder ayudar a esclarecer aunque no estén directamente involucrados.

- .
- d. La entrevista como RELATO:** Se trata de relatos, de historias de vida, las que son contadas por una o varias personas. Pueden ser alegres, graciosas o tristes. Lo importante es que se cuente cómo empezó, qué pasó luego, cómo terminó y cómo está ahora.

En el pueblo las mujeres son las que generalmente saben contar, además de las personas de más experiencia. Esto ayuda a la unión y a la comunicación, a que una generación se comunique con otra. Pueden ser relatos de vida, de una época, de un hecho. Deben ser dichos con naturalidad, con emoción, porque no todos saben contar. Se busca a los que lo hagan mejor y puedan transmitir mejor una experiencia. Este tipo de entrevista sirve para revalorar a nuestros personajes populares, sus experiencias y sus formas de comunicación.

- e. La entrevista como OPINIÓN:** No es lo mismo relatar o denunciar sino qué se piensa frente a los hechos o problemas: ¿cuáles podrían ser las causas? ¿Quiénes están comprometidos y con qué intereses, directos o indirectos? ¿Cómo se podría solucionar? ¿Qué reflexiones nos provoca?.

Todos tienen una opinión, aunque se tenga miedo de hablar. La opinión personal se mejora escuchando a otro, pensando mejor nuestras primeras reacciones ante las cosas que vemos o suceden. Los niños también tienen opinión y pueden ser sujetos de entrevista. Se aprende de esta manera el respeto y a tener opiniones más fundamentales y útiles. Se debe motivar a que se conozca las opiniones del pueblo, como también se puede lograr que la gente piense un poquito antes de hablar, cuidando que no se pierda la naturalidad y la emoción.

- f. La entrevista como IMAGINACIÓN DE CAMBIO:** Es bueno saber qué es lo que espera la gente, para tener esperanzas de que cambie el país; es bueno saber que la gente diga cómo imagina una realidad distinta y buena. No se puede pensar que no exista el cambio. El pesimismo hace mucho daño, aplasta, hace pasivas a las personas,. Se puede aportar a través de este tipo de entrevistas cómo podría ser la vida cuando haya justicia y bienestar. Aunque sean cortas este tipo de entrevistas, ayuden a hacer dentro del programa radial, un programa educativo para las mujeres.
- g. La entrevista como SALUDOS Y AVISOS:** Los saludos unen a parientes, paisanos y amigos, que están en Lima, pero también en provincias. La radio tiene que permitir que las personas se relacionen de forma afectiva, por cumpleaños, fiestas de los pueblos, etc. A través de las propagandas para las actividades, para las asambleas y las reuniones se une a la gente. Los avisos de noticias convierten el programa útil para el pueblo. Pero todas ellas deben ser cortas, decir los datos básicos, a quiénes se dirigen. Es importante que se digan también con emoción, con formas originales de llamar la atención, para que sean escuchadas.
- h. La entrevista como PEDIDO:** Las mujeres principalmente hacen pedidos por la radio: al gobierno, a otras mujeres de su organización , a otras organizaciones, a las empresas, etc. Muchas denuncias pueden tomar también forma de pedidos dramáticos, y pueden tener mucha efectividad para que la gente se solidarice con el que sufre. Como en las otras entrevistas, es mejor que sean cortas, claras y emotivas, utilizando las formas de sentir y de comunicar del pueblo. Eso sí, hay que buscar que los pedidos no sean formas de humillación para aquellos que lo hagan, pues no tendríamos cuidado ni aprovecharíamos el valor y la capacidad de la entrevista

Estas entrevistas sirven de guía de las diferentes maneras que éstas se pueden presentar en el programa radial y de los usos que de ellas para el análisis del discurso se pueden recoger. Es por ello que resulta importante conocer los tipos con los que se trabaja en el análisis, para comprender de qué forma se interrelacionan dentro del lenguaje feminista radiofónico.

ANEXO N° 6

BALOTARIO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA

DEL PROGRAMA Y LA RADIO:
<ol style="list-style-type: none">1. ¿Cómo nace la idea del programa EN CONTACTO?.¿Quién o quiénes fueron las gestoras del proyecto?2. ¿Cuál es el objetivo o los objetivos principales del programa?3. ¿Porqué el horario elegido?4. ¿Se pretende dar algún mensaje o algún conocimiento extra específico?5. ¿Cuáles son los auspicios que reciben? (Describir un poco la institución?)6. ¿De qué manera se vinculan con las ONG's de corte feminista y las ONG's en general?7. ¿De qué forma el proyecto llega y encaja en Milenia Radio? (Describir la cercanía de la entrevistada con el medio)8. El programa está supeditado al financiamiento que pueda provenir de afuera. ¿Cómo se maneja esto desde el programa y desde la Radio?9. ¿Qué papel desempeñan las evaluadoras tanto de la radio como del programa?10. ¿Cuál es la situación de Milenia Radio como emisora en Lima Metropolitana?11. ¿Desde cuando lanza su señal?12. ¿Cuál es su vínculo con las ONG' de corte feminista y de Derechos Humanos?13. ¿A qué redes está vinculada y en qué conferencias seminarios o talleres participa?
DE LA PROGRAMACIÓN Y PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA.
<ol style="list-style-type: none">14. ¿Cómo está estructurado el programa?15. ¿La cortina de la radio es de algún tema específico relacionado?16. ¿Quién realiza la pauta y el guión del programa?17. ¿En qué elementos se basan para estructurar (pauta) el programa de la forma en que viene desarrollando? (Estudios de mercado, audiencia,etc.)18. ¿Cuáles son los principales temas abordados en el programa?19. ¿La temática siempre está vinculada a perspectiva de género? O por otro lado, también pueden tocar temas políticos, culturales, sociales,de entretenimiento, espectáculos,etc?20. ¿Cuáles son sus principales fuentes de información para la temática a desarrollar?21. ¿Quiénes representan para el programa sujetos importantes de ser entrevistados?22. ¿Cómo se realizan las coordinaciones en el área de producción para contactar a los

- entrevistados o actividades que se pueda cubrir con un reportero?
23. ¿Qué personas apoyan en la producción del programa?
 24. ¿Qué actividades específicas realizan las personas que apoyan en el programa?
 25. ¿El operador de la radio tiene algún conocimiento de la temática a tratar previamente a la emisión del programa?
 26. ¿Cuántas conductoras ha tenido hasta la fecha? (Contarse si ella ha desempeñado la conducción en algún momento)
 27. ¿Cómo es el trabajo producción-dirección-conducción?
 28. ¿Existen problemas para la obtención del material que irá en el programa, o para el contacto con las personas que participan como entrevistados?

DE LA REALIZACIÓN AL AIRE.

29. ¿Cuál es el lenguaje que se utiliza para llegar al público?
30. ¿Qué elementos utilizan para resaltar la conducción al aire? (Notas, informes preparados, música de acompañamiento, música incidental, etc.)
31. ¿Hay espacios para tandas comerciales, spots radiales, jingle de la radio?
32. ¿La conductora sigue al pie de la letra la pauta otorgada?
33. ¿Qué tipo de discurso crees que se maneja al interior del programa? ¿Ayuda realmente a expresar las ideas y convicciones de los objetivos del programa?
34. ¿Se realizan enlaces en vivo? ¿Cuánto tiempo aproximado se le da a ellos?
35. ¿Hay llamadas telefónicas?
36. ¿Se realiza algún tipo de debate o aclaración de dudas vía telefónica con los/las oyentes?
37. ¿Hay algún tipo de concurso y/o premio para las oyentes?

DE LA POST- PRODUCCIÓN

38. ¿Llevan un archivo de los guiones realizados? ¿Graban sus programas?
39. ¿Se prepara material basado en la radio para repartir a instituciones u otros medios?
40. ¿Se prepara material para otras productoras radiales, con qué motivos específicos?

ANEXO N° 7

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA PRODUCTORA EN CONTACTO

MARIELA JARA

Fecha: 3 de Noviembre del 2003.

Lugar: Instalaciones de Milenia Radio.

Duración de la entrevista: 1 hora 50 minutos.

1. ¿Cómo nace la idea del programa EN CONTACTO?

El programa EN CONTACTO estaba planteado eh, no con ese nombre pero si con la idea de que fuera un espacio que permitiera la vinculación directa de casos que afectan directamente a las mujeres en lo que es vulneración de sus derechos desde sus inicios de la radio. El programa ha pasado por varias fases que han dependido fundamentalmente de los recursos. Inicialmente el programa tenía un mayor presencia en diversos temas, no solamente relacionados a los derechos de las mujeres sino en aspectos que significaban la vulneración de las personas de la comunidad, en lo que podrían ser considerados derechos más amplios, del consumidor, derecho a una buena oferta televisiva, derecho al respeto por parte de las instituciones que prestan servicios públicos, en fin. Y se contaba con un grupo de gente, de reporteros, que hacían una investigación de los casos semanalmente, y se iban separando dos, tres, para hacerles el seguimiento. Se hacía mucho también acerca de la precariedad de la vivienda en Lima en fin.

Luego tuvimos un problema de recurso y el programa se aligeró bastante, mantuvo el objetivo de tener ese enlace directo con los problemas de la ciudadanía en particular de las mujeres, pero ya no tanto a partir de casos sino a partir de la elaboración de discursos y de motivación de llamadas telefónicas. Luego conseguimos un financiamiento, se presentó un proyecto a la Cooperación Española y cada vez el programa estaba más perfilado en lo que eran los derechos de las mujeres, no, y es desde esta forma como se ha ido desarrollando desde este año.

2. ¿Quién o quiénes fueron las gestoras de esta nueva etapa de EN CONTACTO?

Eh, bueno, las que elaboraron el proyecto fueron Gabriela Ayzanoa, directora de Milenia Radio, en la segunda etapa en realidad porque la primera también tuvo Cooperación Española, en esta segunda etapa se hizo ya con ese énfasis y lo hizo la directora (Gabriela) con Yaned Fernández, la que ya era la conductora-productora en esa época.

3. ¿El horario fue escogido de acuerdo a un estudio previo?

Si. Según el ranking de audiencias, la curva que tenemos es ascendente desde las primeras horas de la mañana que empezamos a las 7, antes empezábamos a las 6 y se posicionaba con más fuerza entre 9 y 11 no?, que eran uno de los principales picos de audiencia. Entonces allí se colocó el programa, allí ha ido siempre el programa vitrina, por llamarlo así de alguna manera, que concentraba mayores recursos de producción porque duraba varios segmentos, dentro de los cuáles uno de los más fuertes era lo ahora llamamos EN CONTACTO, antes era CONEXIONES por ejemplo. Luego seguimos manteniendo ese horario porque es uno de los registros que tenemos, una de las consultas que hemos hecho, los focus que hemos tenido oportunidad de realizar, es el horario donde se concentra la audiencia porque luego en el transcurso del día va variando porque mientras haces tus cosas vas regresas, pero esa es la hora de mayor audiencia.

4. ¿Cuáles son los mensajes o conocimientos extras que se pretende dar en el programa?

El programa lo que quiere fundamentalmente es crear corrientes de opinión pública a favor de los derechos de las mujeres en toda la población y particularmente crear conciencia de derechos entre las mujeres que son parte de nuestro público objetivo. Nosotras pensamos que si uno toma conocimiento de sus derechos pues va a saber de que se trata y va a poder tener también acceso a información de cuáles son los mejores medios para ejercerlos. Pero sino hay esa primera noción ,ese pleno

conocimiento de que somos personas con derecho a tener derechos, pues es muy difícil poder avanzar en el proceso de construcción ciudadana. El programa lo que quiere es contribuir al proceso del ejercicio de ciudadanía en derechos a partir de tres ejes fundamentales: el derecho a una vida libre de violencia, el derecho al respeto a la salud sexual y reproductiva y lo que es nuestros derechos como consumidoras en general de los servicios del estado.

5. Volviendo al tema de lo que es el auspicio del Instituto de Cooperación Española. ¿Cómo se llega a tener este auspicio y si en algún momento han tenido otro tipo de auspicio?

Bueno en general la radio surge de la cooperación DANESA DANIDA, que es la Oficina Técnica de Cooperación de Dinamarca que destina fondos a muchos proyectos a países en vías de desarrollo a través de diferentes financieras intermediarias. El COLECTIVO RADIAL FEMINISTA se presentó como proyecto y estuvo recibiendo apoyo desde el año 1988 para reforzar sus programas radiales que formaban parte de este proyecto que era el programa CORTO CIRCUITO de Flora Tristán, el programa PROHIBIDO ESCUCHARNOS de Manuela Ramos, NUESTRA VIDA de Calandria, WARMIKUNA RIMANCHIS del Cuzco y MUJERES COMO TÚ de Trujillo. Luego en una segunda fase se logra un financiamiento para la autonomización de estos equipos, para que formen una instancia independiente del Consorcio, ya no dependían los equipos de ninguna de las instituciones, para que se instale una emisora en Lima y se amplíen los programas en Cuzco y en Trujillo. Se logra en esos tres años trabajar la construcción de una propuesta radial desde una perspectiva feminista, y hay una tercera fase del proyecto en que empieza en el año 1998 que es ya prácticamente cuando empiezan a salir todos los trabajos al aire de la emisora, entonces el proyecto ha terminado ya en este semestre, luego de varios problemas porque la financiera intermediaria tuvo una serie de inconvenientes y cerró, tuvo que cerrar, y eso generó una serie de desfases de la entrega de las remesas que afectaron el envío de fondos acá al proyecto, por eso que de alguna manera se ha extendido. Pero ya

terminó esa tercera fase del proyecto en Julio de este años. Hasta allí hemos venido trabajando con la Corporación Danesa y hemos conseguido apoyo de la Cooperación española para EN CONTACTO en dos etapas, esta es la segunda, de diferentes instituciones de la Cooperación Española, y tenemos luego apoyo de otras instituciones a las cuales solicitamos apoyo, a las cuáles nos presentamos con una serie de proyecto e iniciativas.

6. En este sentido, están vinculadas bastante con el ámbito de las ONG. ¿Cómo se relaciona la radio y el programa con las ONG´s de corte feminista y las ONG´s en general?

Las ONG...Bueno, Nosotras tenemos una vinculación muy grande con muchas de ellas, sobre todo las que son del movimiento de mujeres y más específicamente del movimiento feminista pero en general con las del movimiento de mujeres tenemos una relación estrecha, para nosotras son en principio fuente de información, son lugares donde se puede conseguir información especializada sobre la cuál no hay mucha difusión y promoción por parte de los otros medios y además análisis y propuestas, análisis de las causas, de los problemas diversos que afectan a las mujeres así como también propuestas que se dirigen al estado, a la sociedad en su conjunto y que involucren también a las mujeres para la solución. Entonces, desde ese punto de vista esa información de la situación de las mujeres y de las causas es para nosotras de muchísima importancia porque lo que hacemos luego es situar ese panorama en casos concretos que encontramos en cualquiera de los ámbitos y ejes en los que trabajemos.

Por otra parte la radio participa institucionalmente en muchas redes e iniciativas que impulsan la sociedad civil, destinadas principalmente a la promoción de derechos y a la vigilancia del cumplimiento de los compromisos asumidos por el estado en foros públicos, sean compromisos vinculantes y no vinculantes, ya sea con compromiso de convenios, tratados, pactos, programas de acción en fin, asumidos en el concierto internacional. La radio también asume ese papel de vigilancia del compromiso del estado porque son compromisos que tienen que estar de cara a la

gente, en este caso a la opinión pública, entonces todos los ámbitos de intervención en relación a ONG's.

7. Ustedes como proyecto también reciben visitas de evaluadoras o personas que van supervisando el desarrollo tanto de la radio como del programa, ¿Cuál es el papel que cumplen las evaluadoras y cada cuánto tiempo ustedes reciben estas visitas?

Bueno, hay evaluaciones, auditorías, que se hacen anualmente para cada ejercicio presupuestal que se hace con una auditora internacional, que es para verificar que los fondos se están ejecutando de la manera que está siendo previsto el presupuesto, y bueno, nunca hemos tenido problema con eso porque obviamente estamos obligados a ser una entidad de lo más formal posible. Luego tenemos evaluaciones cualitativas del proyecto en sí, en este caso, el proyecto radial, que incluye a las experiencias de Lima, Trujillo y Cuzco.

Hemos tenido tres evaluaciones correspondientes a las tres fases del proyecto. La primera evaluación culminó con la conclusión de que las experiencias de las radios eran muy positivas pero insuficientes puesto que tres programas radiales perdidos en la inmensa propuesta radial pues muy poco podían hacer para tener un impacto mayor en lo que era sus objetivos y entonces que de ahí fue la recomendación de la primera evaluación es tener una emisora en Lima en FM destinadas a las mujeres y ampliar las horas de programación a todo un bloque horario en la mañana y Cuzco y Trujillo, que es lo que se hace en la segunda fase. En la tercera fase se pensaba avanzar inclusive en los estudios de emisoras en Cuzco y Trujillo, lamentablemente Cuzco tuvo algunas problemas, no pudo avanzarse allí, Trujillo también. No acreditó algunas metas cualitativas sobre todo y bueno en el caso nuestro se dio el apoyo a la tercera fase de todas.

En el caso de nosotros cumplimos los objetivos de la tercera fase que eran al tercer año de estar al aire estar entre las 10 primeras emisoras de la AM. Nosotras conseguimos estar entre las 9 de la AM en el primer año y entre las cuatro primeras

dentro de nuestro público objetivo. Lamentablemente los problemas con la financiera que era intermediaria de los fondos de DANIDA impidió que pudiera suceder este proceso de crecimiento y de ubicación ya en el mercado radial que tenía Milenia pues se suspendieron los fondos durante 7 meses, lo que obligó al recorte de programación, recorte de personal, una serie de medidas que prácticamente nos hicieron disminuir nuestra presencia en la radio, en el espacio radial.

8. Cuando suceden este tipo de problemas respecto a los fondos, La radio puede seguir con algún aporte extra que ustedes puedan conseguir, o alguna actividad que puedan realizar?

Bueno, en el caso concreto de esta primera crisis lo que se hizo fue hacer un análisis inmediato de con cuánto dinero se contaba, cuánto era lo mínimo que se requería para mantener la señal al aire, y ajustarse. Recortes en el uso de servicios, recorte en el personal, suspensión de remuneraciones, contra lo que se necesitaba. Entonces se aseguró un presupuesto mínimo para que la radio siguiera saliendo al aire pero con horas recortadas, se recortaron las horas de programación se bajó también la potencia para bajar el servicio del costo de luz.

Luego se pidió apoyo a las instituciones que son del directorio, pues la radio cuenta con un consejo directivo que es integrado por las representantes de las cinco instituciones, un directorio de Lima que lo integran las tres representantes de las Instituciones de Lima: Flora, Calandria, Manuela Ramos, y se le pidió formalmente apoyo para superar la crisis.

Todas nos ayudaron en la medida de sus posibilidades porque había la seguridad de que se les iba a devolver el dinero cuando se hiciera el depósito del envío de las remesas, eran dineros para mantener el cumplimiento de compromisos, pago de impuestos, pago de sunat, o sea todos los compromisos que teníamos asumidos con el estado, los servicios básicos, todo el servicio de electricidad de la planta, aquí en la radio, el teléfono, el internet, el agua, el personal de mantenimiento, que era

básico también, y bueno, en el caso de las productoras el equipo mínimo que quedó es con algunos aportes mínimos para que pudieran seguir viniendo y hacer funciones mínimas que permitieran la salida de la radio.

9. Viendo tú este panorama, ¿cuál crees tú que es la situación de Milenia Radio en Lima?

Bueno, es una situación difícil por lo económico y porque Milenia Radio es una emisora en realidad como una gota de agua en el desierto o en el mar mejor dicho, porque somos una emisora AM, cuando sabemos que la mayor audiencia está ahorita en la FM y las radios que concentran la mayor publicidad son aquellas que forman parte de los grandes consorcios, las grandes cadenas, que no solamente agrupan emisoras para un público objetivo determinado sino que además tienen repetidoras a nivel nacional y que inclusive tienen sus AM que vienen a ser como un bono nada más a la hora que se les da la publicidad, entonces, pelear la torta publicitaria es muy difícil, la estrategia que estamos utilizando en estos momentos es la de servicios. Nosotras damos servicios de producción a diversas instituciones del estado y la sociedad civil, organizamos campañas, diferentes actividades de comunicación y realizamos productos como miniseries, cuñas, radionovelas. Entonces eso es una fuente de ingreso para nosotras y elaboramos una serie de proyectos para continuar con el área o ligar la capacitación que ha sido un componente también de nuestra emisora pero que no se ha podido realizar plenamente porque era un área que no le correspondía plenamente a la radio sino a una estructura que se llamaba secretaría ejecutiva del CR, que lamentablemente no llegó a funcionar como se debía, y ahorita nosotras nos ubicamos en el futuro como parte de las estrategias de movilización social, esa es nuestra nueva ubicación, de esa manera nos estamos presentando y estamos elaborando nuevas inserciones que esperamos que tengan resultado positivo, ya no sólo como un medio de comunicación, sino como una estrategia que contribuya a una movilización social que contribuya al logro de objetivos y dentro de ellos, una de ellas pasa por el uso de la radio.

10. Pasando del ámbito general de la radio y vinculándonos directamente con el programa ¿Cómo está estructurado EN CONTACTO? (Pasando las anteriores etapas que tuvo el programa hasta convertirse en lo que actualmente es)

Para esta etapa lo que quisimos fue dar no sólo un piqueíto de todo sino el abordaje completo e integral de un tema. Al principio parecía que iba a ser tedioso y aburrido estar hablando una hora de lo mismo pero se pudo avanzar porque se utilizaron bastantes recursos no? para que los contenidos puedan fluir con naturalidad y ser digeribles. Entonces diseñamos temas por semana. Por ejemplo empezamos con el tema que era la violencia pero lo que denominábamos desde el principio era primero para empezar el rostro de la violencia, lo que sabemos de las mujeres maltratadas es un puntito del iceberg porque la mayoría no denuncia, que significa eso. En otro programa se trató el porqué no denuncian. En otro programa, las consecuencias de ese silencio. En otro programa se trató redes de apoyo. Cada uno era un programa independiente, solo, pero esta estructurado además como parte de un eje mayor.

Decidimos utilizar una estructura que nos diera al inicio una presentación un poco impactante con datos, lo más noticiables posible, luego un pequeño informe que recogiera siempre un recurso dramatizado, que permitía ya la identificación de los casos a partir de situaciones reales o ficcionadas pero que representaban la realidad. Luego un análisis de lo que significaba, una primera reflexión y a partir de allí, un enlace en directo con alguna institución que brinda servicios. Es decir, ligábamos el problema con la instancia con la que podía conseguir algún tipo de orientación, apoyo, ayuda, porque una de las razones fundamentales que siempre se ven en los estudios es de que la gente no tiene conocimiento de todos los lugares a los que puede recurrir ni las normas legales que las protegen en este caso de lo que es la violencia. Entonces desde el lugar del servicio, de la institución se daba información sobre lo que la institución ofrecía con las personas allí muy detallada, muy minuciosa, tratando de convencer y generar confianza de la seriedad, confianza y garantía de este servicio, y luego se pasaba a la cabina nuevamente para que con estos nuevos datos se reforzara ese vínculo no, si está allí usémoslo, no estamos solas. Luego teníamos una cuña que permitía representar la idea para cada tema, que

nos permitía entrar a la segunda parte, que era una entrevista a profundidad y un análisis del tema, ya no desde el punto de vista del servicio que se da sino de cuáles son las razones por las que cuáles las mujeres en este caso no denuncian y qué podemos hacer. Es decir, aquí entrábamos al análisis y búsqueda de alternativas con alguna especialista y cerrábamos con una reflexión que traía a colación un derecho específico, consagrado en una norma nacional o internacional que forma parte de nuestro ordenamiento jurídico, y se le exigía el estado que cumpla, se le recordaba al estado que tenía compromisos asumidos y que toda la realidad de la cuál habíamos estado hablando pues nos demostraba que se había hecho muy poco y que había que cumplir. Entonces se mencionaban estas normas legales y luego se convocaba a la audiencia a tenerlos presentes y que esos eran parte de los derechos que como personas tenemos, y que por lo tanto también podemos defenderlos y tenemos garantías para ejercerlas siempre y cuando los asumimos como tales. Así ha girado cada programa. Luego los recursos han ido variando, se han introducido encuestas, testimonios, despachos en vivo, revelación de casos, pero más o menos siempre bajo la misma estructura: presentación de datos, informe, enlace en vivo, análisis a profundidad y ligación con derechos, normas y compromisos.

11. En la realización del programa, lo referente a la pauta y al guión ¿Cómo lo realizan, quién lo realiza, en qué se basan?

La productora se encarga de hacer la pauta, la estructura, en coordinación con la conductora, coge la información, hace un trabajo de investigación, luego selecciona los datos, cuáles pueden servir para la presentación, cuáles pueden servir para el informe y luego con apoyo de colaboradoras se hace enlaces, se hace las entrevistas, se buscan los recursos de calle generalmente. También se encarga de hacer las coordinaciones telefónicas con las entrevistadas y decirles de qué se trata y cuál es el enfoque, porque son enfoques muy precisos las entrevistas a profundidad, no se desperdigan del todo ella nada sino que se trata de aterrizar en conclusiones sobre el tema planteado, se delimita muy bien el ámbito de lo que se va abordar. Y lo que viene luego es que esa pauta se pasa a la conducción para que la tenga en cuenta. Luego quedaba siempre presente un banco de apelaciones que le llamamos nosotras

que son diálogo directo, en los que apelamos a la audiencia, su estado de ánimo, lo que queremos es elevarle la autoestima, luego tenemos el banco de datos de servicios donde están los teléfonos, las direcciones, los horarios de atención de las numerosas instituciones que dan atención en servicios en general a las mujeres, siempre con una apelación que forma parte de la estructura.

12. La temática siempre está vinculada a lo que se refiere DDHH y derechos específicos de las mujeres, pero a raíz de esta temática, ¿se puede abordar otra temática en general a nivel político, cultural?

Sí. Hemos abordado a partir de estos derechos muchos otros. Hemos hablado bastante por ejemplo de lo que es la multiculturalidad, los derechos de las poblaciones indígenas, de la costa, de la sierra, de la selva. Hemos hablado también de la infancia, de los derechos de la infancia. Hemos hablado también de la educación, de la participación política bastante y de la preservación del medio ambiente y de un desarrollo sostenible necesario para la humanidad, mas o menos los hemos vinculado. Siempre mantenemos, hacemos el abordaje desde una perspectiva de género, desde cómo afectan estos temas a la situación- condición de las mujeres.

13. Para este tipo de temática se requieren de personas especializadas o de organismos que estén directamente vinculados a lo que son DDHH y problemática de este tipo. Para ustedes, ¿cuáles son las principales fuentes de información para desarrollar la temática del programa?

Bueno, a lo largo de nuestra experiencia nos hemos nutrido machismo de los estudios de diferentes organizaciones no gubernamentales (ONG), tenemos un banco de información, tenemos un pequeños centro de documentación. También recurrimos a la página web muchísimo, hemos aprendido a manejar mucho el marco de DDHH de Naciones Unidas, todos los instrumentos que se han desprendido de allí a favor de las personas y en particular de las mujeres, cuáles de ellos han sido asumidos por el estado peruano y cuáles no. Eso es muy importante para nosotras.

Luego, desde las páginas web de los ministerios, los estudios que hay desde diferentes sectores del estado, y las iniciativas legislativas desde el congreso. O sea, para nosotras lo más importante al momento que construimos la agenda es usar lo que son nuestro ejes estratégicos con lo que es la coyuntura, lo que está pasando en este país y con lo que son los intereses de las mujeres, digamos nuestros “ejes” para tematizarlos y con lo que es el calendario feminista, que nos da la oportunidad para poner sobre el tapete, poner en agenda muchos temas que son todavía de debate, siguen creando debate, sobre los cuáles no hay consenso pero sobre los que es necesario seguir hablando, discutiendo, promoviendo.

14. Y en este sentido, ¿Quiénes representan para el programa sujetos de entrevista?

Para nosotras todas las personas que tengan algo importante que decir con relación al programa, algo que aportar, las propias gentes de la calle con sus casos, las propias protagonistas de las noticias, las voceras de la sociedad civil, voceros del estado, voceros del movimiento popular. En EN CONTACTO, hemos querido que haya un equilibrio de participación de las actoras sociales. Hemos querido que por ejemplo las mujeres de las organizaciones de base hablen y lo hemos logrado, y que no solamente hablen de su experiencia en el trabajo de la seguridad alimentaria sino de lo que es la prevención de la violencia familiar y sexual, de lo que son sus comités de defensa, de lo que es vigilancia en derechos sexuales y reproductivos, de lo que es defensa del derecho a la atención y salud con calidad...entonces las hemos puesto a ellas como actoras, como voceras y como una voz con legítimo derecho a no solamente decir lo que piensa sino señalar lo que propone en esos campos. Entonces tenemos al movimiento popular, a la sociedad civil, a la academia, que son las gentes de las universidades y tenemos a las feministas.

15. En este sentido, ¿Cómo se realizan las coordinaciones en el área de producción para contactar a los entrevistados? ¿Se posee una base de datos, teléfonos?

Hay un directorio, varios directorios de la radio, pero desordenados (risas) pero en EN CONTACTO hemos tratado de al menos ir contribuyendo a un directorio central, entonces, como hemos estado obligadas a contactar con muchísima gente, muchísimas instituciones, buscar gente que haga cosas, osea, nos hemos metido a bucear y hemos encontrado, nos hemos metido a elaborar un directorio amplio, tenemos como 200 entre personas e instituciones conectadas, las hemos separado por rubros y eso está para seguir trabajándose ser impreso y ser nuevamente revisado porque un directorio hay que mantenerlo vivo no?, porque basta que un número cambie y ya no sirve. Entonces si, hay que inclusive mejorar el trabajo de ubicación de fuentes, pero se ha hecho y como te digo allí hay que seguir insistiendo porque la ampliación de esto es fundamental para el trabajo, para el logro de casos y para el logro de enfoques y de actores.

16. ¿Qué personas te apoyan directamente en el programa con las diferentes actividades que realizan?

En estos momentos estamos tres personas. Desde este segundo semestre está fundamentalmente haciéndolo Rosa Cisneros con el apoyo de Carla de la Quintana. O sea hay dos personas, yo apoyo ya más indirectamente, pero en ellas dos ya recae la producción del programa.

17. En la época en que la conductora era Yaned Fernández, que otras personas apoyaban en la producción?

El trabajo era con la conductora – productora, y con una persona que estaba a medio tiempo porque de la conducción no podía haber más apoyo porque era un trabajo puntual. Entonces entre analizar el tema revisarlo, mirarlo y hacer la conducción como que se culminaba con el tiempo contratado, entonces se hacía entre la responsable del programa, la productora y su asistente de producción.

18. En este caso de la asistente de producción. ¿Qué actividades específicas realiza?

Bueno, principalmente coordinaciones telefónicas y provisión de recursos de la calle. Es decir, hacer una visita a un enlace. De eso se trataba, de entrenar a las personas para que los enlaces que los hacían en vivo los hicieran ellas más o menos con el enfoque que estaba previsto, las encuestas, recojo de testimonios, alimentar la que era la producción desde calle.

19. ¿Se dedicaban de realizar algún informe o investigación específico para el programa?

Sí también lo hacían. En algunas casos de los que hemos abordado se ha dado oportunidad para que se haga un trabajo de investigación, se busque, se mire, se ahonde en fuentes y que inclusive redacte algunas informes.

20. En lo referente a la persona que apoya en la operación de la cabina. ¿es una persona necesariamente que es partícipe del tema o simplemente apoya en la realización del programa al aire?

Bueno , es una persona que apoya en la coordinación telefónica inclusive, es decir, tiene la relación de llamadas, lo ideal era que tuviera siempre la copia del guión, la pauta del programa con las llamadas, los teléfonos todo porque no siempre teníamos a una persona asistente allí para estar chequeando tiempo, horarios, entonces con la pauta y los teléfonos pues hacíamos el contacto directo desde la cabina. En ese punto no es solamente un operador técnico y frío, sino que está involucrado en la producción del programa.

21. Contando hasta la fecha, ¿cuántas productoras y conductoras ha tenido el programa?.

Durante el primer semestre una conductora y una productora, y durante el segundo semestre otra conductora y otra productora. Dos en total.

22. Cómo es específicamente el trabajo producción – conducción. Es decir, si existen algún problema de obtención del material o del contacto de las personas?

Depende de los temas. Hay algunas que son mucho más posibles de lograr y hay otros que son más difíciles porque nosotras tenemos que cubrir la estructura para poder lanzar un tema, y tenemos que tener información noticiable para empezar, tenemos que tener la información para realizar el informito, que es la primera parte a lo que llamamos, un lugar para hacer el enlace en vivo y una entrevista de análisis. Si nos faltaba una persona para la entrevista de análisis con una persona que pudiera, entonces no podíamos. Si nos faltaba la institución con la cuál ligar el servicio del enlace entonces tampoco podíamos. Hay temas que se han mostrado resistentes por las actoras que no han querido declarar, sobre todo en algunas casos de lo que es participación política, que han mostrado resistencias. Esas son las dificultades que se nos presentan. No es fácil por ejemplo conseguir la voz del estado, salvo con el MIMDES y en un programa específico, que es el programa contra la violencia familiar y sexual, con la cuál tenemos una relación bastante fluida, pero de lo contrario se tiene que someter a llamadas, pedidos, cartas, y la respuesta nunca es no simplemente “te va a llamar”, “vuelve a insistir”, en la práctica es un no aunque no esté declarado. Entonces esa es una dificultad: tener la presencia de los actores del estado para los diferentes temas que nos interesan.

23. Y en ese caso ¿cuál es el papel de la conductora? Ella es la que asume los comentarios de acuerdo al tema, o hay disculpas al público por si no se pudiera lograr algún enlace que ya se tenía previsto?

Cuando no se puede lograr un enlace previsto si se ofrecen las disculpas respectivas porque ya había estado previsto, se dice lo que se había trabajado, lo que se había coordinado, las preguntas que se le querían hacer a tal o cuál persona porque hay

tales interrogantes. Pero cuando no hemos logrado ni siquiera hacer el contacto o el enlace, llega un momento en que sí se hacen comentarios, se dice este que sobre prostitución por ejemplo que no hemos logrado un pronunciamiento oficial por parte del estado por ejemplo. Decir porqué no se quiere hablar, lanzar las interrogantes, ni siquiera opinar, lanzar tres o cuatro preguntas y recordar que hay compromisos pendientes, entonces si hay compromisos pendientes, hay obligación de informar. Cuando se entra a la página web, que es una alternativa, no está todo lo que debería estar, siempre hay ese problema de acceso a lo que es la información pública pese a que es un derecho de todo ciudadano o ciudadana.

24. Vayamos directamente con lo que es realización al aire. ¿Cómo es el lenguaje que se utiliza para llegar al oyente?

Bueno, la relación entre la conductora y la audiencia es horizontal, se trata de tú, de amiga, se trata de generar confianza, empatía, ella se involucra, se pone como una más, no dice: cuando las mujeres son agredidas, sino “cuando las mujeres somos agredidas”, o sea no se coloca como una persona testigo que mira desde una ventana lo que le sucede a sus congéneres sino que se involucra, y eso nos ha dado mucho resultado, porque por ejemplo la última evaluación que tuvimos hemos tenido cuando se ha analizado EN CONTACTO, lo primero que sale es que se genere absolutamente una confianza, además es un estilo pausado, y a la vez firme en la conductora que genera esa identificación, esa confianza en lo que va diciendo.

Luego hay un estilo argumentativo in crescendo, vamos soltando una idea y reflexionamos sobre ella, un argumento nuevo y reflexionamos sobre el argumento, uno más y alrededor de la reflexión siempre lanzando preguntas, no como si fuera la verdad definitiva, lanzando preguntas, haciendo comentarios, cuestionamientos que nos lleven a la reflexión, que es lo que queremos. Luego utilizamos la canción, el tema musical que no lo habíamos mencionado. Siempre vinculándola al tema relacionado, una canción que nos sirve para reforzar lo que hemos analizado, nos sirve para coger un enfoque distinto, o simplemente para decir que con esta canción nos sentimos un poco mejor después de haber estado tratando algo tan terrible. Pero

siempre tiene utilidad, o sea, no es un accesorio que va y pasa y nadie sabe que, como un globito que paso y de pronto plop, tiene un sentido y se explica su sentido, tiene un porqué el cada tema musical. Por allí también ha habido un trabajo bien fuerte de buscar bastantes temas que no están en el circuito que sabemos que van a ser soporte, van a contribuir van a servirnos para la reflexión de los temas que son nuestros ejes. Y luego desde la conducción, en esta relación directa, horizontal, cálida, argumentativa que también interpela, que hace preguntas, que interroga, se cierra siempre con la posibilidad de un panorama nuevo, no nos cerramos no terminamos con que ay que catástrofe, al contrario siempre dando salidas dando alternativas, mostrando que hay un futuro un presente mejores son posibles.

25. Aparte de estos elementos para resaltar la conducción, utilizan otros, como una cortina musical, que refuerce, o se da más preponderancia al discurso y de repente hay algunos cortes para algún spot específico del tema o algo que quieran resaltar referido por ejemplo al calendario feminista?

Sí. El hacer un programa argumentativo de una hora obliga a tener pequeños cortecitos para ir dosificando los discursos desde la conducción, entonces el primero es lo que nosotros llamamos la apelación, que va siempre ligada a un comentario de coyuntura, luego cuando presentábamos el informe, éste iba en otra voz, con efectos, un informe chiquito muy ágil, muy dinámico, que eso ya le daba aire. Luego teníamos el enlace en vivo que también es desde fuera con otra voz, que también le da aire. La canción, que era para cerrar el primer bloque. Y el segundo bloque empezaba con una cuña especialmente diseñada para el tema, que se ligaba con un dato que también era de servicio, algún dato de utilidad para el mejoramiento de la calidad de vida de la gente, en especial de las mujeres y para finalizar la entrevista argumentativa, y la reflexión final. Como estaba más cargada la segunda parte lo que se hizo fue jalar la canción al inicio del segundo bloque, entonces ya permitió bajarle el peso a la segunda parte que era más densa, más pesada. Y bueno, tenemos un calendario de fechas y tenemos una cuñita que es UN DÍA COMO HOY entonces, siempre un día como hoy salen una serie de fechas y acontecimientos que son importantes para la memoria nacional, para no olvidar, y

que son importantes para la construcción del imaginario femenino, para la historia de las mujeres. Ah bueno, el programa tiene una sola cortina musical, que sirve más como corte, subcortes, separación de bloques, esa es su función.

26. En la separación de bloques se aprovecha para la promoción de la radio específicamente?

En el corte de la media hora tenemos un corte donde incluimos las promociones de los programas de la radio y las cuñas de campaña, pequeños servicios grabados, en fin, todo lo que está producido por Milenia.

27. La conductora sigue específicamente al pie de la letra la pauta dada o ella ve de que manera comienza a abordar de acuerdo a lo investigado.

Se presenta los datos y se sugiere el enfoque. La conductora entonces tiene la habilidad de eso situarlo inmediatamente en algo concreto, en la coyuntura, a un recuerdo, a una cuestión personal, a algo que vio etc. Entonces se entra de frente con el enfoque y los datos pero con lo que ella aporta que es su ligación a un hecho concreto.

28. En ese sentido como una retroalimentación con el oyente, hay llamadas telefónicas, o se maneja más que todo el discurso de que ellos mismos saquen una conclusión de acuerdo a lo ofrecido?

No, no hemos considerado aquí la participación de la audiencia. Todo está estructurado para ofrecerle el panorama más amplio y profundo de un tema. Se ha considerado los concursos en fechas específicas, que son propias de la radio, como son los concursos por nuestro tercer aniversario, por el 8 de marzo, por el día de la madre, en fin, fechas así emblemáticas en que se han hecho concursos que han girado a lo largo de la programación y con preguntas un poco cualitativas. Pero en EN CONTACTO siempre ha sido el escenario para los sorteos y es allí donde ha habido oportunidad para que ingrese la voz de la gente, que siempre es una voz que

se siente agradecida, reconfortada, alentada, que es lo que nos gratifica mucho porque es más o menos por allí por donde vamos, el objetivo que queremos.

29. Los enlaces están entonces directamente vinculados a lo que son entrevistas a profundidad que son enlaces en vivo para aclarar ciertos temas. ¿Cuánto tiempo ustedes le dedican necesariamente a esto?

Los primero enlaces en vivo desde una institución que da servicios que da orientaciones en fin, que tiene algo que ofrecer a la comunidad duran un promedio entre 5 y 7 minutos. Si había información abundante lo partíamos: 3 3 o 4 4, un primer enlace de 4, comentarios desde la cabina y luego otro enlace para no hacer un bloque tan pesado. Y cuando era entrevistas a profundidad de 12 a 15 minutos la telefónica, o en vivo si es que venían.

30. Lo relacionado directamente con la post producción. ¿Llevan un archivo de guiones realizados, graban sus programas?

Los programas si están grabados, se ha hecho un archivo de los guiones, recién hemos presentado el primer informe semestral a la cooperación española, entonces eso nos obliga a llevar un registro de temas, de todo, tenemos el registro de temas, el registro de producciones, tenemos clasificado el directorio. Tenemos ordenada la producción lo más posible y Lado es el que se encarga, la persona que está en controles, de grabar y rotular los cassettes y tenerlos ordenados.

31. Aparte de esto se prepara material extra para repartir de la radio a instituciones o a seminarios o cursos que la radio y ustedes organicen?

Como parte de la post producción , lo que se produce en la radio luego se voltea para la página web de la emisora. Luego, de los mismos fondos de la cooperación española como parte del proyecto de EN CONTACTO se hizo en el primer semestre y hace poco su réplica un taller destinado a periodistas mujeres, para reforzar contenidos desde lo que era vigilancia social desde la radio, en el primer caso de lo

que eran los derechos sexuales y reproductivos y en el segundo caso lo que derechos económicos sociales y culturales de la mujer, entonces hemos trabajado muchísimo, primero organizando el programa, viendo, combinando las necesidades de las productoras con las herramientas de vigilancia, elaborando los materiales a distribuirse tanto impresos como grabados, y en los grabados lo que se ha hecho es hacer cinco reportajes en base a lo temas que nosotros hemos desarrollado, seleccionar informes, seleccionar las cuñas que después podían servirle de utilidad a sus radios, porque el principal problema que ellas nos cuentan que tienen es la falta de herramientas para abordar la situación de las mujeres como parte del espectro político, porque lo ven como un tema: ahora sección mujer, y pese a ser todas emisoras comprometidas socialmente, pues todavía les falta herramientas y quizás un poco más de convicción de introducir dentro de nuestra agenda informativa la situación de las mujeres teniendo en cuenta la situación de las propias mujeres, desde sus regiones, donde la situación de discriminación e inequidad es mayor que en Lima. Entonces los materiales que trabajamos están orientado a eso, los resultados has sido muy buenos, y ahora hemos creado un grupo de interés en internet para continuar no solamente intercambiando información, sino también intercambiando inquietudes, dificultades, y ver como nos podemos apoyar para solucionarlo.

32. En este caso con las productoras radiales a nivel nacional se prepara material de temas específicos. ¿hay algún tipo de intercambio en lo que es trabajo? ¿Han venido a apoyar a la radio o personas de aquí han ido para allá?

Hemos hecho pasantías a lo largo de nuestra experiencia radial, unas cuatro veces, lo último que tenemos es la pasantía de una periodista de RADIO EL BUEN PASTOR de Ecuador que es una radio que se dirige a las poblaciones indígenas y que precisamente ha venido a aprender a trabajar lo que es la perspectiva de género en la información, que es un eje que quiere introducir su emisora. Así que si, la radio siempre está abierta a este tipo de experiencias, a recibir gente que quiera aprender de la experiencia nuestra y lo que se hace es meterla al trabajo diario e ir

compartiendo y teniendo sesiones de entrevistas para ir teniendo un panorama mucho más claro.

33. Una pregunta que quedó en el aire acerca de la radio. ¿A qué redes está vinculada específicamente, como miembro y como ente propulsor-organizador?

Somos parte de la Coordinadora Nacional de radio que agrupa muchas experiencias radiales a nivel nacional, que luchan por la democratización de las comunicaciones. Somos parte de AMARC, que es la asociación mundial de radios comunitarias, Gabriela Ayzanoa, nuestra directora que está de licencia es la presidenta de la red de Mujeres AMARC, y hace tres semanas se ha traído la oficina de la red de mujeres AMARC que estaba en Ecuador aquí en Lima, la está administrando Milenia Radio. Y como parte de iniciativas ciudadanas estamos en el CLADEM, que es el Comité Latinoamericano para la defensa de los derechos de la mujer de América Latina y El Caribe, el Grupo Impulsor Nacional: Mujeres por la igualdad real; en el Consorcio FEM TV: Por una publicidad no sexista. Y también apoyamos en la mesa de Vigilancia de los derechos sexuales y reproductivos, que son las mesas en las cuáles estamos participando con más fuerza. Y ahora último en el colectivo: Mujeres por la igualdad de oportunidades que están trabajando para que el Congreso de una ley de igualdad de oportunidades con equidad de género. Esas son nuestras redes como Sociedad Civil. Aparte estamos en redes virtuales electrónicas de comunicación con las cuáles intercambiamos permanente: tenemos CIMAC de México, Artera de Guatemala, FEM de Brasil, MUJERES HOY de Chile, EN LA MIRA también de Chile, LA REDADA de Bolivia.

34. Como Gerente de Programación, quisiera que me comentaras el inicio de labores en Milenia.

Bueno, todas las que empezamos acá, las cinco productoras dejamos nuestras instituciones en noviembre de 1994. Nos independizamos de nuestras instituciones para formar el COLECTIVO RADIAL FEMINISTA y eso se formalizó en los

primeros meses del 95. Y bueno, de allí hemos continuado toditas hasta la fecha y Milenia salió al aire en el 2000, ya estábamos todas acá.

35. Cada una de ustedes pertenecía a ONG's de corte feminista.

No todas. Calandria es una asociación de Comunicadores para el desarrollo, Manuela Ramos y Flora Tristán si, Warmikuna que también asumía Cuzco, y Micaela Bastidas si feministas en Trujillo.



ANEXO N° 8

FRAGMENTOS ENTREVISTA A CONDUCTORA DE MILENIA RADIO: YANED FERNANDEZ PRIETO

Fecha: 12 Noviembre del 2003.

Lugar: Instalaciones de Milenia Radio.

Duración: 1 hora 30 minutos.

- 1. Primero quisiera que me dijeras desde cuando estás en Milenia, si estuviste alguna vez en un programa anterior que te haya servido de experiencia, cuánto tiempo tienes en el programa, desde cuando estas en Milenia.**

Empecé a trabajar en Milenia con el equipo básico, las cinco productoras Mariela Jara, Rosa Cisneros, Elsa S, Gabriela Ayzanoa, Mónica Hurtado, a partir del 1 de Enero del año 1995, eso para Milenia, lo que era el proyecto de Milenia en sí. Esta historia, nuestro referente anterior, viene desde antes, donde cada una antes estaba en sus repetitivas instituciones, yo vengo de Calandria, de la asociación de Comunicadores Calandria, junto con Elsitá y de allí pasamos a laborar específicamente para lo que es el proyecto de Milenia.

A partir de los diseños que se hacen de programación, de perfil de público y todo lo previo a realizar las transmisiones oficialmente yo tengo a mi cargo la producción de una revista de tres horas que se llamaba SABOR A TI. Al interior de esta revista es que tengo, se tiene un segmento de media hora, una hora que llegó a ser, que estaba dedicado específicamente a todo lo que era promover, reconocer, los derechos ciudadanos en general, y en particular todo lo que tenía que ver con los derechos de las mujeres. Así es el inicio de EN CONTACTO, que después por recortes que tú ya tomarás en cuenta por tu trabajo, etc., se queda este segmento, se va reduciendo recortes en la programación, lo que fue tres horas se fue reduciendo, y queda siempre este espacio EN CONTACTO porque es un espacio que tiene

financiamiento, está financiado por un proyecto que ideé originalmente yo, lo trabajamos luego con Gaby la directora de Milenia, luego, como siempre hemos hecho aquí en la radio, se comparten las labores, el trabajo. EN CONTACTO, continúa hasta ahora por la misma razón, porque sigue teniendo un financiamiento, que se amplió un poco más el proyecto, el programa siempre sigue siendo de una hora, siempre estuve yo en la conducción y en la producción de toda la revista SABOR A TI, apoyada de otras gentes sin duda, amigos y amigas que ya no están lamentablemente aquí y luego ya en la etapa final que es la segunda etapa más que final, porque no sabemos si continuará o no el proyecto, Mariela es la que ha asumido las funciones más en la emisora, ella ha asumido la producción y yo me quedo con la conducción del programa.

- 2. Dime Yaned, es cierto que el programa ha tenido influencia de SABOR A TI, como pequeño espacio dentro del mismo, pero la realización del proyecto en sí recayó en Gaby y en ti. Que institución es la que financia el programa EN CONTACTO, y cuáles son las observaciones principales que se les hacen.**

Bueno, a la hora que hicimos ya el proyecto para presentarlo es el proyecto que trabajamos conjuntamente con Gaby, directora de la emisora, después la realización del proyecto queda en mis manos, al interior de Sabor a ti, por eso te decía que yo era la responsable de la conducción y de la producción de SABOR A TI en tanto que también era conductora de la revista de tres horas. Inicialmente el programa es financiado por la cooperación española.

La cooperación española tiene un sistema que no da directamente financiamiento a las instituciones que lo solicitan, en este caso a las instituciones peruanas, sino que siempre es a través de una ONG española que se hace cargo de monitorear el proyecto. En principio esta ONG fue FEMUR, una institución, una ONG española que sobre todo veía cosas con mujer pero más del ámbito rural. Le interesó el proyecto porque para nosotros nuestro público está centrado más en lo que son zonas de barrios populares, en los conos, allá hay pues mucha gente migrante,

mucha gente vinculada al campo; y en la segunda etapa que es la actual (2003-2) también es financiada por la cooperación española, pero en este caso, es el Instituto de la Mujer el que se encarga de monitorear el programa. Observaciones que podría hacer al programa.: quizás la parte que faltó manejar y la que se explica un poco mejor, pues yo no quiero justificar, son cosas que hay que asumir se aplica un poco por el hecho de las mismas dificultades que ha pasado la radio porque la parte que faltó trabajar fue esa relación en términos de conseguir consensos o compromisos que son los sectores públicos, y digo los sectores públicos porque son diversos, porque te podría mencionar ministerio de la mujer, ministerio de salud, que tiene que ver con los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres, de pronto también educación, y así distintos sectores públicos con los que habría tratado de insistir más y conseguir consensos y/o acuerdos, porque quisiera ponerlo en positivo, porque de eso se trata, que desde un medio de alguna manera presionemos, demos a conocer, pero también presionar, pues de todas se dice que los medios de comunicación son el cuarto poder, yo no sé si en realidad sean el cuarto poder pero lo que sí se es que tienen una gran influencia, porque tampoco es la función del medio de comunicación resolver los problemas que tiene el país, pero si de pronto influenciar, presionar, conseguir beneficios para las personas y para las mujeres en particular, en términos del cumplimiento de estos derechos. Es un asunto que tiene que ver por un lado con ciertos problemas propios de la radio, problemas económicos en fin. Pero también tiene que ver con que es un proceso largo que aún hay que trabajar con la gente, con la audiencia.

Todavía en el Perú, las peruanas y los peruanos y peor aún en el caso de las mujeres, no nos sentimos sujetas de derechos, en los derechos valga la redundancia, que tenemos derecho a exigir y que se cumplan, aparte de ser lo derechos básicos, los DDHH que están reconocidos en todas partes, Perú es firmante y tiene compromisos obligatorios a nivel internacional sobre estos derechos. Entonces está obligado. Los procesos educativos son largos, tu no ves los resultados pronto. Procesos educativos que van más allá del concepto de educación, y de igual manera los procesos de cambios estructurales, no vamos imponer nada, y todo esos cambios , esos procesos educativos y los procesos de cambios culturales son los

procesos que tienen que ir internalizándose en las personas y se notará cuando ellos lo sientan como suyo, como propio, que parta de ellos mismos, pues tú no puedes imponer un cambio cultural, porque es complicado, tienes que partir de la propia cultura de la gente, pero hay también cosas de la misma gente, que con el tiempo deben ir cambiándose y modificándose. Los problemas de la emisora, obviamente más externos que internos, tiene una incidencia obvia en lo que se había ganado en un año o menos de estar al aire en términos de audiencia, de rating, de cantidad y de calidad, eso fue mellado, entonces ya no es tan fácil poder medir, a lo mejor se hubiera necesitado algo más de tiempo para que estos procesos se fueran dando e irlos midiendo y abordar más o ver en el camino también cómo funcionaba esta relación con los medios en ese sentido, que cambios se estaban produciendo, y que cosas se podrían ajustar o cambiar más, para darle mas fuerte a esta parte como te decía de generar una corriente de opinión que fuera capaz de presionar para el cumplimiento de los derechos. Algunas cositas se lograron con el Ministerio de la Mujer, cuando estaba Nancy Tolentino en la Gerencia. Lo cierto es que con esta gerencia de la mujer que funcionaba como una vicepresidencia, se lograron algunas cosas en términos de salud, en hacer cumplir las normas y disposiciones que estaban dentro de la ley, la ley contra la violencia hacia las mujeres, hacia la violencia familiar, perdón, la expedición de certificados gratuitos por parte del estado en casos de violencia, que no se cumplían, se inició entonces un trabajo, se comenzaron a ver resultados, pero como te digo, y no hubo más tiempo para seguir trabajando esto o ver como optimizar los resultados que era lo que nosotras queríamos no.

- 3. Es un poco difícil el conseguir los resultados, pero si embargo se ha conseguido bastante lo que es trabajo de campo y análisis en líneas generales, en ese sentido, las instituciones con las que ustedes trabajan les hacen algún tipo de evaluación, cómo es esto, ustedes participan de estas evaluaciones.**

Claro, te refieres a quiénes nos financian. Es la ONG española la que viene a hacernos las evaluaciones. Si es un proyecto de duración por un año generalmente

dos evaluaciones al año, al semestre y al final del proyecto. Sí ,nosotras participamos, es una evaluación participativa, no solamente nosotras como productoras de la emisora, sino también la audiencia, cómo se trabajan los focus group con audiencia para poder medir en realidad cuál ha sido el efecto o la incidencia del programa como tal. La evaluación de la primera etapa fue muy positiva, eso fue lo que dio pie a que hubiera una segunda etapa, un segundo financiamiento, y que además lo ampliaron en términos económicos. Fue muy buena, y yo creo que desde aquí se contribuyó mucho a que la emisora tuviera ese perfil que nosotras buscábamos, que fue el perfil que nos planteamos: el ser la emisora no solamente de mujeres, porque nos interesa llegar a la sociedad en su conjunto, pero si nos interesa que se la emisora identificada como la que defiende los derechos de las mujeres y así identificaba la audiencia a la emisora. No quiero decir tampoco que sólo EN CONTACTO haya sido el único, porque la emisora tiene otros programas, tiene una perspectiva de género que atraviesa toda una programación, que contribuyó mucho desde la perspectiva en que se tocaban lo hechos pero mirándolos desde el ángulo de una mirada desde las mujeres y cómo afectaban esos aspectos a las mujeres que podían ser de diversos ángulos: político, económico, en fin. Cómo afectaba a sus derechos como mujeres, como eso contribuyó.

A nosotras nos interesaba la medición en términos cuantitativos, en términos de rating, que estábamos muy bien para estar a menos de un año en el aire. Pero nos interesa tanto o más lo que es la medición cualitativa, pues tanto para medir o ver, para pulsar lo que son avances y cambios como los que yo te hablaba, cambios en un proceso educativo, cambios culturales, eso no lo puedes medir cualitativamente, esos son procesos más largos, sino que también demandan otras formas, otras metodologías y otros instrumentos que son costosos si no cuentas con los recursos necesarios. Nosotros sentimos la mella en términos de audiencia, por todos los problemas que afrontaba la emisora, asuntos internos más que externos.

4. Milenia Radio pertenece al CRF que prácticamente se maneja como una ONG. En este sentido, ¿cuál es la vinculación con las otras ONG´s de corte feminista y las otras Ongs de Derechos Humanos?

Si. Milenia pertenece a un consorcio que son cinco ONGs. Tres de Lima, dos de provincias. Hay un comité directivo radial, al interior del cual hay un directorio que lo forman las tres representantes de las instituciones de Lima, que es el Directorio de la Emisora de Milenia, que es la emisora de Lima. Y esa es la estructura con la cuál nos manejamos y nos relacionamos. Es una relación que no es muy fluida, porque las representantes de las instituciones son las directoras de las mismas, entonces ellas en realidad para más metidas en sus problemas a nivel institucional, en lo que es su trabajo en realidad, que en las propias cosas de la emisora. Ahora, eso también tiene sus ventajas porque hemos tenido bastante independencia, libertad para trabajar que es lo que necesita un medio, porque nosotros somos un medio de comunicación. Y con las demás instituciones, ONGs feministas y no sólo feministas, sino de distintas especialidades, tenemos una relación bastante continua y fluida también porque tratamos de hacer escuchar la voz y de darle crédito a la voz de la sociedad civil, que generalmente todo lo que es especialistas, estudios, en fin, investigaciones, pues lo encuentras generalmente en las ONGs, no son las únicas voces que están obviamente pero hay una relación fluida. Es curioso porque las instituciones que generalmente se dedican a DDHH, a mujeres o derechos de las mujeres o todo lo que esté relacionado a las mujeres, identifican a Milenia como la radio de las mujeres, entonces hay siempre una preocupación de qué va a pasar con la emisora, que no debe desaparecer, o sea, la sienten como suya, eso es lo curioso, porque generalmente a veces siempre hay un poco de recelo, no es mi emisora, es tu emisora, en fin, pero es curioso porque aquí es la emisora, la sienten como suya, “esa es nuestra emisora, cómo va a desaparecer” dicen.

Hay una relación desde lo que es nuestro quehacer como medio desde que necesitamos una voz especializada, una opinión, aparte de todas las voces que están siempre en Milenia, fundamentalmente la de las mujeres que siempre están en Milenia, que están allí en la audiencia.

- 5. Esta primera parte ha sido para situarnos lo que ha sido el programa y lo que es tu relación con la radio, la relación de la radio con las otras ONG's. Ahora quisiera entrar a esta segunda parte de la entrevista hablando directamente de lo que es la producción del programa, la importancia de los temas que se tocan, quién los propone, cómo se basan para armar su pauta diaria, una parte más teórica, una parte más de entablar conversación, en fin, cómo se maneja esto.**

Bueno, la planificación de los temas se hace semanalmente, que es una metodología que manejamos en la emisora, no solamente para este programa, se hace semanalmente basándote diría yo en dos cosas: uno es la coyuntura, no?, porque somos un medio de comunicación, la gente quiere estar informada, quiero saber lo que pasa en la cotidianeidad y porque efectivamente así es, lo que se trata es de vincular tu vida cotidiana con lo que va ocurriendo, cómo te afecta o cómo no te afecta o en qué medida te afectan esas cosas que van ocurriendo y que uno a veces lo ve como lejanas a uno. Entonces la coyuntura es una de las cosas, mirando como siempre desde esa mirada de mujeres, y de derechos.

El otro vértice es temas de importancia para las mujeres, temas vitales que pueden ser de la coyuntura del día pero lo que en periodismo muchas veces se llamaba equivocadamente INACTUALES, pero más que inactuales son esos temas que son de actualidad de siempre más bien, que están allí, que no tienen que ver mucho con la coyuntura en ese momento, por etapas sí, por otras no, pero son temas importantes...si tienen que ver bastante con lo que es el periodismo cívico, más vinculado también con la política de a mediano y largo plazo, entonces casi siempre estamos solo en lo coyuntural, en la política de ahorita, pero nos olvidamos que hay cosas que se tienen que ir trabajando en el tiempo y que no debemos de perderlas de vista. Entonces esas son las dos vías digamos, a partir de eso semanalmente se seleccionan y se combinan los temas.

La estructura que tiene el programa es una estructura de un programa participativo donde hay el tema eje que se va a dar, todo este es flexible, no es un cuadro fijo, o una matriz fija, que es como una camisa de fuerza, porque tu sabes que la coyuntura

de nuestro país cambia de un día para otro, entonces como medio de comunicación tu no puedes estar con una camisa de fuerza, tienes que tener flexibilidad para cambiar, variar, en fin. Y se trabajaba con dos o con un reportero y con una practicante, la idea era traer la calle a la radio, traer la cotidianeidad, llevar la radio también, porque así lo hacíamos y con eso entraba EN CONTACTO y bueno, más el nombre de la radio en lo que eran caravanas médicas que hacíamos, que se hacían cada tres meses mínimo era que se hacía una acción mayormente relacionado con la salud, en fin, Entonces hacíamos el enlace en directo con las autoridades involucradas y con los o las personas, la gente involucrada en el tema que se fuera a desarrollar, a tocar, siempre nos importaba mucho la opinión de la gente. Hacíamos estos enlaces, también se recogía información, se preparaban pequeños informes o reportajes y todo esto iba matizado con algunas producciones de promoción de alguna actividad, acción o alguna idea por decirlo así que quisiéramos proporcionar, alguna campaña que se estuviera en el momentos, entonces se producían cuñas, spots, tips, entonces todo esto iba matizando el programa

(tu participabas directamente en la realización de los spots o cuñas u otro elemento).

Sí de alguna manera sí, osea, ya la parte de la realización misma, de la grabación de esos materiales las hacían otras personas no?, es decir, por ejemplo Elsa, siempre es la que se ha encargado de lo que ha sido grabación y edición de los materiales que nosotras producíamos, pero si había una coordinación de qué era lo que uno quería. En el caso de los informes o reportajes, lo preparaban los reporteros, coordinábamos obviamente. Y luego había un pequeño cuadrado diario con lo que ya se había planificado en la semana, y eso era la guía, para que vayan en la semana al recojo de la información, o buscar los contactos, las fuentes en fin.

Esa era la mecánica de trabajo, y bueno, participativo porque también se habría el teléfono en algunos casos para obtener la opinión de la gente sobre algunos hechos y en algunos momentos, porque dentro de las cosas que vendría ser lo que es un tercer eje, una tercera vía que es de donde nos nutrimos es el trabajo, los hechos importantes para las mujeres en términos de derechos, día de la mujer del 8 de marzo, el día por la acción de la salud mundial de las mujeres que es día mundial el

28 de mayo, 25 de Noviembre día de la no violencia, otras fechas, como el día de la madre por ejemplo, el día de los consumidores, entonces hay unas fechas que también nos va marcando el calendario. Y ese era la forma como se trabajaba en el grupo, una cosa que creo que tiene Milenia Radio es que siempre había una reunión semanal donde todos estábamos, todos compartíamos, todos proponíamos, criticábamos también, y eso es bueno, porque eso le daba una coherencia a la radio sin que todo estuviera repitiendo en cada programa, pero tú sentías una radio coherente, que había un enlace, una relación entre un espacio y otro, inclusive hasta en los espacios lúdicos, porque en ese entonces se trabajaba mucho lo que era el concurso, que es un espacio lúdico, que daba una forma lúdica de hacer que la gente opinara sobre algunos temas, sobre algunas cosas, entonces eso también se trabajaba.

Creo que eso era muy beneficioso, pues aparte de tener la reunión semanal, en equipo, que yo tenía con el equipo de productores, que era el equipo de SABOR A TI pero con algunos trabajábamos más lo que era EN CONTACTO, en algunas cosas apoyaba Consuelo también, pero Consuelo hacía otras cosas también para la revista, cuando EN CONTACTO estaba dentro de la revista, y bueno, viendo todo eso se compartía, era una cosa en común, que teníamos de toda la producción de todo el staff, creo que era una metodología muy buena.

- 6. He revisado algunos de estos temas que se han realizado en este año, y me ha llamado bastante la atención en el caso del primer mes que es un tema específico, por decir, las caras de la violencia, pero si bien como tu dices a veces puede ser repetitivo tocar un mismo tema, me ha parecido interesante la forma cómo ustedes lo han ido desarrollando pues en sí el tema es muy grande, y bueno, quiero saber si esto también se desarrolla en otros temas que ustedes proponen cierto?**

Claro, aquí ya estás entrando directamente a EN CONTACTO, claro, es un espacio centrado a lo que son derechos y específicamente derechos de las mujeres. Hay un

tema eje claro, por ejemplo el que tú has mencionado, violencia, pero también podría ser... ahora, la violencia es un eje que siempre está, que siempre va a estar. Pero eso no quiere decir que todos los días se habla de violencia, algún día en la semana hablas de violencia, de preferencia hay un día, que son los miércoles, pero si la coyuntura cambia, lo que tratamos de ver es si eso está vinculado con violencia o no lo está, entonces tienes esa flexibilidad para mover. Como tú decías, los temas son muy amplios, por ejemplo nomás la ley contra la violencia familiar es ENORME, tiene muchos puntos, tiene muchos aspectos, entonces necesitas de tener una continuidad, porque si bien es cierto se dice que quien no está en los medios no existe, o sea el hecho de que tu tengas los temas, los pongas en la agenda de tu medio son los temas que estas compartiendo y existen, pero también nosotras optamos más por una forma de trabajo que trasciende mas allá de todo lo que es la noticia diaria, porque te quedas allí y al día siguiente a otra cosa mariposa como se dice y chao, no. Allí tiene que ver una continuidad porque si nosotras queremos contribuir como medio de cambio para mejora en las personas eso tiene que ser una cosa continua, no puede ser flor de un día. Como tú bien dices, violencia es un tema eje y que por lo menos una vez a la semana se toca, y si está ligada con la coyuntura, mejor todavía. Así hay otros temas o asuntos, como por ejemplo salud sexual y reproductiva que también tiene varios ejes, todo lo que es planificación familiar, todo lo que es derecho a la información y a los métodos, derecho a la decisión sobre tu cuerpo, al goce y al placer y nuestra coyuntura es muy rica en esa realidad, toda esa etapa en que estuvo Carbone de Ministro de Salud, ha sido una etapa en que hemos tenido que estar tocando esto, porque eliminaba cosas, se eliminaban decretos, normas que favorecían a las mujeres, entonces uno va a los hospitales a recoger quejas de que no habían métodos anticonceptivos, o de que no se daba la información completa, me entiendes?. Entonces no es lo único, igual con lo que es los derechos de los consumidores.

Como nuestro eje son los derechos ciudadanos, entonces, todo lo que afecte los derechos y generalmente cuando se nos está impidiendo algo como personas, generalmente se está violando nuestro derechos en general, y mucha más cuando se violan normas y leyes, que es de alguna manera donde están plasmados y

legalizados, entonces cuando éstas no se cumplen, cuando éstas se transgreden, se están violando nuestros derechos, entonces allí material en nuestra realidad, de echo que sobra...y como te decía, pues esos temas se combinan con cosas que te está mandando la coyuntura también, que te lo comentaba al principio. Esos ejes cada mes se combinan de acuerdo a la coyuntura de las fechas, eso se programaba. Nosotros en realidad trabajábamos una programación semestral, tomando en cuenta fechas, acontecimientos, y todo lo que tu trabajo diario te va dando.



BIBLIOGRAFÍA

ACSELRAD, HENRI. Comunicación y ciudadanía : Los medios, nuevas plazas para la democracia. Lima : Calandria, 1995. 230 páginas.

AGENDA SETTING EN LA RADIO. Artículo desarrollado en la página de la Universidad Mayor de San Marcos, facultad de Letras y ciencias Humanas en: <http://www.unmsm.edu.pe/letras/comunicacion/revista/investigacion.htm>

ALEGRÍA, ALONSO. OAX Crónica de la radio en el Perú (1925 – 1990). Radioprogramas Editores. Segunda Edición. Lima, Perú. 1993. 294 páginas

ALFARO, MARÍA CECILIA. “Develando el Género: Elementos conceptuales básicos para entender la equidad” Unión Mundial para la Naturaleza. Serie Hacia la Equidad. San José, Costa Rica. Febrero, 1999. 38 páginas.

ALFARO, ROSA MARÍA. Descifrando paradojas ciudadanas: Una mirada cultural a la política. En: Los Medios, Nuevas Plazas para la Democracia. ACS Calandria. Primera Edición. Julio 1995. 230 páginas.

ALFARO, ROSA MARÍA. La radio ciudadana del Futuro. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima, 1999.150 páginas.

ALFARO ROSA MARÍA Y MACASSI SANDRO. Mujer y Radio Urbana. Emisión y Recepción de Programas Radiales del Colectivo Radial Feminista en Lima. Octubre de 1993. 250 páginas.

ALFARO ROSA MARÍA Y PINILLA, HELENA. Mujeres en los Medios. ¿Presencia o Protagonismo?. Asociación de Comunicadores Sociales Calandria. Lima, 1997. 100 páginas.

ALFARO, ROSA MARÍA Y OTROS. “Culturas de masas y cultura popular en la Radio Peruana” Asociación de Comunicadores sociales Calandria. (ACS).Tarea. Lima, 1990. 238 páginas.

ALFARO, ROSA MARÍA. Modelos Radiales y Procesos de Popularización en la radio Limeña. En *Contratexto*. Revista de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima. Número 1. 1985.

ALFARO, ROSA MARÍA. Pugna por la Hegemonía Cultural en la Radio Peruana En: *Diálogos de la Comunicación*. Número. 18, Octubre 1987.

ALGUNOS CONCEPTOS FEMINISTAS. En la siguiente dirección electrónica: http://alainet.org/mujeres/show_textmui_es.php3?key-1030

ALSINA, MIGUEL RODRIGO. Teoría de la Comunicación – Ámbitos, métodos y perspectivas. Universidad Autónoma de Barcelona. Aldea Global 11. Serie de Publicaciones 2001. 235 páginas.

ANDREÚ ABELA, JAIME. Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. En <http://www.fundacion-centra.org/pdfs/S200103.PDF>, página de Internet donde se encuentra un texto amplio de 30 hojas sobre las técnicas de investigación más utilizadas en el medio.

ARMAND BALSEBRE El Lenguaje Radiofónico, en <http://perio.unip.edu.pe.ar/paginaderadio/linkprincipal/bibliografia/armandbalsebre.doc>.

ARHEIM, RUDOLF. Estética Radiofónica, Gustavo Gil Editores. Barcelona, 1980. En: Balsebre, Armand. El lenguaje Radiofónico. Madrid: Cátedra 1994. Serie Signo e Imagen. 250 páginas

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA. La Pizarra, Revista de Comunicación Práctica. Una Publicación de Calandria. Año 8, Número 35. Setiembre 2000.

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA. Palabra de Mujer!. La experiencia de ser promotora popular de comunicación”. Documento de trabajo y análisis desarrollado bajo la dirección de Rosa María Alfaro. Experiencia realizada por dirigentes de comedores populares y de salud de los distritos de San Juan de Lurigancho, Ate-Vitarte, Cercado de Lima, Independencia, San Martín de Porras, San Juan de Miraflores y Villa María del Triunfo. Junio de 1987.

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA.
Estudio de opinión pública Descifrando enigmas : responsabilidades privadas
y públicas del varón y la mujer. Lima Calandria, 1997. 39 páginas.

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA.
Sondeos de Opinión. Modernidades Discursivas e Inequidades de Género.
Lima, 1997. 25 páginas.

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA. Página
web en: www.caland.org.pe

BALSEBRE, ARMAND. El Lenguaje Radiofónico. Serie Signo e Imagen:
35. Madrid: Cátedra,1994. 250 páginas.

BARRIG, MARUJA. Al rescate de la Utopía. Ediciones Flora Tristán. Lima,
Agosto 2000. 240 páginas

BARRIG, MARUJA. Otras pieles: Género, Historia y Cultura. Pontificia
Universidad Católica del Perú. Lima,1995.160 páginas.

BURCH, SALLY. Comunicación de Género. Artículo publicado en el
Servicio Informativo ALAI 248-249.
En http://alainet.org/active/show_text.php3?key=408

BUTLER, JUDITH. “El Género en Disputa. El Feminismo y la Subversión
de la Identidad. Paidós Género y Sociedad. Primera Edición 2001. 195
páginas.

CARLESSI, CAROLINA. Feminismo: Una Cuestión de poder. Movimiento
Manuela Ramos. Serie de artículos publicados. Lima, Perú. 1995. 180
páginas.

CENTRO DE LA MUJER PERUANA FLORA TRISTÁN
<http://www.flora.org.pe>

COLECTIVO RADIAL FEMINISTA. Proyecto Comunicación Radial CRF. Período comprendido entre NOVIEMBRE 2001- MAYO 2002. Documento de trabajo.

COLECTIVO RADIAL FEMINISTA. Proyecto de Radiocomunicación en el Perú.

Organización solicitante: Mujeres y Desarrollo K.U.L.U. Título del Proyecto: Radio Femenina. Lugar del proyecto: Lima. Perú. 1994

COLECTIVO RADIAL FEMINISTA Borradores para indicadores Peruanos en Comunicación y Mujer. Mimeógrafo.

COLECTIVO RADIAL FEMINISTA. Convenio de Cooperación entre el Colectivo Radial Feminista, Perú y Kvidernes U-landaudvaig, Dinamarca relativo al Proyecto de Comunicación Radial en el Perú. Octubre de 1994- Junio 1997.

COLECTIVO RADIAL FEMINISTA. Proyecto Comunicación Radial Feminista. Período Julio 1994 - Junio 1997.

COLECTIVO RADIAL FEMINISTA. Conferencia de la Mujer Celebrada en Beijing, China, en Setiembre de 1995. En: "Mujer y Comunicación: Acuerdos para un cambio necesario" Resultados de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer. 1996. Documento realizado por el Colectivo Radial Feminista, sin numeración de página.

COMISIÓN INTERAMERICANA DE MUJERES. Informe del seminario interamericano sobre medios de comunicación y su influencia en la imagen de la mujer OEA. Año 1996.

CHION, MICHEL. La Audiovisión: Introducción al análisis en conjunto de la imagen y el sonido.. Serie Paidós Comunicación Número 53. Barcelona: Paidós. 1993. 206 páginas.

DE MIGUEL ANA. Feminismos de la Diferencia y Ultimas Tendencias. Feminismos a través de la Historia Capítulo IV . Creatividad Feminista. En <http://www.nodo50.org/mujeresred/historia-feminismo4.html>

DICCIONARIO ENCICLOPÉDICO CIENTÍFICO ABREVIADO LA FUENTE. Editorial Ramón SOPENA. España, 1995. Primera Edición. 1430 hojas.

EDWARD Y CHARLES: 1993. En: Mercedes Charles Creel. "Las Mujeres en la investigación de la Comunicación en América Latina". Mimeo desarrollado en el Colectivo Radial Feminista. 1994.

GALINDO CÁCERES, LUIS JESÚS Métodos Cualitativos de Investigación. Biblioteca Veracruzana. México, 1997. 180 páginas.

GALINDO, J. (COORDINADOR). Técnicas de investigación en Sociedad, cultura y comunicación. Pearson/ Adison Wesley Longman. México:1998. 250 páginas.

GALLAGHER, MARGARET. Unequal opportunities : the case of women and the media. Paris: UNESCO, 1981. 221 páginas.

GARGUREVICH, JUAN. La Peruvian Broadcasting Co. Historia de la Radio I. Cuadernos La Voz – Ediciones. Serie: Comunicación. Lima: Setiembre de 1995. 110 páginas.

GARGUREVICH, JUAN. Prensa, Radio, TV: Historia Crítica. Editorial Horizonte. Lima – Perú. Marzo 1987. 320 páginas.

GOGIN SIAS, GINA. Presencia religiosa en las radios limeñas. Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial. Primera Edición. Lima,1997. 260 páginas.

GUÍA EUROPEA DE PERSPECTIVA DE GÉNERO. Carrefour Europeo. En Mujeres en Red <http://www.nodo50.org/mujeres/red>. Página vinculada directamente con los estudios de género y sus diferentes variables y acepciones.

GUÍA EUROPA PERSPECTIVA DE GÉNERO. Carrefour Europeo. Página que enlaza conceptos relacionados a Género. <http://nodo50.org/mujeresred/peru.htm>.

HENRÍQUEZ, NARDA. Mujeres, violencia y derechos humanos. Madrid: IEPALA. Calandria, 1991. 187 páginas. Autor personal: Alfaro, Rosa María

HENRÍQUEZ NARDA Y BARRIG MARUJA. Al rescate de la Utopía. Ediciones Flora Tristán. Agosto 2000. 240 páginas.

HURTADO OVIEDO, VÍCTOR El periodismo de opinión. Lima : Mas Comunicación, [s.a] 45 páginas.

INSTITUTO DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA. Representación de género en los informativos de radio y televisión. Realizado por RTVE Grupo de España, , en el año 2001. Esta Investigación fue apoyada por el Instituto de la Mujer y el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, y fue presentada en el Seminario “Tratamiento Informativo de las Mujeres en los medios informativos de Comunicación”, realizado del 24 al 26 de Junio del 2003 en Cartagena de Indias, Colombia.

JENSEN, KLAUS BRUHN Y JANSKOWSKI, N.W. Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Barcelona. 1991. 180 páginas.

KAPLÚN, MARIO. Producción de programas de radio: el guión, la realización. CIESPAL, 1976. 460 páginas.

KARL, MARILEE. Las mujeres y el nuevo orden Informativo y de Comunicación: Una Crítica Feminista. ISIS. Boletín Internacional Mujeres y Medios de Comunicación. Número 4, 1979.

LAMAS, MARTHA. “La Perspectiva de Género”. Artículo publicado en la Enciclopedia Wikipendia de Internet.
En: <http://es.wikipedia.org/wiki/Feminismo>.

LA MUJER Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. IV Conferencia Mundial de la mujer. En:
<http://www.un.org/spanish/conferences/Beijing/fs10.htm>

LEÓN, IRENE. Ciudadanas para una Nueva Era. Más información en la siguiente dirección:

http://alainet.org/mujeres/show_textmuj_es.php3?key=748

LUNA, LOLA G. La Historia Feminista del Género y la Cuestión del Sujeto. En Creatividad Feminista:

http://www.creatividadfeminista.org/articulos/fem_2003_lolaluna.htm. Más información en: http://alainet.org/active/show_text.php3?key=748

MARTÍN BARBERO, JESÚS. “De los medios a las mediaciones”. Ediciones Gustavo Gili. Quinta Edición. Santa Fe de Bogotá, Noviembre de 1998. 352 páginas.

MARTÍN BARBERO, JESÚS. De los medios a las Mediaciones. Ediciones Gustavo Gili. SA. Convenio Andrés Bello. Quinta Edición. Santa Fe de Bogotá. Colombia, Noviembre de 1998. 352 páginas.

MARTÍN BARBERO, JESÚS Y SOFÍA MUÑOZ (Coordinadores). Televisión y Melodrama. Ediciones Gustavo Gili. Colombia, 1996. 300 páginas.

MATA, MARÍA CRISTINA Y SCARAFIA, SILVIA. “Lo que dicen las radios: una propuesta para analizar el discurso radiofónico.” Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). Quito, 1993.

MATA, MARÍA CRISTINA. “La radio, una relación comunicativa”. En Diálogos de la Comunicación” N°35. Revista de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Lima, marzo 1993

MCDOWELL, LINDA. Género, Identidad y Lugar. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia. Feminismos. España, 2000. 400 páginas.

MCQUAIL , DENIS. Introducción a la teoría de Comunicación de masas. Ediciones Paidós: México, Buenos Aires, Barcelona. México, 1996. 455 páginas.

MCQUAIL , DENIS. Modelos para el Estudio de la Comunicación Colectiva. EUNSA. Tercera Edición. Pamplona. España, 1997. 250 páginas.

MILLARES CASTELLARES, ANA MARÍA. Voces Ciudadanas. Una idea de Periodismo Público. Grupo de Investigación en Comunicación Urbana. Universidad Pontificia Bolivariana. Primera Edición. Medellín. Colombia, 2000. 245 páginas.

MINISTERIO DE SALUD. Informaciones necesarias sobre la problemática de salud. En: <http://www.minsa.gob.pe>

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES. Información recogida en la página web de dicha institución. En: <http://www.mtc.gob.pe>

MUÑOZ, JOSÉ JAVIER Y GIL COVARRUBIA, CESAR. “La Radio: teoría y práctica” Instituto Oficial de Radiotelevisión española (IORTV). Segunda Edición. Madrid, España. 1997. 267 páginas

ORGANIZACIONES DE GÉNERO Y MUJER. Listado sobre organizaciones integradas por mujeres. En: <http://www.mujerlider.com.ar/enlaces/linksgro.html>

ONG MANUELA RAMOS. <http://www.manuela.org.pe>

PALABRAS PARA LA IGUALDAD. <http://www.fao.org/DOCREP/x0220s/x0220s01.htm>. Página de Internet en la cuál se puede encontrar diversos significados en conceptos claves para el Feminismo y todo lo referido a Enfoque de Género.

PALABRAS PARA LA IGUALDAD. Biblioteca Básica Vecinal En <http://nodo50.org/mujeresred/peru.htm>

PORTUGAL BERNEDO, FRANZ “La Agenda Política en La Radio. Un Estudio de los Noticieros y Programas Políticos de las Radios de Lima”. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, 2000. 40 páginas.

RED RADIOFÓNICA DE MUJERES

ILET. Unidad de Comunicación Alternativa de la Mujer

SALTZMAN, JANET. Equidad y Género: Una Teoría integrada. Primera Edición. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia. Instituto de la Mujer. España, 1992. 319 páginas.

SCOTT, JOAN. Gender and the Politics of History. 1988. En: McDowell, Linda. Género, Identidad y Lugar. Ediciones Cátedra, Universidad de Valencia. Feminismos. España, 2000. 400 páginas

TUBAU, IVÁN. Periodismo oral : hablar y escribir para radio y televisión. Año 1995. 180 páginas.

VARGAS VALIENTE, VIRGINIA Cómo Cambiar el Mundo sin perdernos. El Movimiento de Mujeres en el Perú y América Latina. Ediciones Flora Tristán. Lima, 1992. 133 páginas.

VARGAS VALIENTE, VIRGINIA. Las mujeres en Movimiento. Lima-Perú. En GÓMEZ, ROSARIO Y WEINBERGER, KAREN: Problemática de la Mujer Peruana en el campo Laboral. Universidad del Pacífico. Primera Edición. Lima, Febrero 1992. 200 páginas

VILLAVICENCIO, MARITZA. Raíces del Movimiento de Mujeres del Perú. Mimeo desarrollado en el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán. Lima, 1987.

VOCABULARIO REFERIDO A GÉNERO.

<http://www.fao.org/DOCREP/x0220s/x0220s01.htm>. Página de Internet en la cuál se puede encontrar diversos significados en conceptos claves para el Feminismo y todo lo referido a Enfoque de Género.

VOCABLOS PALABRAS Y CONCEPTOS CLAVES. En Mujeres en Red <http://www.mujeresred.com>. Página de Movimientos de Mujeres que se encargan de difundir noticias, historia, conceptos claves, bibliografía y otro acerca del Feminismo y su vinculación con los medios, con diferentes disciplinas de estudio, entre otros.

Más información en http://www.cip.cu/webcip/eventos/serv_espec/comunic-mujer/antecedentes/iii_decl-enc.html#arriba

<http://iris.cnice.mecd.es/media/radio/bloque1/pag2.html>

WOLTON DOMINIQUE. Sobre la Comunicación: Una reflexión sobre sus luces y sombras. Acento Editorial. España, 1999. 400 páginas.

ZEGARRA ,MARGARITA. Mujeres y Género en la historia del Perú. Centro de Documentación de la Mujer. CENDOC - Mujer. Primera Edición. Lima, Noviembre 1999. 488 páginas.

ZEVALLOS MERCEDES. Investigación de Audiencia: Programa Radial Warmikuna Rimanchis (Cusco). Responsable del Proyecto: Centro Amauta de Estudios y Promoción de la Mujer. Diciembre de 1993. 100 páginas.

