



Proyecto radiofónico para la educación sexual y afectiva de las mujeres: “Clitorianas”

CONSTANZA DEL ROSARIO

constanzadelrosario@gmail.com

MÁSTER UNIVERSITARIO EN RELACIONES DE GÉNERO
UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Resumen: En este breve artículo se exploran los fundamentos históricos y teóricos para el desarrollo de un programa radiofónico feminista. Se describe sucintamente el diseño de aquél, que ha sido pensado desde una perspectiva de género y orientado a la educación sexual y afectiva de los géneros.

Palabras Claves: Radio, Género, Afectividad, Sexualidad, Educación, Igualdad, Medios de comunicación, Feminismo, Derechos sexuales y Reproductivos.

Radio project for sexual and affective education of women: Clitorians

Abstract: This article exposes theoretical and historical arguments which back the need of the development of a feminist radio program for the sexual and affective education of the genders. This article also describes the design of it, planned under a gender perspective.

Keywords: Radio, Gender, Affectivity, Sexuality, Education, Equality, Mass media, Feminism, Sexual and reproductive rights.

Proyecto radiofónico para la educación sexual y afectiva de las mujeres: “Clitorianas”



Constanza
del Rosario

Introducción

Apuntes sobre feminismo y medios de comunicación

Los años 60 se caracterizaron por la fuerza que cobraron los movimientos sociales destacando entre ellos el movimiento feminista, el cual, a través de sus discursos, reivindicaciones y acciones -con respecto a los géneros y la sexualidad- desafió y revolucionó la espíteme tradicional patriarcal. Ello, al proponer nuevos marcos de interpretación, de referencia y de significado de las identidades genéricas y de la vivencia sexual.

Un importante ejemplo dentro de las fuerzas feministas fue el movimiento de liberación de las mujeres (MLM) que hizo de *lo personal algo colectivo*, bajo el emblema de “lo personal es político”, llamando a las mujeres a una toma de conciencia y a un cambio en lo que hacían en y con sus vidas. Cuestionando de paso a un buen número de discursos ocultos que fomentaban la pérdida de libertad, así como la dependencia y la subyugación de las mujeres. Mensajes clandestinos difundidos, entre otros, por los medios de comunicación a través de las *revistas del corazón* y las *guías para la buena ama de casa*.

Como respuesta a esta educación sexual y afectiva que venían realizando distintas instancias socializadoras, hacia finales de los 60`s se publican en EE UU importantes obras feministas como “La mística de la feminidad” de Betty Fridan, “El segundo sexo” de Simone de Beauvoir y “La mujer eunuco” de

Germain Greer; literatura que incentivó la inauguración de un proceso de *concienciación de las mujeres que inició la dinámica de convertir la palabra en acción y la acción en palabra* -lo cual fue, sin duda, una de las aportaciones más significativas del nuevo feminismo¹.

Los medios de comunicación fueron fundamentales para la difusión y la lucha del *feminismo de la segunda ola*, ya que las feministas no se limitaron exclusivamente a criticar a los medios de comunicación, sino que hicieron uso de aquellos a favor de su causa. Por lo que, *ya en los años 70, comenzó a desarrollarse la comunicación alternativa (periódicos, revistas y programas de radio alternativos de las mujeres), de mano del movimiento feminista*², ya que las feministas fueron capaces de reconocer que los medios de comunicación eran una instancia importantísima a la hora de generar cambios culturales, sociales e individuales, al permitirles insertar sus ideas en el debate público, fundar nuevos paradigmas, miradas, valores y actitudes frente a las problemáticas de los géneros y la sexualidad. Así como también, servirse de aquellos como un canal fundamental para establecer relaciones de apoyo, de compañerismo y de solidaridad entre las mujeres, lo que ayudó a muchas a *romper con el aislamiento en el que se encontraban y sustraerse así, a la sensación culpabilizadora y de rareza que sentían por no estar conformes con lo que la mayoría de la sociedad aceptaba*³.

Durante las décadas del 60'-70', el trabajo conjunto de muchas mujeres por la liberación femenina fue difundido y potenciado por el uso de diversos canales de comunicación, dando paso a importantes efectos sociopolíticos, psicológicos y culturales tales como:

- 1) La denunciada y visibilización, por primera vez en la historia, de la opresión doméstica y la violencia de género.
- 2) La movilización de varias amas de casa y de otras muchas féminas a las filas feministas.

¹ HERVÁS MORENO, MACU (2006). "El Techo de Cristal" Zaragoza: Gobierno de Aragón (pág. 33).

² INESTRAW (2009). "La mujer y los medios de difusión: nuevos retos. Beijing a los 10 años: de la política a la práctica". República Dominicana: Publicaciones INESTRAW (pág. 10).

³ HERVÁS MORENO, MACU. Op cit., pág. 33.

- 3) Importantes transformaciones de la vida privada.
- 4) Se fomentó la autonomía sexual femenina y el control del propio cuerpo.
- 5) Se promovió toda una nueva imagen de mujer: liberada en su manera de vestir, de pensar, de actuar y de ser.

Sin embargo, no todo fue "miel sobre hojuelas" ya que la incursión crítica y transformadora del feminismo de los años 60's-70's con el tiempo se vio enfrentada a una fuerte contra respuesta del sistema patriarcal que rechazó las acciones de las feministas y que terminó por expulsarlas de los medios de comunicación. Excluidas de los *mass media*, a principios de la década de los 80's, éstas optaron por crear sus propios espacios y materiales de difusión ideológicos –publicaciones, folletos, periódicos, programas de radio, congresos, espacios de encuentro y reflexión, etc.– pero con la particularidad de que esta vez sus discursos no llegaban ni circulaban en la amplia gama social, ya que aquellas habían decidido marginarse. Dando la impresión que el movimiento feminista estaba ausente cuando lo cierto es que no habían desaparecido sino que habían optado por crear su propio *getto*.

No obstante, durante estos años de aislamiento destacaron en Latinoamérica algunos buenos ejemplos de continuidad en el trabajo de las mujeres en los medios de comunicación como son el caso de Fempress⁴, CIMAC⁵ y RED-ADA⁶. A destacar de aquellas es RED-ADA ya que es una iniciativa comunicacional

⁴ Fempress fue creada en 1981 en México, por dos chilenas exiliadas: Adriana Santa Cruz y Viviana Erazo. Fempress, fue concebida como una unidad de comunicación alternativa de prensa y **radio** con el fin de visibilizar la problemática femenina latinoamericana y contribuir a una mayor equidad entre hombres y mujeres.

⁵ CIMAC es una institución multimedia que surge en México a fines de los 80's –en 1988– que busca promover en los medios de comunicación un nuevo punto de vista sobre la condición de las mujeres en el mundo bajo los principios de equidad, justicia social y democracia. Además de su rol informativo –en formato escrito y radiofónico– CIMAC se ha caracterizado por realizar talleres y seminarios de sensibilización de género para periodistas, organizaciones e instituciones de mujeres.

⁶ REDADA fue fundada en Bolivia en 1994; caracterizada por trabajar mensajes comunicacionales radiofónicos para la defensa de los derechos de las mujeres y los pueblos indígenas, con el fin de construir una sociedad participativa, intercultural y democrática.

que surge en la década de los 90's, época que se caracterizó por el crecimiento, desarrollo y globalización de los medios de comunicación, la llegada de internet, una mayor incorporación de las mujeres en los medios, así como la realización –en 1995– de la *Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer en Beijín*, que hizo del tema de las mujeres y los medios de comunicación una de sus áreas prioritarias de intervención e incentivó a las feministas para que fueran “saliendo de sus madrigueras” y se emplazaran al interior de diversos medios de comunicación con el objetivo de romper con la lógica de la mujer objeto de los medios y para comenzar a tratarla como sujeto activo de la comunicación.

Así, conscientes de que los medios de comunicación hace décadas habían dejado el lugar instrumental que ocuparon alguna vez para ser parte estructurante de la cultura y por ende, de las identidades, las subjetividades y las relaciones que se despliegan al interior de ésta; muchas agrupaciones de feministas fueron paulatinamente apropiándose de los medios de difusión y de las TICs para *dar voz a sus visiones y sus reivindicaciones en la esfera pública, –utilizando– el enorme potencial de las tecnologías de la información y comunicación como herramientas para el cambio social*⁷. Bajo las premisas de que *los medios circulan los sentidos que construyen lo real y como tales imponen visiones unificadoras de la experiencia social*⁸. Lo que hace de los medios de comunicación una clave fundamental para la evolución del mundo hacia la igualdad de género, en la medida que éstos son susceptibles de ser utilizados para educar a la ciudadanía, transformar las mentalidades y dar pie a positivos cambios conductuales –tanto de los hombres como de las mujeres– hacia la igualdad.

Todo este recorrido histórico justifica el hecho de que hoy en día, en pleno 2010, se pueda apreciar una importante rama del activismo feminista que hace de las prácticas comunicativas-informativas una poderosa herramienta de intervención social. Un activismo feminista *new age* que a mi juicio recuerda al de los años setenta, pero que se diferencia de éste en razón a las posibilidades que ofrecen las TICs en términos de pluralidad,

⁷ INESTRAW. *Op cit*, pág. 2.

⁸ En Radio Escuela <http://www.radioescuela.info/formacion>.

diversidad, virtualidad, globalización, conectividad, economía, protesta y autogestión. Condiciones que, sin lugar a dudas, han facilitado que la revolución feminista no sea una realidad exclusiva del primer mundo, sino que se extienda y desarrolle con fuerza en otros lugares del globo terráqueo, tales como Latinoamérica; proliferando en diversos lugares de Hispanoamérica los ejemplos de prácticas feministas en los medios de comunicación, tales como los programas: *Enfoques* (en Argentina), *Collar de Perlas*, *Humanas.cl*, *Objetivo Zoom* (en Chile), *Voces de Mujeres* (en Guatemala) y *Voces de Mujeres* (en México).

Justificación

El por qué de un proyecto radiofónico para la educación sexual y afectiva de las mujeres

Tras dos años de discusiones, reflexiones y aprendizajes en el Máster de Relaciones de Género de la Universidad de Zaragoza, he llegado a la convicción de que es absolutamente necesario que las feministas dejemos de hablar y pensar para unas pocas y nos volquemos a esas muchas que, como nosotras, son oprimidas a diario por el patriarcado en su vida emocional, sexual y relacional, pero que a diferencia de quienes estamos algo más concienciadas de las causas y efectos de ese sistema dominador, viven en la ignorancia, agobiadas por un silencioso malestar que no saben cómo comprenderlo ni cómo vivirlo, ni cómo expresarlo. Razón por la cual, un proyecto radiofónico para la educación sexual y afectiva de las mujeres como *Clitorianas* representa un intento por acercar el discurso feminista a muchas mujeres y hombres para que tomen conciencia de la necesidad de hacer del discurso igualitario de género una práctica diaria en su propia vida, para así contribuir "con un granito de arena" a la ardua y larga lucha por la igualdad en Chile. Haciendo uso de la radio para trasladar el discurso y la experiencia personal a la acción política y al cambio social, tal y como en los años 70's lo hicieron muchas mujeres que bajo el *slogan* de "lo personal es político".

Elegir la radio como herramienta feminista de acción y cambio social responde a múltiples razones entre las cuales se

encuentran el hecho de que en Chile la población femenina tiende a hacer un mayor uso diario de la radio y por un tiempo más prolongado que los hombres⁹. Además, históricamente la radio, y en particular las radios comunitarias, han ofrecido un espacio para las voces marginadas de las mujeres y de las feministas, ya que la radio –a diferencia de otros medios de comunicación– ha demostrado una clara disposición a colaborar en la tarea de visibilizar los diferentes procesos biopsicosociales y culturales que afectan a las mujeres, dando cuenta de sus problemáticas, intereses, necesidades, visiones, deseos, sentimientos, preocupaciones, etc. Por lo que, la radio –siempre y cuando cuente en su programación con una perspectiva de género– puede ayudar a enriquecer y transformar a los medios de comunicación, la sociedad y al mundo con otras miradas y discursos que por siglos han sido ignorados y devaluados.

Por otra parte, la radio ha demostrado que puede ofrecer apoyo, información y alternativas que propicien el desarrollo de las mujeres y el empoderamiento femenino, ello ya que la radio es un medio de comunicación que puede servir para acabar con la imagen negativa y estereotipada de la mujer que usualmente son transmitidas por estos medios masivos. Todo lo cual, a mi juicio, hace de la radio un medio de comunicación alternativo que como ningún otro puede contribuir a generar cambios de actitudes hacia una sociedad más justa, igualitaria y equitativa entre los géneros, ya que, si bien es cierto que los medios no pueden obligarnos a pensar de un determinado modo, al menos si pueden proponernos temas en torno a los cuales reflexionar, como por ejemplo, sobre las inequidades y las alternativas respecto a la educación sexual, afectiva y relacional de los géneros, tópicos que hasta el momento han sido tratados desde un prisma meramente androcéntrico y patriarcal.

Y como si todo lo dicho no fuese suficiente para justificar el materializar *Clitorianas* en un formato radiofónico, he de agregar que la radio a lo largo de los siglos se ha ganado el reconocimiento social de ser un medio creíble, que otorga certezas a la audiencia y que tiene la particularidad de fundar su relación con

⁹ Según una encuesta realizada en 2007 por la Asociación de Radio Defusores de Chile (ARCHI) las mujeres escuchan un promedio de 5 horas diarias de radio durante la semana y de un 4,6 el fin de semana.

los y las radioescuchas desde un plano afectivo, además de racional. Lo que hace que la audiencia se sienta relacionada con los contenidos que ahí se transmiten de un modo más íntimo y personal, de manera que quien escucha se abre a los contenidos difundidos desde la confianza y la intimidad de quien mantiene un diálogo con un/a buen/a amigo/a o consejero/a. Estableciéndose una relación de cercanía pero a la vez distancia entre conductora y auditorio lo que hace de la radio un medio adecuado para tocar temas de la vida privada, tales como la sexualidad, la afectividad y la vida relacional de las personas. Ello, a su vez, se ve favorecido por el hecho de que es posible trabajar con un constante feedback de las auditoras por medios de teléfonos, chat y email, para enriquecer los contenidos y reflexiones del programa, dar espacio a sus voces, cuestionamientos y reflexiones, y así entre todas construir un discurso femenino potente, de incidencia política, epistemológica y psicosocial, capaces de transformarnos a nosotras/os mismas/os, a la comunidad y a la realidad, que somos y hemos sido construidas/os a partir del lenguaje.

En conclusión, la radio, en tanto instancia privilegiada para la socialización, la educación y el encuentro con la subjetividad de las jóvenes chilenas de hoy es, sin lugar a dudas, el espacio más adecuado para entablar ese necesario diálogo, cuestionamiento y reflexión sociocultural de los géneros, de su vida afectiva y sexual, que permita dar pie a nuevas visiones y significaciones y que amplíen las viejas conceptualizaciones y estereotipos de género.

Objetivos, premisas y desafíos

1) Los objetivos: hacer uso de la radio para...

- 1) Reflexionar en torno a las problemáticas de nuestra vida afectiva y sexual con el fin de fomentar la autonomía y control personal de éstas, así como reivindicar nuestro derecho al placer.
- 2) Cuestionar lo considerado como "natural" y "normal" por la tradición sociocultural con respecto a la identidad femenina, su afectividad y sexualidad.

- 3) Visibilizar lo invisible, en particular, dar cuenta como se ha inculcado la dependencia y subordinación emocional y sexual a la pareja y cómo, la estructura social androcéntrica se ha encargado de infravalorar los roles “femeninos” en la pareja.
- 4) Fomentar que las mujeres se abran a las interrogantes, deseos y problemas de su propia vida y que desarrollen una mayor comprensión y empatía con la vida de las demás para así, establecer relaciones de apoyo, compañerismo y solidaridad entre ellas -y no de rivalidad-.
- 5) Revalorizar a las mujeres, su afectividad y sexualidad. Señalando, a su vez, aquello que nos falta para alcanzar un verdadero estado de bienestar personal y relacional tanto de mujeres como de hombres.
- 6) Modificar las relaciones de desigualdad que existen entre hombres y mujeres.
- 7) Hablar de nosotras resaltando nuestro protagonismo social, promoviendo su identidad como sujetas de derechos y deberes.
- 8) Hablar de hombres y mujeres, eliminando los estereotipos y presentarlos con capacidades humanas que valorizan el respeto, la ternura y la sensibilidad.
- 9) Ampliar el horizonte simbólico y cultural en materia de derechos sexuales, afectivos y reproductivos. Fomentando la idea de que ninguna desigualdad existente es natural ni inamovible.
- 10) Proponer modelos de identidad femeninos y masculinos, múltiples y distintos, ya que, hasta ahora, los medios no representan adecuadamente a la mujer contemporánea.
- 11) Proponer nuevas formas y más auténticas de vivir el género y de relacionarnos afectiva y sexualmente con nosotras mismas y con los demás.

2) Las premisas de este proyecto radiofónico... Debe de

- 1) Ser ideado, producido y difundido bajo una perspectiva de género.
- 2) Ser concebido como una acción social feminista y como un ejercicio de ciudadanía por parte de las mujeres que lo crean, lo difunden, lo escuchan y participan.

- 3) Realizar una llamada a cambiar nuestra realidad individual y social, a partir de la comprensión y transformación de nosotras mismas.
- 4) Empoderar a las mujeres frente a su vida afectiva, sexual y relacional.
- 5) Desarrollar en las mujeres un concepto interno y valorable de sí.
- 6) Favorecer que las mujeres dejen de ser la portadora o depositaria de los problemas no resueltos de los hombres.
- 7) Ampliar el discurso feminista a todas las mujeres, evitando hacer un uso excesivo de tecnicismos, priorizando un lenguaje simple y cercano.
- 8) Poner en práctica nuestro derecho a voz y a la libre expresión de todas y todos.

3) Los desafíos a enfrentar

Por simple que resulte pensar o diseñar un proyecto radiofónico para la educación sexual y afectiva de los géneros, llevarlo a la práctica no lo es tanto, menos aún, si tenemos en cuenta que la presión del patriarcado, de una difundida ideología machista-misógina y de una marcada tradición sexofóbica hacen de Chile –y por ende, de la mentalidad de muchas chilenas y chilenos– un contexto reticente a este tipo propuestas y cambios. Obstáculo al que debemos sumar otra complejidad de carácter temporal, propio de la *Era de la globalización, las tecnologías y las comunicaciones* que hacen que actualmente, tanto las mujeres como los hombres chilenos sean “bombardeados” a diario por mensajes diversos, fragmentados y muchas veces contradictorios con respecto a la afectividad, la sexualidad y las relaciones intra e inter genéricas.

Estas condiciones *híbridas* de apertura y de cierre, de localidad y de globalidad, de permanencia y de cambio otorgan una serie de oportunidades y de dificultades, para la puesta en práctica de este proyecto radiofónico. Dificultades y oportunidades que hacen que sea necesario que el proyecto de *Clitorianas* incluya dentro de sus desafíos:

- 1) Buscar espacios de comunicación “alternativos” que se ajusten y valoren un tipo de propuesta mediática como *Clitorianas*.
- 2) Lograr acceder a emisoras comerciales ofreciéndoles un programa que sea capaz de conjugar el discurso de género con el del entrenamiento. Y desde ahí incidir sobre ese público menos concienciado, que suelen consumir los modelos y mensajes patriarcales de un modo muy poco reflexivo.
- 3) Apropiarse de las ventajas que ofrecen las TICs e Internet para su materialización y difusión.
- 4) Utilizar un lenguaje incluyente en el más amplio de los sentidos, que dé cuenta de la existencia de dos géneros y no de sólo uno, que transmita la existencia de una pluralidad de formas de ser de vivir y sentir.
- 5) Hacer uso de un lenguaje accesible y amigable de modo que el programa no se circunscriba exclusivamente al círculo de las feministas.
- 6) Plantear un discurso renovado sobre los género y la vida afectiva-sexual de éstos que sea capaz de ordenar y resignificar lo que es dicho y transmitido por otros múltiples y contradictorios canales de comunicación, de socialización y de educación presentes en la sociedad chilena.

El público objetivo y contenido programático de *Clitorianas*¹⁰

Finalizaré esta breve fundamentación y descripción del programa radiofónico *Clitorianas* ahondando las características de

¹⁰ El nombre *Clitorianas* es una denominación –que al contrario de lo que tradicionalmente ha venido haciendo el psicoanálisis al referirse a la mujer como un ser castrado de nacimiento– intenta reivindicar a la mujer en tanto ser completo, libidinalmente potente, que sabe de su goce y que está dispuesta a exigir su derecho al placer. Que se ha cansado de ser víctima y pasiva, que no le gusta ninguna forma de violencia ni dolor y que posee una madurez cognitiva, emocional y sexual envidiable y no reducible a un acto coital o a la penetración fálica. *Clitorianas* es una declaración de que no somos masoquistas y que ya no estamos dispuestas a ser víctimas de nuestras relaciones, de nosotras mismas, de nuestra vida y de la sociedad. Qué deseamos relaciones amorosas sanas, experiencias sexuales satisfactorias, amistades gratificadores y conquistar un ambicioso plan de vida. Que queremos ser escuchadas, valoradas y comprendidas;

su público objetivo y el contenido que debiese de desarrollar el programa en razón a las características y necesidades de su auditorio.

Clitorianas es un programa de radio **dirigido principalmente a un público femenino joven, cuyo rango de edad fluctúa de entre los 13 a los 30 años**. Audiencia *target* que se caracteriza por compartir problemáticas biopsicosociales muy cercanas, pero con ciertos matices diferenciales propios de la experiencia, la maduración y el cambio de prioridades e intereses en razón de la edad. Estas diferencias hacen necesario a la hora de diseñar los contenidos del programa el tener en cuenta las características psicológicas de las mujeres, acordes a su ciclo vital.

En el caso de las adolescentes –de entre 13 a 20 años–, se encuentran en un proceso de definir su identidad sexual y de género, por lo que **su preocupación principal es la de construir su propio yo desde la diferencia y la similitud con respecto a los otros y los modelos sociales imperantes, a través de una incesante experimentación**. Mientras que las mujeres jóvenes –entre los 20 y 30 años de edad– están centradas en la tarea de establecer relaciones sexuales y afectivas con una pareja, por lo que **su conflictiva vital se centra en fortalecer las relaciones con los otros y en consolidar un proyecto de vida, poniéndose en juego el ser de cada una de ellas, de los otros y los cánones sociales establecidos frente a estos asuntos**. Es decir, el lugar o situación existencial en el que se encuentra el **auditorio adolescente** es el de hacer frente a los desafíos y a las transformaciones que le imponen tanto la biología, la sociedad y su propia psique al tener que abandonar el cuerpo y la conducta de niñas para empezar a concebirse física, emocional y sexualmente como una “chica mayor”, de modo que, la variedad de cambios que comienzan a experimentar en su cuerpo, en sus capacidades cognitivas y en sus relaciones, se traducen a su vez, en cambios con respecto a la percepción que tienen los otros de ella y éstas de sí mismas

que deseamos hablar de nosotras, del mundo y de los otros. Que queremos compartir nuestras inquietudes. Que deseamos ser informadas y apoyadas para así poder realizarnos y crecer a lo largo del maravilloso pero desafiante camino de ser mujer.

y de los demás, lo que las conducirá a un sin número de preguntas y reflexiones con el fin de entender que sucede y qué significa todo ello. Frente a estas interrogantes se encontrarán con la dificultad de que ya no se sentirán libres de hablar de estas cosas con mamá y papá, puesto que en su afán de sentirse mayores necesitarán alejarse de ellos y refugiarse en sus pares y prestar mayor atención a lo que dicen éstas o los medios de comunicación. Pero, por supuesto -dada la inmadurez de los primeros y lo poco educativos e igualitarios de los segundos- no encontrarán las respuestas que necesitan sino que probablemente terminarán más desorientadas y presionadas a ser de algún modo que les resulte apetecible y aceptable al sexo opuesto, a sus amigas, a la sociedad, a su madre y/o padre, ya que, difícilmente, encontrarán personas y recursos que la incentiven a escucharse, conocerse, descubrirse y ser ella misma. Y sin el apoyo, la información y la guía adecuada habrán de sentirse abrumadas por las demandas y obligaciones que con fuerza experimentarán con respecto a su género, su sexualidad y afectividad; produciéndose un fuerte choque entre sus deseos, sus capacidades y anhelos y las demandas provenientes de los roles y estereotipos de género, los sistemas de creencias y las modas imperantes.

Por ello, teniendo en cuenta que la **crisis del ciclo vital de las mujeres de entre 15-20 años es la de desarrollar una identidad sexual y de género sana**, el programa Clitorianas debería de ayudarlas a explorar y reflexionar entorno a:

- 1) La relación que establecen las mujeres con su cuerpo.
- 2) La relación que establecen las mujeres con la sexuación de sus cuerpos.
- 3) La relación que establecen las mujeres con la sexualidad.
- 4) La relación de las mujeres con sus deseos y orientación sexual.

Para lograr aquello el programa incluirá entre sus contenidos, el:

- 1) Cuestionar el coitocentrismo y falocentrismo y ahondar en otras formas de sentir y expresar placer.
- 2) Desmitificar una variedad de mitos románticos.
- 3) Desmitificar una variedad de mitos sexuales.
- 4) Hablar sobre los miedos "a no encajar".

- 5) Hablar de anticoncepción, de menstruación y de taponnes.
- 6) Analizar las modas, la presión de los grupos de pares y la información que otorgan los medios.
- 7) Analizar los estereotipos y roles de género y hacer consciente su carácter discriminatorio.
- 8) Analizar los modelos de atracción socializados no igualitarios (mujer objeto y chico malo)
- 9) Alentar a las mujeres a ser ellas mismas, a seguir sus propios tiempos, a escuchar sus deseos y hacer valer su voluntad.
- 10) Dialogar sobre homosexualidad, heterocentrismo y homofobia.
- 11) Remarcar la importancia de quererse y respetarse a ellas mismas.
- 12) Incentivarlas a atreverse a decir no sin culpas.
- 13) Llamar la atención sobre las conductas de riesgos (sexuales, afectivos y sociales).
- 14) Trabajar la omnipotencia de las jóvenes del tipo "a mi no me va a pasar nada"
- 15) Desarrollo de una ética de responsabilidad compartida.

Por otra parte, en lo que respecta al **auditorio juvenil** de *Clitorianas* se caracteriza por haber superado la crisis de identidad propia de la adolescencia de una forma más o menos exitosa, centrando sus preocupaciones actuales en torno a los vínculos y los compromisos, a los temores al fracaso, a no ser adecuadas y a la soledad. Por lo que, sus reflexiones y angustias se dirigirán a sus relaciones amorosas, sexuales, familiares, amistosas y profesionales; ello bajo dos importantes presiones de género: el matrimonio y la maternidad. Presiones que se vuelven muy complejas tras haber vivido en la adolescencia una serie de experiencias decepcionantes que les han hecho ver que ni los chicos son príncipes azules, que ni el sexo ni el amor no son como en las películas, que ninguna familia es perfecta, que muchas veces la maternidad esclaviza a las mujeres, que los estudios no les garantizan un exitoso futuro laboral y que algunas amigas quedan y otras muchas se van. Todo lo cual da paso a un fuerte cuestionamiento de sí mismas, de hacia dónde se dirige su vida, de sus relaciones afectivas y su vida sexual.

Preguntándose si son o no normales, si están tomando las decisiones correctas, si su relación y su vida sexual son todo lo satisfactoria que puede llegar a ser, si la cantidad de tiempo y energía que destinan a sus parejas no es enfermiza, si está mal no desear ser mamá, entre otros miles de cuestionamientos más. En definitiva, en esta edad, las jóvenes dudan de cómo establecer relaciones sanas, gratificantes, comunicativas y abiertas, sin arriesgarse a perderse a ellas mismas en el camino o a ser condenadas a la más absoluta soledad.

Por ello, teniendo en cuenta que las jóvenes de entre **20 a 30 años atraviesan la crisis del ciclo vital de luchar por establecer una intimidad sana**. En un intento de resignificar la experiencia sexual y afectiva vivida durante su adolescencia para así lograr adaptarse activamente a la realidad, es que el programa *Clitorianas* debería de ayudarlas a explorar y reflexionar entorno a:

- 1) El tipo de relaciones afectivo-sexuales que establecen y sus motivaciones.
- 2) Dinámicas de poder al interior de su vida sexual y de pareja.
- 3) Presiones y modelos sociales de afectividad y sexualidad según géneros.
- 4) Los estilos comunicativos y estrategias de resolución de conflictos que utilizan en sus relaciones.

Para lograr aquello el programa incluirá entre sus contenidos, los tópicos de:

- 1) Amarse a sí misma antes de amar a otro.
- 2) Cuestionamiento de los mitos románticos.
- 3) Detectar situaciones de violencia psicológica y micromachismos en la relación de pareja.
- 4) Conocer la importancia de ser autónomas a nivel individual, económico, emocional y sexual para la felicidad personal y en pareja.
- 5) Estimular una ética del placer y responsabilidad compartida.
- 6) Estimular una ética del consentimiento y de autocuidado.
- 7) Analizar la propia experiencia afectivo-sexual.

- 8) Estimular la conciencia corporal y emocional, así como la toma de decisiones que tomen en cuenta estas variables y no sólo las cognitivas.
- 9) Capacidad de comunicación/escucha de los deseos, necesidades y conflictos propios y ajenos.
- 10) Estimular la expresión y franqueza emocional.
- 11) *Desproblematizar* la relación de ellas con otras mujeres y aceptar los distintos modos de ser mujer.
- 12) Reflexionar sobre el proyecto de vida de cada cual (profesión, maternidad, matrimonio)

Referencias bibliográficas

Libros:

- BARBERÁ HEREDIN, ESTER & MARTINEZ BENLLOCH, ISABEL (coord.) (2004). "Psicología y Género" Madrid: Pearson Educación S.A.
- BURCH, SALLY (2009). "Comunicación, Organización y Género. Ellas tienen la palabra". Quito: Área mujeres ALAI.
- FRIEDAN, BETTY (2009). "La Mística de la Feminidad". Valencia: Ediciones Cátedra.
- HERNÁNDEZ, GRACIELA; JARAMILLO, CONCHA; CERVIÑO, MARÍA JESÚS (2005). "Tomar en serio a las niñas". Madrid: Instituto de la Mujer.
- HERVÁS MORENO, MACU (2006). "El Techo de Cristal". Zaragoza: Gobierno de Aragón.
- INSTITUTO OFICIAL DE RADIO Y TELEVISIÓN, RTVE (2004). "Manual de información en género" Madrid: EGRAF, S.A.
- LAGARDE, MARCELA (1993). "Los Cautiverios de las Mujeres, Madre, Esposas, Monjas, Putas, Presas y Locas". México: Coordinación General de Estudios de Posgrado (UNAM).
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS (2002). "La Educación desde la Comunicación". Buenos Aires: Editorial Norma.
- VALLE, NORMA; HIRIART, BERTA; AMADO, ANA MARÍA (1996). "Espacio para la igualdad. El ABC de un periodismo no sexista" FEMPRESS.

Documentos en línea:

- BERGANZA CONDE, M^a ROSA (2002). Conferencia “Mujer y Medios de Comunicación”. Universidad de Navarra. <http://eciencia.urjc.es/dspace/bitstream/10115/3285/1/conferenciauniversidadnavarra.pdf>
- HERMOSILLA, MARÍA JOSÉ (2001). “Comunicación y Perspectiva de Género: ¿Qué pasa con la letra J?” Documentos AMECO. <http://www.nodo50.org/ameco/documentos.htm>
- INESTRAW. (2009) “La mujer y los medios de difusión: nuevos retos. Beijing a los 10 años: de la política a la práctica”. Republica Dominicana: Publicaciones INESTRAW. <http://www.un-instraw.org/es/15-beijin-review/ver-categoria/Page-1.html>
- LOVERA, SARA (1999) “La Imagen de la Mujeres en los medios masivos de comunicación” Guía Género; Boletín N° 11. http://guiagenero.mzc.org.es/GuiaGeneroCache/Pagina_CondicGenero_000099.html
- PRIETO CASTILLO, DANIEL (2007). “Nuestro Derecho a la Diversidad Comunicacional” Nota publicada en el diario Los Andes de Mendoza <http://www.diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/prietocastillo.pdf>
- SERNAM (2009) “Análisis de la Violencia en las Relaciones de Pareja entre Jóvenes” Servicio Nacional de La Mujer (en línea); Documento de trabajo N° 105. http://www.sernam.cl/estudios/estudios/pdf/REC_20090318_112356.pdf

Sitios on-line:

- CIMAC: <http://www.cimac.org.mx/>
- Fempres: Red de Comunicación Alternativa de la Mujer - América Latina. En <http://www.comminit.com/en/node/37210/37>.
- Humanas.cl: <http://www.humanas.cl>
- Observatorio de Género y Equidad: <http://www.observatorio-generoyequidad.cl/>
- Paula FM: www.paulafm.cl
- Radio Escuela de Radio Tierra: <http://www.radioescuela.cl/>
- Radio Zero: www.radiozero.cl
- RED-ADA: <http://www.redada.org/>