

**ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN PARA LOGRAR UN DISCURSO MEDIÁTICO NO SEXISTA EN RADIO CHAPARRA**

ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN PARA LOGRAR UN DISCURSO MEDIÁTICO NO SEXISTA

AUTORES: Maite Silveira Fonseca<sup>1</sup>Maritza Ingran Calderón<sup>2</sup>Mayelín Silveira Fonseca<sup>3</sup>DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: Emisora Radio Chaparra. Municipio Jesús Menéndez. Las Tunas. Cuba. E-mail: [maite@rchaparra.icrt.cu](mailto:maite@rchaparra.icrt.cu)

Fecha de recepción: 16 - 11 - 2012

Fecha de aceptación: 03 - 08 - 2013

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo diseñar una estrategia de capacitación para disminuir el sexismo en el discurso mediático de Radio Chaparra. Este es un tema que resulta pertinente por el papel que juegan los medios de comunicación masiva en la construcción del imaginario social. A pesar de ser las mujeres las que más escuchan la programación, son invisibilizadas en el discurso mediático. La investigadora consideró que además de la influencia de la cultura patriarcal en el discurso mediático, otra de las causas del sexismo en los productos comunicativos es la falta de capacitación. De ahí la necesidad de instrumentar en Radio Chaparra la acción 23 de las que le corresponden a los medios de difusión masiva en el Plan de Acción Nacional de Seguimiento a la Conferencia de Beijing referido a la capacitación. Con la aplicación de esta estrategia se logró capacitar a 15 cursistas acreditado como un postgrado del Instituto Internacional de Periodismo José Martí.

PALABRAS CLAVE: Medios de comunicación; discurso mediático; cultura patriarcal; capacitación; estrategia

**STRATEGY OF TRAINING TO ACHIEVE A NON SEXIST MEDIA SPEECH IN CHAPARRA RADIO STATION**

## ABSTRACT

The present investigation has as objective to design a training strategy to diminish the sexism in the media speech of Chaparra Radio Station. It is pertinent for the paper the play of mass-media in the social construction of the imaginary. In spite of being the women those that more listens the programming, they are off in the media speech. The investigator considered that

---

<sup>1</sup> Emisora Radio Chaparra. Municipio Jesús Menéndez. Las Tunas. Cuba.<sup>2</sup> Policlínico Mario Pozo. Municipio Jesús Menéndez. Las Tunas. Cuba. E-mail: [ingram@ltu.sld.cu](mailto:ingram@ltu.sld.cu)<sup>3</sup> Dirección Municipal de Educación. Municipio Jesús Menéndez. Las Tunas. Cuba.

besides the influence of the patriarchal culture in the media speech, another of the causes of the sexism in the talkative products is the training lack. Of there the necessity to orchestrate in Chaparra Radio Station the action 23 of those that correspond to the means of massive diffusion in the Plan of National Action of Pursuit to the Conference of Beijing referred to the training. With the application of this strategy it was possible to qualify to 15 students credited as a graduate degree of the International Institute of Journalism José Martí.

KEYWORDS: Media; media speech; patriarchal culture; training; strategy

## INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

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

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

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

Al realizarse la segunda evaluación del cumplimiento de este programa Vilma expresó:

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

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

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

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

Esta investigación tiene como objetivo diseñar una Estrategia de Capacitación para lograr un discurso mediático no sexista en Radio Chaparra. Por lo que este trabajo refleja los resultados de diseño y aplicación.

## DESARROLLO

### Métodos y técnicas utilizadas

#### Observación participante

La investigadora formó parte de las rutinas productivas para dar seguimiento a las prácticas profesionales y así poder diagnosticar los elementos que se tienen en cuenta para la concepción de los productos comunicativos.

#### Grupo de discusión

Aunque en este colectivo se integran las funciones durante el proceso productivo se realizaron las discusiones en dos grupos focales para construir un diagnóstico que permita explorar la sensibilidad en cuanto el tema y las propuesta de cambio.

#### Análisis crítico del discurso

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

#### Aproximaciones a un diagnóstico

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Este análisis demuestra que no hay conocimiento del tema desde el punto de vista teórico lo que se ve reflejado en los productos que se conciben para la programación. Por lo que surge la necesidad de un instrumento orientado a cubrir las carencias reflejadas en este diagnóstico que permita encontrar el camino de nuevas formas de comunicar.

#### Propuesta para el cambio

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

La concatenación de las fases permite desarrollar la estrategia como un proceso organizativo en la institución. Se propone como objetivo rector contribuir a la preparación y desempeño de los públicos internos de Radio Chaparra a través de acciones para lograr un discurso mediático con enfoque de género, ya que el

intercambio con los grupos arrojó que no tienen conocimientos teóricos en el tema y que existe la necesidad de aplicación de estos en el proceso productivo.

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

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

Para la capacitación se desarrollarán conferencias, talleres e intercambios durante el curso lo que responde a la solicitud de los grupos sobre la necesidad de una preparación por un tiempo prolongado (varias sesiones), y de un trabajo sistemático de preparación práctica que resuelva las cargas sexistas reflejadas en los productos comunicativos analizados.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Al realizar el análisis de los géneros periodísticos existe un desbalance, predomina la información y la entrevista. Estos géneros necesitan menos investigación y en los que se realizan existe el protagonismo de los hombres por estar en lugares claves hacia donde se dirige la política informativa. No existe

una utilización acertada del periodismo de investigación, por lo que se incluye un tema que brinde las herramientas teóricas metodológicas del periodismo de investigación con perspectiva de género.

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

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

Impacto de la aplicación de la Estrategia de Capacitación

El desarrollo del curso de capacitación en Radio Chaparra ha permitido:

Dar respuesta a una problemática cultural en el medio de comunicación, cuya proyección parte de los objetivos del milenio, del plan temático de la Asociación de Innovadores y Racionalizadores de Radio Chaparra, al Plan de Acción de Beijing y a los Lineamientos del VI Congreso del PCC.

La sensibilización en temas de género del personal. En inicios existió resistencia para la asimilación, cuando se desarrollaron los grupos de discusión era nulo. Sin embargo, con la puesta en práctica de las capacitaciones existe motivación por elevar la superación en la materia.

Que la programación se haya beneficiado a partir de la puesta en práctica de las experiencias de realizadoras y realizadores en las rutinas productivas, en la realización de los programas. Se hizo una evaluación de géneros periodísticos elaborados antes de las capacitaciones y en uno de los talleres se hizo el desmonte y se propuso la mejor manera de hacerlo, lo que ya es práctica en los programas y hasta en el propio discurso.

Que la producción musical haya disminuido en la utilización de temas peyorativos. Se hace una selección musical más inclusiva a partir de los conocimientos adquiridos.

Que la realización de la propaganda haya tenido una mirada diferente. Se hizo un estudio de las que no abordan temas incluyentes para su rediseño, al igual de la creación de algunas dedicada a la discapacidad y la orientación sexual de las que se carecían en la emisora.

Un cambio en la presentación del programa informativo que se realiza a dos voces, transformando el discurso en cuanto a lenguaje, al lugar protagónico de la mujer como conductora.

Que en su etapa de sistematización se beneficie la comunidad, a través de conferencias en la biblioteca pública del territorio planificado de manera mensual involucrando a varios sectores clave. Además se extiende a partir de solicitudes de la UPEC y la radio provincial a otras realizadoras y realizadores



de los medios de la provincia, siempre adaptándola al contexto.

Desarrollar el interés por la lectura de comunicadoras y comunicadores porque al final de cada módulo se presenta un libro sobre el tema y se debate en grupo después de la lectura utilizando las herramientas teóricas adquiridas en las capacitaciones.

Retroalimentarnos de las experiencias de quienes son beneficiarias y beneficiarios de las capacitaciones. Se hizo una encuesta a las realizadoras y realizadores, técnicas y directivas sobre el impacto de las capacitaciones en su preparación profesional y la totalidad de la muestra refiere: haber hecho cambios en las prácticas profesionales y en los productos comunicativos, que ha sido una oportunidad para la superación, que es una herramienta para el cumplimiento eficaz con la temática priorizada “Mujer”, que en la selección musical les ha permitido visualizar los temas peyorativos y buscar alternativas, que realmente es una experiencia que ha contribuido a la transformación.

Contar con un CD con todas las experiencias en el proceso de aplicación y productos comunicativos que abordan temas de la agenda de género para socializar los resultados de los conocimientos adquiridos, lo que permite la evaluación de impacto.

## CONCLUSIONES

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

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

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

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

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

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

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

Esta estrategia concebida con una metodología participativa articulará en su concepción pedagógica la sensibilización en género con la capacitación.

#### AGRADECIMIENTOS

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

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

A todo el personal de Radio Chaparra, del sistema de la radio en Las Tunas y la UPEC.

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

A mi madre que es mi sol, a mi suegra, mis hijos, mi nuera, mi nieto, mis hermanas, en fin toda la familia.

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

A todas las personas que han colaborado, para que de una forma u otra, haya podido llegar al final de este proyecto.

#### BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, M (2005): Estado, Políticas Públicas y Equidad de Género en Cuba. "Seminario Regional Modernización del Estado y Equidad de Género" Montevideo, Uruguay.

Castro, F (2009): Mujeres y Revolución. Editorial de la Mujer. La Habana, Cuba

Martín, J (1998): De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía. Editorial Paraninfo, España.

Martín, M (2007): Teoría de la Comunicación. La Comunicación, la vida y la sociedad. Primera edición en español por Mc GRAW-HILL/INTERAMERICANA DE ESPAÑA, S.A.U, España.

Matterlart, A; Matterlart, M (2000): Pensar sobre los medios de comunicación. Comunicación y crítica. Editorial Pablo de la Torriente Brau y Félix Varela (2007). Tomado de Editorial LOM Ediciones, Santiago de Chile.

Moya, I (2010): El Sexo de los Ángeles. Una mirada de Género a los Medios de Comunicación. Publicaciones acuario, centro Félix Varela, La Habana, Cuba.

Moya, I (2010): Sin Contraseñas. Discurso mediático y trasgresión. Editado por AMECO, Asociación Española de Mujeres Profesionales de los medios de Comunicación, España.

Vasallo, N (S/F): Del feminismo al Género. Un intento de romper estereotipos desde una relectura de las clásicas. (Dossier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)

Vasallo, N (2004): El Género: un análisis de la “naturalización” de las desigualdades. (Dossier de la maestría en Estudios de Género, Holguín, 2009)

#### Tesis Consultadas

Mestre, V: Estrategia de Capacitación para la preparación del especialista en Medicina General integral para la atención al Síndrome Demencial desde el nivel primario de Salud (APS).

Ingran, M (2010): Estrategia para fortalecer la preparación del docente para el tratamiento a la educación ambiental mediante la ejecución de proyectos comunitarios.

Moya, I (2011): NEXOS ENTRE LA TEORÍA DE GÉNERO Y LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN. Abordaje de fundamentación teórico-metodológica al libro El Sexo de los Ángeles. Una mirada de género a los medios de comunicación.

