



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

**“LA LENGUA DEL ARCOIRIS: Un acercamiento cualitativo a las
necesidades informativas para diseñar un programa de radio
comercial, dirigido a la Comunidad LGBT”.**

Seminario Taller Extracurricular de titulación: Prácticas comunicativas,
producción, circulación y consumo de bienes culturales.

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

Licenciado en Comunicación

PRESENTA

Erik Amalio Rivas

Asesor: Prof. Enrique Pimentel Bautista

23 de Octubre de 2006



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Esta parte se origina más que académicamente, por todo el significado que tienen para mí las personas que mencionaré y los lazos emocionales que he hecho con ellos. El orden de su aparición no significa más o menos importancia, sino que representan formas distintas de ser y estar conmigo hasta este momento importante para mí. Para ser honesto, trataré de olvidarme de las reglas de ortografía, ¿o.k?, espero no haya problema. ;)

A mis padres por su amor evidente, por su apoyo económico y emocional y el aprendizaje para buscar las formas de recorrer y experimentar mi vida. A mi Padre Manuel, porque con tu muerte aún sigo aprendiendo de ti y de la vida; a mi Madre María de Lourdes, porque en tu duelo supiste cómo apoyarme.

También este agradecimiento es para ti hermano, Pedro, Alicia y Tania porque con su presencia no me siento sólo.

A mis tías: Tony, Katy y Sofi, porque sé que, aunque no son expresivas siempre han mostrado su cariño con sus ocupaciones hacia mí.

A mis abuelos, Máximo y Catalina, también por su apoyo en momentos importantes.

A Lola, porque me ayudaste a que me decidiera a dejar de hacerme “chaquetas mentales” (jajaja, ¡vaya que cuesta trabajo!).

En relación a lo académico, también quiero agradecer a la Universidad Nacional Autónoma de México, específicamente a la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, por la enseñanza que me ha permitido complementar lo aprendido en mi “interacción”, así como a los profesores y maestros: Fernando Martínez, Daniel Lara, Edgar Morín y Humberto Ramos; del Seminario de Titulación, sobre todo, a mi asesor: Prof. Enrique Pimentel Bautista, por compartir sus conocimientos, disposición y apoyo para desarrollar este trabajo.

Por otra parte, también quiero agradecer a las personas que me permitieron llegar al “sentido” de la investigación: “La Casa de la Sal, A.C.”, a Maru Santìn, Socorro, Rocío y Norma (sorry, por la urgente y desesperada solicitud) por facilitarme el espacio y el contacto con Manuel, Saúl I y Saúl II (no hay problema, ¿verdad?), Hilario y Luis, especialmente, al apoyarme en ese momento casi catastrófico (¿si era para tanto?. También a quienes me auxiliaron a llevar a cabo el desarrollo del cuestionario que, ¡tanto trabajo y dolor de cabeza causó!

Nuevamente ¡GRACIAS!

Erik Amalio Rivas

ÍNDICE

Introducción

Capítulo I

La Bandera Gay. Marco Teórico

Cultura

Concepto Estructural de Cultura

Las Industrias Culturales

Transmisión Cultural

Hegemonía

Consumo Cultural

Comunicación

Visión Antropológica de la Comunicación

La Identidad y su Contexto Social más amplio

Relación Teórica y Tema de Investigación

Capítulo II

Entramados Sexuales. Marco Histórico-Contextual

De la Pedofilia a la Globalización

Lo Público y lo Privado, ¿de quién?

Las Ondas del Arcoiris

Radio Comercial

Los 70

La Historia de la Lengua del Arcoiris

Capítulo III

Un Día sin Gays. La Construcción del Significado

La Homosexualidad... ¿es un problema?

Sorpresas Inesperadas

Los Gays a Discusión

Discusión de Grupo

Cuestionario

Cualidades

Aplicación de Técnicas

Estructura de Aplicación: Grupo de Discusión

Estructura de Aplicación: Cuestionario

Al Final del Arcoiris

La Vida Interna

Todos somos hijos de Dios

¡Qué siga la Tradición!

Expectativas

Niveles Académicos

La Socialización

De Chile, de Mole y Pozole

¿Sujetos Decisivos o Colectivos?

El Fin no justifica el Medio

Del uso de los medios

Audiogay

Ventajas y Desventajas

Tabú
La Pertinencia Gay
Gays y
La Información Gay
De las Funciones
El Típico Jotito
Lo que dura..., dura
¿La Lengua del Arcoiris?

Capítulo IV

¿Qué dice la Lengua del Arcoiris?. Interpretaciones
Condiciones Hermenéuticas de la Investigación Sociohistórica
El Marco Metodológica de la Hermenéutica Profunda
Usa tu Lengua
Objeto de Estudio
Preguntas Particulares de Investigación
Pregunta General de Investigación
Esquema Histórico-Contextual
Interpretación a las Preguntas Particulares

Conclusiones

Anexos

Referencias

INTRODUCCIÓN

Durante años, el ser humano alcanzó niveles de diversificación en todos los aspectos, tanto a nivel físico y mental como lo son los significados y representaciones que les da los objetos de su entorno y a otros sujetos mismos. En este sentido, es necesario considerar que esta diversificación también se presenta en características poco o nulamente visibles tanto por quienes las poseen como quienes las perciben, como el caso de la diversidad sexual.

La diversidad sexual ha sido motivo para dar origen a concepciones histórico-contextuales en las que sólo en la antigua Roma y Grecia, el ejercicio de la sexualidad con sujetos del mismo sexo se ubicaban en el extremo, como una práctica de determinadas clases sociales, después de ésta y hasta la actualidad, se ha concebido como un pecado o una enfermedad y por lo tanto se convirtió castigo, pero en la actualidad, esta concepción no ha cambiado de manera significativa, puesto que en los último años han surgido diferentes medios de expresión que le permita a la comunidad gay hacerse visible, reclamando entre otras cosas, reconocimiento y aceptación de los demás para ser tratados con igualdad en sus derechos y obligaciones.

Por otro lado, nuestra sociedad aún no está preparada para vivir con la diversidad sexual de manera cotidiana, cuando se sabe que la producción y transmisión de conocimiento científico en nuestro país causa poco interés en las instituciones políticas, educativas y familiares por lo tanto, falta un eslabón en la cadena de la evolución social, ya que al no existir esos mecanismos científicos, la población reproduce sin contemplaciones de ningún tipo datos infundados, comentarios que, consciente e inconscientemente intencionales, provocan falsas e incompletas percepciones de la Comunidad Gay, cuando del miedo o la fobia pasa a los mitos e historias que literalmente aterrorizan a quienes no son homosexuales, como lo expresó un taxista durante la prestación de sus servicios: “...dicen que son siete años de mala suerte...”, en esta frase se presenta ese proceso fobia-mito, de individuos que no se interesan por una actividad tan antropológico-filosófica como lo es el conocer a

los demás y entenderse a sí mismo a través de los otros y de su entorno por medio del intercambio de significados y representaciones de las diferencias, contrario en la falta de información que motiva e involucra a individuos homosexuales con los medios de comunicación y otras instituciones que no brindan adecuadamente el apoyo a través de espacios de carácter informativo, social, familiar, entre otros que rodean estos aspectos; a quienes viven con una orientación sexual diferente a la de las mayorías, por lo que la frase citada puede representar en un nivel micro a las estructuras significativas de las personas que encabezan a los medios de comunicación como la televisión y la radio que emiten sus mensajes a nivel nacional desde la Ciudad de México, tales estructuras pareciera que son hipócritas y blandas al tomar como una suposición lo que consideran son los otros: la Comunidad Gay.

De esta manera, cuando se abren espacios que tratan la temática de la sexualidad, le dedican poco tiempo a situaciones ya mencionadas que tienen que ver con la diversidad sexual y su contexto, cayendo una vez más en no facilitar herramientas efectivas que les permitan tener apoyos informativos en todos los aspectos de la vida cotidiana de la comunidad y, que les facilite en lo posible, integrarse con los demás sujetos sociales, además que se siguen creando y reforzando los estereotipos ya conocidos como lo pueden ser las vestidas, o la creencia de que son personas de altos ingresos económicos, carismáticos, etc., anulando la posibilidad de erradicar la ignorancia sobre la temática, así como, el fomento a la violación de los derechos humanos de la Comunidad Lésbico, Gay Bisexual y Transgénero (LGBT); al igual que se sigue postergando o haciendo evidente el poco interés de cambiar la homofobia por aspectos como el respeto, creando en las nuevas generaciones y fomentando la intolerancia y desconocimiento en las actuales, en ámbitos religiosos, de salud, sobre en todo VIH/SIDA – que ha acompañado por años a la comunidad -; fortaleciendo, una vez más, la ignorancia, el rechazo causado por el estigma, la falta de respeto, la intolerancia y la creación de estilos de vida falsos. Esos estilos de vida pueden considerarse falsos ya que es significativo concebir a las personas homosexuales como sujetos que al igual que los otros interactúan, intercambian, significan y representan como individuos y en su establecimiento social, se presentan con una identidad marcada por el contexto heterosexual,

en este sentido, se refuerza lo ya dicho en relación a sus actividades laborales hasta ámbitos privados como lo es la práctica de sus sexualidad, es decir, se cree que una persona gay es aquel que posee bienes materiales y capital económico hasta intentar hurgar las formas de sus acción sexual y decir: *“¿...quién será el hombre y quién la mujer...?”*.

Entre los medios de expresión y manifestación se pueden mencionar los movimientos de liberación homosexual, marchas, espacios físicos de reunión así como en los medios de comunicación en los últimos veinte años, como consecuencia de la “experimentación” en éstos por conservar y cautivar a los públicos. Los medios electrónicos como la televisión, han presentado textos que representan de manera incorrecta, a las personas homosexuales con características “típicas” de estos sujetos, y con las cuales, ellos no se consideran parecidos, representados y satisfechos en cuanto a sus expectativas.

Por otra parte, los medios de comunicación como la radio oficial y privada han abordado la homosexualidad en sus programaciones, en tanto que la producción y distribución de éstos presenta una inconsistencia temporal y temática, así como de quienes los conducen, por esta razón, se crean brechas radiales, por lo que se considera que existe un problema que lo ubica ante la falta de espacios que, en primer lugar, se habla de sitios físicos de reunión dirigidos a la Comunidad Gay, ya que en años anteriores eran realmente pocos los lugares a donde los integrantes de este grupo podían acudir y encontrarse con otros que de alguna u otra forma y, en diversos niveles, se les permitiera sentirse identificados con personas que vivieran con la misma orientación sexual.

Por esos motivos, este problema de investigación presenta una interrogante en la que se considera, se necesita saber cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial que, este caso, se retomará la anterior a la definida en la nueva ley de radio y televisión, ya que actualmente, está en discusión en las instituciones respectivas, es decir y grandes rasgos, como las emisoras obtienen del gobierno federal una concesión con la que pueden

vender sus espacios a través de la publicidad. Además esta propuesta está dirigida a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social, dando origen simultáneamente al objetivo a cubrir.

Así que si se quiere contestar a esa interrogante es necesario hacerlo a través de una estructura capitulada, es decir, se tomarán en cuenta los conceptos teóricos que nos permitan ubicar al problema de investigación, a través del eje de la comunicación y cultura, formando el capítulo teórico de esta investigación. Por otra parte, se establecerá un marco histórico-contextual que permita conocer la ubicación del problema de investigación en determinado espacio y tiempo, así como los elementos que intervienen en la acción de éste.

Puesto que la investigación que se plantea es de carácter interpretativo, se requerirá aplicar una metodología cualitativa, la cual da la oportunidad de conocer, más que datos duros, el por qué y para qué de ellos y cómo es que serán usados para responder a lo ya planteado y formar el capítulo metodológico. Finalmente, el último capítulo habla sobre la interpretación de esos resultados, en otras palabras, conocer más allá de lo que se ve en estos y poder conocer el sentido con el cual se guiará la conformación de la respuesta a la pregunta de investigación.

También es importante señalar que la presente investigación está dirigida a un grupo muy específico de la diversidad sexual como lo es la comunidad gay en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, ya que por motivos de ubicación geográfica y de la determinación de necesidades que afectan a todo el país, se decidió ubicarlas de esta manera. Por otra parte la base teórica, histórico-contextual, metodológica y las técnicas de investigación, dieron la pauta para obtener los datos requeridos e interpretarlos. Cabe mencionar que los sujetos que se tenían contemplados para la aplicación de el sondeo, inicialmente eran sujetos homosexuales pertenecientes un grupo de autoapoyo que se reúnen en las instalaciones de una institución no gubernamental que apoya a personas portadoras de VIH/SIDA, pero por cuestiones correspondientes a las personas que los representan ya no pudo

aplicar a ellos, por lo tanto la atención del sondeo se hizo por vías alternas, como su envío y recepción vía correo electrónico y telefónica.

Antes que darle preponderancia a otros elementos y mencionar las limitaciones de la investigación, es necesario recalcar que el problema de esta es conocer cuáles son las necesidades informativas de la Comunidad Gay y, a partir de estas armar una agenda de temas de su interés, de esta forma los puntos bases de investigación fueron dichas necesidades, la comunidad gay, la radio y la identidad y su contexto social, variables que sirvieron para contextualizar el primer punto, por lo que cualquier desarrollo respecto a estas se hizo siempre en relación a las necesidades informativas de ese grupo. Otra observación que se hace es en relación a algunos autores que no pertenecían a la línea teórica sobre producción, consumo y distribución de formas simbólicas, sin embargo, fueron utilizados por ser requeridos para responder de acuerdo a los elementos que componen el objeto de estudio, sin que esto signifique que haya sido arbitrario el uso de éstos.

Finalmente, se sabe que la comunidad gay ha sufrido acciones que la mantiene aún al margen de la interacción social, pero como ya se decía, hay medios por los cuales podemos saber el sentido oculto que no es tanto de igualdad de condiciones, sino de ubicarse en un plano dominante a través de lo que brilla y que, en realidad, es un fenómeno social que puede estudiarse para profundizar en una incipiente lucha legitimadora como “venganza” sexual. Por otra parte, y por mencionar algunos puntos, se dan a conocer las características que diferencian los programas que han existido en los últimos años con la nueva agenda temática, así como las del posible conductor, los temas a tratar, etc., y concluir con los anexos más representativos que son la copia fiel de la estructura metodológica y el sentido que le dio la Comunidad Gay a esta investigación a través de su discurso en los resultados, con el objetivo simbólico de compartir este trabajo y regresar a los orígenes filosóficos, antropológicos y comunicativos del ser humano: conocerse a sí mismo, reflejarse en el otro, entender e interpretar el mundo y a los otros e intercambiar significados y reinterpretaciones de una naturaleza sexualmente diversa y con gran capital simbólico a proyectar hacia las ondas de la radio.

CAPÍTULO I

Las investigaciones científicas que se ocupan del acercamiento a las subjetividades de las que se vale el ser humano para vivir en el mundo social, se basan en conceptos que permiten darle una base y línea a seguir en su desarrollo, con el objetivo de relacionar los datos y los conceptos entre sí y “darle forma” al acercamiento de lo que se quiere saber: las necesidades informativas de la Comunidad Gay. Esta situación plantea el dominio de tales conceptos en el sentido científico y no del uso común; a lo largo de la investigación (Tamayo y Tamayo, 2004: 147).

Por otra parte, los conceptos permiten que se establezcan los planteamientos metodológicos, técnicos e interpretativos al hablar sobre elementos significativos y representativos como lo son los que busca la línea teórica: Producción, distribución y consumo de bienes culturales; por medio de las formas simbólicas (Tamayo y Tamayo, 2004: 148).

“LA BANDERA GAY”

I. MARCO TEÒRICO

Al observar nuestro entorno es necesario tener en cuenta que existen grupos sociales que se hacen presentes a través de manifestaciones culturales, las cuales cambian constantemente por sus percepciones personales y grupales, lo que permite el movimiento social, planteando problemáticas que pueden tener respuestas por medio de acercamientos a todos aquellos elementos de los que los seres humanos se valen para representarse y darle significados a tales e intercambiarlos en su interacción, por lo tanto, es necesario establecer que uno de estos grupos es la Comunidad Gay, a la cual se estudiará a través de su discurso para conocer cuáles son sus practicas, situaciones, significados, etc., y colocarse en contextos muy específicos, por tal motivo, se comenzará con plantear un marco conceptual para tener un marco que nos permitió desarrollar la presente investigación y darle una coherencia lógica a la línea de investigación “Producción, Circulación y Consumo de Bienes Culturales” donde se abordan los problemas relacionados con la Industria Cultural, los objetos culturales y los procesos de consumo cultural, y que se encuentran problemáticas relacionadas a la producción de los mensajes por parte de los medios de comunicación masiva, en este caso, la radio; para plantear un estudio de las condiciones de producción.

I.1 CULTURA

Para tener una base sobre la cual empezar a ubicar este problema se utilizará el concepto de **Cultura** como “*el conjunto de creencias, valores, normas, supuestos, prácticas, objetos, situaciones y lugares que otorgan significados específicos y generales a las prácticas comunicativas*” (Thompson, 1998).

Todo aquello que hemos aprendido a través de nuestra historia como las creencias religiosas, en donde se nos habla de la existencia de un dios y un

diablo; de las visiones y concepciones acerca del mundo en el que estamos como lo puede ser cuando aprendemos que, estudiar trae como consecuencia un buen trabajo, una casa grande, tener mucho dinero etc.; así como todas aquellas reglas que nos permiten vivir en armonía con los demás integrantes de la sociedad representadas por los protocolos sociales, las normas policíacas, los reglamentos escolares, entre otros.

I.1.1 CONCEPTO ESTRUCTURAL DE CULTURA

Por otra parte, se utilizara el “**Concepto Estructural de Cultura**”, entendiendolo que:

Los fenómenos culturales como aquellos que se insertan siempre en contextos sociales estructurados.... por lo que el Análisis Cultural se define como el estudio de las Formas Simbólicas –las acciones, los objetos y las expresiones significativas de diversos tipos- en relación con lo contextos y procesos históricamente específicos y estructurados socialmente en los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben tales formas simbólicas. (Thompson, 1998: 203).

Por último, este concepto es de vital importancia porque sirve como base para entender lo que implica el nacimiento y desarrollo de la comunicación masiva, dado que el proyecto de investigación es originar una propuesta para un medio de comunicación como la radio comercial.

La comunicación masiva trata de la producción y transmisión de las formas simbólicas... la comunicación masiva se caracteriza por todos los medios tecnológicos, mecanismos de producción y transmisión, además, de las formas simbólicas y expresiones significativas de diversos tipos que son producidas, transmitidas y recibidas a través de la tecnología. De esta manera, el surgimiento y el desarrollo de la comunicación de masas son consideradas como una transformación fundamental y continua de las maneras en que se producen y circulan las formas simbólicas en las sociedades modernas. (Thompson, 1998: 185).

El Concepto estructural de cultura, también presenta las características de las formas simbólicas que, según Thompson (1998: 205), está constituido por cinco aspectos: intencional, convencional, estructural, referencial y contextual, los primeros cuatro se relacionan para intereses del proyecto, es decir, con la producción y transmisión y el aspecto de lo contextual, que trata sobre el significado y la interpretación no será utilizado porque el proyecto no estudiará significados.

En este caso, los programas de medios de comunicación masiva como la radio pueden considerarse como formas simbólicas por lo siguiente:

Son expresiones de un sujeto y para un sujeto es decir, que se producen, construyen o emplean por un sujeto que busca propósitos u objetivos que busca darlos a conocer por sí mismo con lo que quiere decir o intenta hacerlo a través de estas formas; también quiere expresarse para un sujeto o grupo de sujetos que al recibir e interpretar la forma simbólica, la perciben como la expresión de un sujeto, como un mensaje que se tiene que comprender. (Thompson, 1998: 206).

Este concepto se conforma por los siguientes elementos:

INTENCIÓN

El aspecto intencional de la cultura se refiere a que, en primer lugar, las formas simbólicas son producidas, construidas o empleadas por un sujeto capaz de actuar de manera intencional, en segundo lugar, el significado de una forma simbólica no es idéntico a lo que el sujeto quiso decir al producirla. (Thompson, 1998: 207).

CONVENIENCIA

El aspecto convencional de la producción, construcción o empleo de las formas simbólicas, así como su interpretación.... requieren de procesos que necesitan de la aplicación de reglas, códigos o convenciones, que van desde las reglas gramaticales a los estilístico y convenciones que dirigen la acción e

interacción que buscan los sujetos para expresarse o interpretar las expresiones de los demás. (Thompson, 1998: 208).

ESTRUCTURA

El tercer aspecto, el Estructural se refiere a que todas “las formas simbólicas están conformadas de acuerdo a un orden o estructura coherente.... dentro de las cuales existen relaciones entre sí que se determinan por sí mismas”. Además, se especifican dos formas de análisis de este punto:

1. La Estructura de una forma simbólica se analiza partir de los elementos determinados y las interrelaciones de éstos que pueden distinguirse en dicha forma.... Es un patrón de elementos que pueden distinguirse en casos de expresiones, enunciados o textos reales.
2. El Sistema puede ser analizado para sustraer la forma simbólica y reconstruir una constelación general de elementos y sus interrelaciones, dicha constelación se da en casos particulares.... Esta constelación de la forma simbólica se compone de elementos sistémicos que existen sin importar la forma simbólica y que se realizan en formas simbólicas particulares. (Thompson, 1998: 210, 211).

REFERENCIAL

El cuarto aspecto se refiere a lo Referencial, en otras palabras, a que “las formas simbólicas son construcciones.... que representan algo, se refieren a algo y dicen algo acerca de algo”. (Thompson, 1998: 213).

CONTEXTUAL

El último aspecto es el Contextual que habla acerca de que “todas las formas simbólicas están inmersas en contextos y procesos sociohistóricos específicos, a través de los cuales se producen y reciben”. (Thompson, 1998: 216).

Ahora bien, ya mencionadas tales características se dice que las formas simbólicas, traducidas en programas de radio se constituyen de tales, lo que

permite que se ubiquen en contextos industriales como lo es el los medios de comunicación, específicamente la radio comercial, en los cuales existen elementos, enmarcados por las necesidades y manifestaciones de determinados grupos sociales como lo es la Comunidad Gay y que, como otros, también requieren de participar en la vida cotidiana de su entorno y que da el surgimiento de nuevas propuestas radiales.

I.2 LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Otro tema que es pertinente conocer por la referencia que hace a la producción y circulación de las formas simbólicas como un dato adjunto a las actividades industriales es el de ***El Desarrollo De Las Industrias de los Medios:***

La producción y circulación de formas simbólicas en las sociedades modernas es inseparable de las actividades de las industrias de los medios como ya se había mencionado.... Las figuras que aparecen en los medios se convierten en puntos de referencia comunes para millones de personas que no interaccionan entre sí y, en cambio, comparten, en virtud de su participación en una cultura mediatizada, una experiencia mediatizada, común y una memoria colectiva.... El surgimiento y desarrollo de las industrias fue un proceso histórico específico que acompañó el surgimiento de las sociedades modernas (Thompson, 1998, pp. 241-242).

Al ponerse de manifiesto el proceso por el que la interacción humana se ha entrelazado con las actividades comerciales de los medios de comunicación y permitir a través de sus puntos de referencia como lo son los sujetos que se presentan en ellos y los mensajes, se consigue dar cuenta de la construcción de la sociedad y su modernización dada por esta industria y los diversos mecanismos que a continuación se presentan.

I.2.1 TRANSMISIÓN CULTURAL

La transmisión cultural se entiende como el proceso en el que los productores transmiten sus formas simbólicas a los receptores, es decir, que el

origen y desarrollo de la industria de los medios de comunicación masiva han estado aunados al desarrollo de la vida ordinaria de los seres humanos, impulsado, sobre todo, por el capitalismo y la estructura del Estado-Nación actuales o llamado de otro forma como la Mediatización de la Cultura. Además, este proceso involucra redes con mayor o menor grado de interconexión entre unas sociedades y otras y sus contextos sociohistóricos, dando forma a la estructura actual de éstas a través de las formas simbólicas. (Thompson, 1998: 241).

EL MEDIO TÉCNICO DE TRANSMISIÓN

Es la forma material por la cual se producen y transmiten las formas simbólicas, con determinados atributos.

- Fijación: la manera en que las formas simbólicas son retenidas por el receptor
- Reproductibilidad: es el proceso a través del cual las formas simbólicas son reproducidas y mercantilizadas
- Nivel de participación: consiste en el uso por parte de los individuos que usan el medio, de determinadas habilidades y recursos para codificar y decodificar los mensajes de dicho medio.

APARATO INSTITUCIONAL DE TRANSMISIÓN

Son las relaciones en las que las instituciones productoras y los individuos participan en la codificación de las formas simbólicas, reglamentadas por normas, recursos y relaciones jerárquicas de sujetos que ocupan ciertos grados de poder en el proceso de producción. Ante esta situación, es importante señalar que, en caso de los medios de comunicación como lo es la radio comercial, existen, entre otros, intereses personales, políticos, económicos por y para los cuales se desarrollan determinadas formas simbólicas o programas de radio; además se debe tener en cuenta que muchos de estos programas se originan por el tipo de relaciones entre ellos como instituciones de comunicación y las que ostentan el poder político y económico y dejan fuera a los sectores sociales y sus necesidades como lo es la

Comunidad Gay como una minoría, que da como resultado relaciones encontradas y en constante “jaloneo” y una mayoría como lo es la población heterosexual o mejor entendida como Hegemonía.

I.3 HEGEMONÍA

Estas relaciones, conocimientos, interacciones logran formar sitios en donde, grupos ya conformados; intentan tener espacios y ser reconocidos a través de sus acciones por las que intentan integrarse al contexto social, es por eso que, en los frentes culturales, según Jorge González (1994: 68)., es importante detallar el concepto de hegemonía ya que “es clave que nos permite entender la capacidad de un bloque de clases más o menos solidamente aliado para convertir su cultura, su manera de definir e interpretar el mundo y la vida, en punto de referencia y valoración común del conjunto de las otras clases que se recorten en la sociedad”.

Entonces, se dice que:

“La Hegemonía expresa, el resultado de una tensión de fuerzas distintas, equilibrio precario que debe ser cotidiana y constantemente renovado en todos los ámbitos de la vida social y colectiva. Al mismo tiempo, también, es constantemente resistida, impugnada, alterada y desafiada por presiones que no le son propias”.
(González, 1994: 68, 69).

Es necesario conocer la forma en que funciona la hegemonía desde los procesos sociales y hacer analizar las relaciones que hay entre grupos y actores, es decir, Procesos de Legitimación Cultural. Esta se da cuando ciertos grupo(s) y/o actor(es) hacen que su punto de vista prevalezca sobre el de otros, además de obligar a que éste sea adoptado y reconocido por quienes han sido dominados.

Por otra parte, durante el proceso de “fricción” o relaciones entre estos sectores sociales y sexuales existen elementos que permiten, independientemente de sus características sociales, económicas, culturales,

políticas, la interacción y el intercambio de diversos puntos significativos y representativos como lo es la información acerca de su sexualidad y de luchas legitimadoras que intentan combatir la homofobia, el rechazo social y por ende, alcanzar la aceptación y el constante crecimiento de su Comunidad, retomados en una propuesta radial como forma simbólica dirigida a esta comunidad.

I.4 CONSUMO CULTURAL

Al hablar del intercambio de significados y representaciones al interior de la Comunidad Gay y al exterior, es importante exponer que el **Consumo Cultural**, específicamente el texto de Néstor García Canclini, servirá como fundamento teórico a la presente investigación en el apartado de su Modelo 4 que habla del Consumo como sistema de integración y comunicación, es decir, existen determinadas formas simbólicas que vinculan a todas las clases sociales a través de la apropiación de éstas pero en diversos niveles de dicha apropiación en las prácticas cotidianas y que sirven para intercambiar significados entre los dominantes y los dominados (1993: 28).

Como ya se dijo, en la interacción cotidiana de la Comunidad Gay, existen diversos componentes materiales, representativos, medios técnicos y comunicativos de los que se vale para su constitución, por lo que se dan procesos que permiten “poner en común” estos componentes, permitiendo el autoconocimiento, el conocimiento de los otros, el entorno y cuestionamientos que comparten en su vida diaria, además de otros como lo son los medios de comunicación.

I.5 COMUNICACIÓN

En relación a conceptos comunicativos, es necesario que se retome el concepto original de comunicación: “poner en común, participar en...” con todo y sus variaciones temporales y experiencias que la han llevado a ser una práctica social que abarca desde su concepción francesa hasta la actual que determina a los medios de comunicación masiva, pasando por el habla y el lenguaje corporal, entre otros; lo que origina niveles de complejidad, contextos

y sistemas, es decir, la comunicación se entiende como la armonía en la que cada individuo, según su configuración interna, va de la mano con el resto de los sujetos sociales. (Bateson, 1982: 11-25).

Por lo tanto, la interacción de los sujetos impulsada por su construcción interna como los son sus significados y representaciones, estructura su realidad a través de diversos niveles de orden y de formas para ubicarse en un contexto material y representativo “contra” los otros, es decir, un nivel antropológico de la comunicación dada por su interacción cotidiana. En este sentido, los integrantes de la comunidad gay, sin poner en principio sus características sexuales, desarrolla su vida cotidiana en contextos familiares, laborales, religiosos o representativos, etcétera, para enfrentarse a realidades no incluyentes y, que por lo tanto, tienen que construir una realidad que abarque, ahora sí, sus diferencias sexuales para ubicarse en el mundo social y material a través de diversas manifestaciones, de aquí esta orientación antropológica.

I.6 VISIÓN ANTROPOLÓGICA DE LA COMUNICACIÓN

En otro orden de ideas, el texto de *Antropología de la Comunicación*, ayudará a esbozar las razones por las que los seres humanos construimos nuestra realidad, de acuerdo a la experiencia cotidiana y lo importante que llegan a ser estas por todo lo que significan en nuestro presente, por la identificación y relevancia que nos hace diferentes de los demás, es por eso que haré referencia a lo siguiente:

El ser humano, lo sepa o no, posee una constitución logomítica, lo cual significa que su presencia en el mundo –su mundo- siempre se constituye comunicativamente con el concurso imprescindible e un gran número de lenguajes, los cuales permiten que al ser humano ponga a prueba su humanidad mediante las <gramáticas de la creación>. (Duch, 2004: 89).

Como ya se ha dicho, la actividad humana en cualquier variante es la que permite que los sujetos puedan interactuar desde la individualidad y todas sus representaciones o realidades para intercambiar significados y crear y

compartir su realidad, construida como tal a partir de la reciprocidad descrita.

Esos elementos son los que permiten construir estructuras internas para darles la oportunidad de hablar de “sí mismos” y ubicarse en diversos “mundos” a través de su identidad. Por lo tanto, en la vida cotidiana de la Comunidad Gay crean diversas percepciones a través del proceso mental que construye el bagaje simbólico convertido en material de intercambio como lo es su experiencia de la mezcla entre los diferentes campos de interacción y su sexualidad y, a partir de eso, construir lazos comunicativos en diversas formas como lo es una marcha o desfile, manifestaciones artísticas o, en este caso, por medio de un programa de radio, como “gramática de la creación” a partir de su realidad que permiten poner de manifiesto su existencia como seres humanos en el mundo o ciudadanos con los mismos derechos y obligaciones en todos los niveles.

I.7 LA IDENTIDAD Y SU CONTEXTO SOCIAL MÀS AMPLIO

Respecto a la identidad, es recomendable tomar en cuenta este aspecto ya que todos los sujetos están inmersos en “mundos familiares”, a través de los cuales van construyendo su identidad para interactuar con practicidad en su vida cotidiana, intercambiando “representaciones sociales compartidas”, es decir, “tradiciones culturales, expectativas recíprocas, saberes compartidos y esquemas comunes (de percepción, de interpretación y de evaluación) (Izzo, 1985, pp. 132 y ss en Giménez, 1997, pp. 21, 22) o concebido como su Contexto Endógeno; en éste los sujetos pueden ubicarse en primera persona en el mundo social e interactuar con los otros en un marco normativo y cognitivo para orientar y organizar dicha ubicación e interacción. (Dressler, 1986, pp. 35-58 en Giménez, 1997: 22). Por otra parte, también se dice que entre el contexto endógeno de interacción y la identidad de los sujetos:

“existe una reciprocidad y un límite que se desvelan con la ‘pluralización de los mundos de la vida’... En oposición a la unidad y el carácter englobante de los mismos en las sociedades modernas integradas por un universo simbólico unitario. Por ejemplo, cuando el individuo se confronta con mundos de interacción no sólo diferentes, sino también contradictorios, la subjetividad ya no dispone de

una base coherente y unitaria donde arraigarse, y en consecuencia la identidad individual ya no se percibe como dato o destino, sino como una opción y una construcción del sujeto. Por eso ‘la dinámica de la identidad moderna es cada vez más abierta, proclive a la conversión, exasperadamente reflexiva, múltiple y diferenciada’ (Sciolla, 1983: 48 en Giménez, 1997:22).

Por estas razones, el contexto está “cubierto” por una organización exógena, es decir, son las instituciones las que se encargan de producir los contextos de interacción estables. Esto quiere decir que la sociedad es un “sistema, estructura o espacio social constituido por “campos” diferenciados (Bourdieu, 1987: 147 y ss en Giménez, 1997: 23) estructurando “el contexto social exógeno y mediato a las identidades sociales”, estableciendo que es la lucha al interior de los campos de interacción las relaciones a través de las posiciones. Por lo tanto, se puede decir que:

La identidad y el contexto social se determina por la “representación que tienen los agentes (individuos o grupos) de su posición (distintiva) en el espacio social y de su relación con otros agentes.... Que ocupan la misma posición o posiciones diferenciadas en el mismo espacio. De esta manera, “se puede decir que en la vida social las posiciones y las diferencias de posiciones (que fundan la identidad) existen bajo dos formas: bajo una forma objetiva, es decir, independientemente de todo lo que los agentes puedan pensar de ellas y, bajo una forma simbólica y subjetiva, esto es, bajo la forma de la *representación* que los agentes se forjan de las mismas.... Las pertenencias sociales (familiares, profesionales, etc.) y muchos de los atributos que definen una identidad *revelan propiedades de posición*” (Accardo 1983, pp. 56, 57 en Giménez , 1997: 23).

Como se ha visto a lo largo de las referencias conceptuales que apoyan esta investigación, se tiene en cuenta esta se presenta en contextos sociales e históricos de la Ciudad de México, en donde se dan fenómenos significativos, de prácticas, creencias, etc., además de los entramados con otros fenómenos culturales como lo son los medios de comunicación que también participan en la construcción de algunas realidades a través de sus

mensajes, dicha construcción está determinada por relaciones de poder, como lo es el económico y el político y, es en esta relación donde se pierden de vista los distintos grupos como la Comunidad Gay y que al igual que otros grupos sociales tienen necesidades de reconocimiento por lo que algunos medios han presentado una visión diferente de la realidad de estos sujetos, en relación a esos mensajes.

I.8 RELACIÓN TEÓRICA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

Por lo tanto, se pretende hacer un acercamiento a las necesidades de la Comunidad Gay con los conceptos teóricos para estructurar esta investigación y construir el sentido que le da esta comunidad a sus necesidades a través de la construcción de una agenda temática estructurada por sus representaciones de una realidad que no le ha permitido integrarse, en este caso, en el ámbito familiar, laboral, escolar, etc.

I.8.1 “*TODO LO QUE NO HAGO*”

Como se sabe, el periodo histórico en el que vivimos actualmente, se delimita por el concepto de cultura ya definido, es decir, todo aquello que hemos aprendido a través de nuestro recorrido social como resultado, por mencionar algunas de las más importantes, creencias religiosas, en donde en occidente, se nos habla de la existencia de un dios y un demonio en nuestra cultura judeo-cristiana; de las visiones y concepciones acerca del mundo en el que estamos como lo pueden ser cuando aprendemos que, estudiar trae como consecuencia en buen trabajo, una casa grande, tener mucho dinero etc.; las prácticas dadas por el consumo de productos y servicios comercializados por las industrias cosméticas, de la moda, la tecnología, etc., así como todas aquellas reglas que nos permiten vivir en armonía con los demás integrantes de la sociedad representadas por los protocolos sociales, las normas policíacas, los reglamentos escolares, entre otros.

En este sentido se hace referencia al tema de investigación para considerar que la propuesta radiofónica, al dirigirse a la Comunidad Gay, entra en los supuestos de los que habla el concepto de cultura, ya que socialmente

un hombre y una mujer contrae matrimonio como una forma de aprobación social, algo ya tácito en el entorno y que, éste mismo, no le permite a estos sujetos integradores de esta comunidad, y sobre todo a quienes los rodean, de la posibilidad que existe de decidir a tener otro estilo de vida dado por su orientación sexual diferente a la de las mayorías.

Lo anterior sirve como marco para entender que la Comunidad Gay, está en un entorno social, como ya se ha dicho; con creencias, valores, normas, supuestos, prácticas, situaciones y lugares de “una sociedad que durante siglos ha generado una tradición de miedos y mitos con respecto a la homosexualidad y a las personas homosexuales, así como una idea poco agradable –y también poco realista- de lo que son”. (Riesenfeld, 2002:16¹).

Es por esta razón que los integrantes de esta comunidad tienen que construir, a partir de lo ya dado, un nuevo conjunto de creencias, valores, normas, supuestos, prácticas, objetos, situaciones y lugares que otorgan significados específicos y generales que les permita integrarse con los otros o la creación de nuevas identidades. Por lo tanto, es posible tomar en cuenta sus necesidades para estructurarlas en una agenda temática que hable de ellas y de los diferentes aspectos que contextualizan sus vidas, por medio de información científicamente sustentada.

1.8.2 “LO QUE QUISIERA SER”

Para continuar con la construcción teórica del tema de investigación, el Concepto Estructural de Cultura, según Thompson (1998: 205), está constituido por los aspectos: intencional, convencional, estructural, referencial y contextual. Los primeros cuatro se relacionan para intereses del proyecto, es decir, con la producción y transmisión y el aspecto de lo contextual, que trata sobre el significado y la interpretación no será utilizado porque el proyecto no estudiará significados.

¹ Para mayor profundidad acerca del tema de la diversidad sexual, puede consultar: “Papá, Mamá, soy Gay”, Guía para comprender las orientaciones y preferencias sexuales de los hijos. Sexóloga y terapeuta con nuevas tendencias libertarias, le han permitido a través de su experiencia terapéutica y como librera (fundadora de la librería “El Armario Abierto”, especializada en sexualidad) la conclusión de la guía mencionada.

Por una parte, el acercamiento que se quiere hacer es conocer cuál o cuáles son la intención o intenciones que la Comunidad Gay tendría acerca de sus necesidades a través de sus discurso, proyectadas en una propuesta radial producida y empleada en relación a sus intereses, es decir, podrían plantearse circunstancias de aceptación social, de dar a conocer su forma de vida así como los significados y representaciones respecto a su sexualidad y la forma y la en que interactúan con la población heterosexual, diversificada en instituciones familiares, económicas, educativas y los roles y estatus que juegan en ellas.

Por otra parte, la propuesta radiofónica estará hecha por un sujeto o sujetos que tienen la intención de brindar las herramientas que les permitan integrarse con el resto de la sociedad. Quien produzca esta emisión, de alguna u otra manera, involucra aspectos personales, de los cuales se rescatarán todos aquellos que sirvan como ideas para elaborar toda la información que se derive de las necesidades a investigar, teniendo como objetivo la integración de la Comunidad Gay, con los otros integrantes de la sociedad; obviamente, como lo dice el concepto, tratará de darse esa información de manera intencional que pueda ser percibida y usada como una “herramienta”. Aquí se encuentra el primer aspecto del concepto estructural de la cultura: lo Intencional.

I.8.3 “NO TODOS SOMOS IGUALES”

En cuanto a la conveniencia que se presenta en las formas simbólicas, se indagará cuál es la percepción que la Comunidad Gay tiene acerca de sí misma y su exposición en los mensajes y las personas mediáticos que los representan en los diferentes medios de comunicación, además de cuáles son los aspectos que aplican las reglas, códigos o convenciones que siguen los medios y evitarlos, en caso de que así lo digan los integrantes de esta comunidad, para darle a la agenda temática un sentido diferente al de otros mensajes mediáticos.

También, se tratará de que toda la información producida del programa de radio será definida por las necesidades de la Comunidad Gay, y tener puntos de referencia, de los cuales podrían tomarse en cuenta, además de que

quienes están dentro del campo de interacción de todos aquellos que serán invitados a participar en el proyecto ya sea como productores, conductores, especialistas, invitados, entrevistados, entre otros, para que los receptores sean capaces de entender lo que se dice según sus intereses.

I.8.4 “LO QUE PODRÍA SER”

Según el discurso de la Comunidad Gay, se pretende conocer el cómo la agenda temática se estructurará de acuerdo a sus necesidades y elementos de producción, técnicos, humanos, temáticos, informativos, entre otros. En este caso y a grandes rasgos, se puede decir que la propuesta radiofónica estará conformada por toda una base teórica, de la cual es parte esta investigación y todo el proceso que conlleva, además de la parte técnica como lo sería el guión y los elementos que los estructuran para darle coherencia a la transmisión final, en caso dado de producirse y transmitirse al aire.

Es decir, después de hacer la investigación y conocer las necesidades informativas del grupo social ya indicado, se trabajará sobre los elementos como los temas a tratar, quienes serán los invitados que los desarrollen, qué y cómo se abordará la información, entre otros, desde el ámbito periodístico; los aspectos comerciales como los conductores, los patrocinadores, y otros elementos, para dar forma a la emisión radial.

Como es de esperarse, la producción en sí, se complementará tanto en niveles técnicos como los operadores, la tecnología de transmisión, las voces, audio, la intervención de otras áreas del conocimiento humano, etc., lo que obviamente, representa estas estructuras de las que se hablaba.

I.8.5 “TODO ES RELATIVO”

Como se sabe, la característica referencial dará la oportunidad de conocer cómo es que las necesidades en cuanto a información se refiere, hablará de lo que según la Comunidad Gay es la representación más cercana a su forma de vida y lo que la rodea, para mostraras al resto social y contribuir a su identidad e integración social como lo dice el problema de investigación.

Por lo pronto y sin querer hacer alguna anticipación a los resultados de la investigación, se pretende saber precisamente el estado de los medios de comunicación masiva como la radio en cuanto al tratamiento de temas como la diversidad sexual, o qué tanto, la Comunidad Gay, ha trabajado para obtener espacios de difusión acerca de su estilo de vida, independientemente de los diferentes aspectos que la estructuran y, que a su vez; también proyectan algo acerca del estado de la sociedad en aspectos como éste, es decir; si tanto las instituciones como la sociedad han sido capaces de promover el conocimiento científico de este tema con el objetivo de mejorar la calidad de vida de esta comunidad y de quienes la rodean; en específico, a través de la interpretación de los resultados.

I.8.6 “VÉNGANSE TODOS”

Como es de saberse, las industrias culturales, específicamente la radio comercial en la Ciudad de México, se desarrolla con la influencia de quienes la manejan y sus contextos, representaciones, significados y actividades, estableciendo modelos públicos que sirven como referentes en los cuales se validan sus ideología por el hecho de aparecer en los medios de comunicación, por lo tanto, es necesario conocer cuáles son las características representativas que deben conformar a quien encabezaría la propuesta radial, además de los puntos estructurales de la estación comercial para estructurar y desarrollar la agenda temática.

De esta manera, la propuesta estará dentro de una sociedad que se encuentra en un constante cambio, sobre todo, el que se da por la velocidad que requieren los procesos mercantiles de nuestro momento sociohistórico y la globalización de mercancías, lo que permite la entrada de otras formas simbólicas del exterior, enriqueciendo o imponiendo ideologías innovadoras, las cuales provocarán un cambio mucho más rápido en cuanto a la forma en la que se define y varía la diversidad sexual y, que aun tiene prejuicios y estigmas sociales, de los cuales, poco a poco y con información se dé una legitimación que favorezca a la Comunidad Gay.

I.8.7 “MI HERENCIA”

La Comunidad Gay, puede relacionarse con los medios electrónicos, específicamente, la radio comercial de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, a través del uso de los mensajes emitidos como punto de referencia para guiar sus acciones dentro del mundo que han construido desde su orientación sexual y facilitar la inclusión social por medio de sus prácticas, afortunadamente para ellos el surgimiento y desarrollo de las industrias culturales ha permitido, dado el proceso de mediatización de la cultura moderna como elemento que se adjunta a la expansión del capitalismo industrial; la posibilidad de conocer variadas manifestaciones de otras partes del mundo, enriqueciendo así, la ideología de la población, dando como una consecuencia la interconexión permite que se desarrolle la necesidad de tener nuevas formas de expresión y recepción en cuanto a herramientas que les permitan vivir en igualdad de derechos en una sociedad que se determina moderna como la nuestra.

La transmisión cultural, como el proceso de transmisión de las formas simbólicas de la Comunidad Gay, está en un contexto diferente y apartado al del resto de la sociedad y, es precisamente por esto, que esas formas tienen que ser encaminadas para ser conocidas por los diferentes grupos sociales en un proceso de interacción entre homosexuales, heterosexuales y otros conjuntos a través de un medio técnico como la radio, ya que este debido a sus diversos modelos (radio convencional, walk man, celular, Internet) tiene la posibilidad de ser escuchado por una gran cantidad de personas, que puede ser desde su intimidad para quienes no han hecho evidente su orientación sexual hasta de forma abierta en alguna habitación compartida.

Obviamente, en este caso se aplican los atributos del medio técnico como la fijación, ya que al pretender ser una propuesta informativa, de llevarse “al aire”, el programa puede ser grabado para su uso posterior. Por otra parte, la reproductibilidad de estas formas, se dará desde el ángulo de hacer una propuesta completamente comercial, ya que la idea es otorgar una opción dentro de la radio comercial, por ser una forma sin restricciones, ya que

cualquier persona puede tener acceso a un aparato de radio en las modalidades ya mencionadas. Por último, el nivel de participación en esta propuesta no requerirá de grandes facultades, habilidades y recursos, ya que el tratamiento de la información será lo más clara y coloquial posible para poder llegar a grandes cantidades de audiencia y variedad dentro de la Comunidad Gay.

Respecto al aparato institucional de transmisión, se pretende que sea la radio comercial donde se pretende desarrollar esta propuesta, por tal motivo, se requerirá como un mecanismo de control (además de los que requiera el medio por su naturaleza comercial) que tanto las personas que intervengan en la producción y conducción sean profesionales de la comunicación así como los distintos especialistas en los ramos de los temas que se desarrollarán.

1.8.8 “¿SADOMASOQUISMO?”

La propuesta radiofónica orientada hacia la Comunidad Gay, es precisamente, el resultado del que se habla en el concepto de hegemonía, pues desde hace algunas décadas, la liberación sexual y otros movimientos sociales han luchado por ser reconocidos en sus derechos humanos, de formar comunidades en las que existan espacios de expresión artística, de identificación y aceptación, así como grupos de convivencia o el simple hecho de saber qué hacer en un entorno social heterosexual, obviamente, hechos que están en la cotidianidad de este sector y que los resultados de ésta se reflejan tanto en el ámbito personal y colectivo.

Esta tensión se da también, cuando no existen por parte de las instituciones no hacen un intento por erradicar la discriminación y fomentar el conocimiento, el entendimiento y el respeto a la diversidad sexual, cuando los derechos humanos, laborales y sexuales entre otros son vulnerados por homicidios por homofobia, despidos laborales, falta de atención médica, así como la seguridad social a la que todos tienen derechos y tener una acercamiento a las formas en que esas tensiones se dan entre la población heterosexual y los medios de comunicación que manejan y la Comunidad Gay, así como al interior de esta y sus mecanismos de acción, si es que existen.

I.8.9 “NO INVOCADOS”

Este proyecto servirá como una opción ya que al observar el panorama actual de los medios de comunicación, se da cuenta de que la mayoría de la oferta comercial de la radio se enfoca en lo musical, espectáculos, noticias y deportes, tal vez unos más o menos importantes que otros, y que, debido a esto, son pocos los programas que hablan abiertamente sobre sexualidad, específicamente homosexualidad, en este aspecto, el programa radial comercial Triple G, actualmente es el único que está dirigido a la Comunidad Gay.

Los pocos espacios al aire que hablan sobre el bienestar humano se enfocan en problemas sentimentales, judiciales, de salud, entre otros, y ni siquiera se abarca con amplitud el tema de la orientación sexual y el único programa que lo hace, lo desarrolla de manera frívola, marcando los estereotipos que ya conocemos, y no lo hace de carácter incluyente dentro de la misma Comunidad Gay, ya que está dirigido a personas con un nivel sociocultural alto, hecho que no estaría de acuerdo a las condiciones sociales, económicas y culturales de la misma comunidad y de nuestro país, en donde aún existe ignorancia en todos los temas y más, en la sexualidad, específicamente, la homosexualidad, con fenómenos como el rechazo dentro de este mismo núcleo y como del exterior.

Es decir, la referencia conceptual en este sentido se explica de la siguiente forma: al conocer las necesidades informativas de la Comunidad Gay para complementar su identidad e integración social a través de la agenda temática traducida en una propuesta radial, de que, como ya se dijo, la interacción y el intercambio de representaciones y significados de los sujetos se lleva cabo en mundos endógenos y exógenos en la vida cotidiana con todo y las creencias, prácticas y demás, se podrá en caso de esta propuesta se produzca en forma de que sea entendida también por quienes no tienen esta una orientación sexual homosexual, en otras palabras, que exista un intercambio informativo y significativo entre las personas homosexuales y quienes no lo son.

I.8.10 “HOMO... SEX”

Como ya se había dicho, la Comunidad Gay, tiene que construir desde su estancia en el mundo cotidiano donde juega un rol de estudiante, hijo, profesionista, etc., todas aquellas formas con las que la mayoría de la gente vive; circunstancia que a su vez, fuerza a este sector a buscar o resignificar las formas simbólicas que le permitan sentirse identificado con otras personas de su misma orientación sexual, empezar una construcción social de su realidad, de su mundo cotidiano dado por su necesidad de establecerse en su mundo.

Dadas las relaciones que se dan ya en su realidad la Comunidad Gay, comienza a interactuar con los otros para originar procesos de imitación, traducción e interpretación, proveídas por todas aquellas transmisiones que reciben y emiten de su entorno social como el modelo de familia, de pareja, etc. Se considera que es aquí donde se da también una crisis de identidad como una situación en la que se pierden todos esos modelos que habían servido, hasta cierto punto, como las pautas a seguir en la sociedad en donde al no permitírseles el ejercicio de su sexualidad, desde la religión como algo demoníaco, la familia y la presión de casarse o de “pagar los pecados”, y desde el desconocimiento científico del tema.

I.8.11 “LOS MUNDOS DE LA VIDA”

Finalmente, al dirigir la agenda temática a la Comunidad Gay de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, con la cual se pretende complementar su identidad e integración social es de utilidad, de manera ínfima, tomar en cuenta el aspecto de la identidad, es decir, las integrantes de la comunidad gay, antes que nada, son seres sociales inmersos en la cultura mexicana en la que aún prevalecen concepciones sociales contrarias al “saludable” desarrollo de sus integrantes y todo lo que éstas implican, por lo tanto interactúan independientemente de su orientación sexual, pero en este proceso se presentan con un conjunto de elementos cognitivos acerca de las expectativas creadas sobre ellos y su acción social dentro de círculos sociales heterosexuales, por lo tanto al estar en la interactividad se percatan de que su homosexualidad no encaja en tales expectativas buscan la forma de

conformarse en grupos con características similares. De esta manera, construyen “identidades” subjetivas del grupo y en su interior.

Esta creación de identidades les permite interactuar desde las posiciones que como grupo ocupan en la sociedad, un grupo discriminado, estigmatizado o como se les conoce ahora; grupos vulnerables, en el mismo espacio social como lo es la familia, el trabajo, la escuela y otras instituciones y, en determinados casos, adhiriéndose a las reglas de éstas, sin olvidar que este grupo posee características específicas como lo es la homosexualidad, ocupando así una posición ilegítima o invalidada por otros agentes como la iglesia, los gobiernos, etc., además de entender que la comunidad gay está caracterizada por subgrupos, y hacer visible que la diversidad sexual es más que un grupo con determinadas características, que está en constante cambio, abierta y diferenciada en sí misma, como lo son las nuevas identidades modernas.

Por lo tanto, a manera de esbozo, si se quiere contribuir con la agenda temática a satisfacer las necesidades informativas para ayudar a complementar su identidad, es necesario que se conozcan cuáles son los elementos significativos y representativos que derivarán como necesidades para tal fin desde los campos ya mencionados.

Finalmente, se ha visto que los conceptos ayudan a ubicar al problema de investigación y resolverlo al crear nuevo conocimiento en relación a la comunicación y cultura, tales puntos teóricos permitirán la existencia, desde el inicio, y tener un marco de referencia y una coherencia en el proceso de investigación y el planteamiento hecho entre los conceptos y el problema de investigación: conocer cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social. De este problema se tienen dos ejes principales, el primero es la Comunidad Gay, por ser el grupo al que esta dirigida la agenda temática y, el segundo es dicha agenda para la creación del programa de radio comercial, por estas razones, se elaboró un marco histórico-contextual sobre la homosexualidad, la radio y la

relación entre estos dos para dar cuenta de la construcción simbólica a través de lo social e histórico de la producción, circulación y recepción de esas formas simbólicas y conocer a su vez, los escenarios espacio-temporales, los campos de interacción, las instituciones y la estructura social del problema de investigación.

CAPÍTULO II

Para ubicar el problema de investigación contextual e históricamente es necesario considerar que se abocará a un aspecto sociohistórico (Thompson, 1998: 409), es decir, que las formas simbólicas son producidas, transmitidas y recibidas en circunstancias sociales y espaciales, cada una con sus particularidades. El objeto de este aspecto se ocupa de las características sociales e históricas en las que se ha desarrollado el problema de investigación, en este caso, las necesidades informativas de la Comunidad Gay desde la concepción espacial y temporal de la homosexualidad, al igual que la historia de la radio y, por último, los programas de radio que han tenido en sus temas a tratar a la homosexualidad a través de una revisión programática.

Por otra parte, Thompson (1998: 409), señala que las formas simbólicas se ubican en campos de interacción, en estos existen posiciones y trayectorias que definen las relaciones que se establecen entre los individuos a través de sus capitales e instituciones, en las que en la misma dinámica de los campos fijan posiciones y trayectorias para crear nuevos campos de interacción, posiciones y trayectorias que se expondrán durante el desarrollo del capítulo.

Dentro de este punto sociohistórico, la estructura social también hace énfasis a las asimetrías que caracterizan a las instituciones sociales y a los campos de interacción. Es decir, cómo la orientación sexual de los sujetos ha sido utilizada para rechazarlos y mantenerlos en una posición sometida en diversos campos, por mencionar algunos como el laboral, familiar y académico, sobre todo en los medios de comunicación masiva (Thompson, 1998: 410).

En último lugar, están los medios técnicos de transcripción que le dan un grado de fijación, la reproducibilidad y grado de participación en el cual se han desarrollado las formas simbólicas con características que requieren ciertas habilidades, reglas y recursos para codificar y decodificar los mensajes, así como los atributos que los sujetos les otorgan (Thompson, 1998: 411).

“ENTRAMADOS SEXUALES”

II. MARCO HISTÓRICO-CONTEXTUAL

Es importante señalar que durante años la homosexualidad y el conocimiento científico de ésta hasta su complementariedad en términos de Diversidad sexual, específicamente, la Comunidad Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénero (LGBT)¹, han tenido un proceso histórico mundial, donde han intervenido aspectos políticos, económicos, sociales, etc., que de una u otra forma, han llevado a su manifestación con el objetivo de ser reconocidos e integrados en el mundo social de los grupos hegemónicos a través de tácticas como lo pueden ser las marchas de liberación gay y la creación de asociaciones, entre otros (Hernández, 2002: 31).

Es por esta situación que es pertinente conocer de forma general las distintas visiones de la homosexualidad, se menciona sólo esta variante de la diversidad sexual porque la propuesta está dirigida a la Comunidad Gay; hasta algunos de los estudios más importantes que se han hecho sobre pluralidad sexual como parte fundamental en los antecedentes de problemáticas de esta índole. En este sentido, considero elemental señalar que el trabajo escrito del maestro Porfirio Hernández, sobre la construcción de la identidad de un grupo homosexual es significativo como antecedente ya que, al hacer un estudio sobre la construcción de la identidad de un grupo de reunión gay en la ciudad de México, nos acerca más a los pocos problemas de investigación llevados a cabo en la ciudad de México con grupos específicos como lo puede ser el Movimiento LGBT, al ser parte de la diversidad sexual.

Por otra parte y como complemento de lo anterior, Canclini (1993: 15,16), concluye que las pocas investigaciones que se han hecho en nuestro país sobre consumo cultural son escasas, cualitativa y cuantitativamente en todos los ámbitos, es decir, no existe ninguna relación que evalúe las necesidades y demandas de los individuos de nuestra cultura.

¹ Término que agrupa, además de organizaciones civiles de gays y lesbianas, grupos de bisexuales, transgénicos, travestis y transexuales; dichas organizaciones se apoyaron en viejos líderes del Movimiento de Liberación Homosexual (MLH) Mexicano para darle continuidad a las actividades del ya denominado Movimiento Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénico (LGBT) durante la década de los años 90 (2002: 13, 14).

En el caso de los medios de comunicación, específicamente la radio y la televisión, son efímeras las intenciones de llegar al conocimiento de determinadas necesidades en grupos específicos, por lo que Canclini (1993: 16), habla de sondeos cuantitativos que arrojan datos numéricos en cuanto al público consumidor; por lo tanto, institucionalmente dichos resultados suelen ser poco confiables para ellas mismas.

Al hablar de las necesidades informativas de grupos sociales específicos como la Comunidad Gay, se hace referencia a todos aquellos elementos sustentados académica y científicamente que les permitan de una u otra forma y diversos grados, a participar socialmente por medio de su identidad individual y grupal, es por eso que el tema de la homosexualidad se retomará a manera de antecedentes las principales concepciones culturales de la diversidad sexual, hasta la actualidad a través de estudios científicos que la han denominado como una orientación sexual integrante de la diversidad sexual.

II.1 DE LA PEDOFILIA A LA GLOBALIZACIÓN.

Para comenzar, se tiene como referente a Occidente, representado por las Antigua Roma y Grecia, en donde las clases dominantes e intelectuales ejercían la pedofilia², como práctica exclusiva de estos grupos, sobre todo con jóvenes varones; por el contrario, en Oriente, en el Antiguo Testamento se rechazaban todos los comportamientos homosexuales como “indeseables, sucios y como residuos del despreciable paganismo anterior”, ya que el pueblo judío consideraba que no era necesario desperdiciar el esperma porque evitaba el crecimiento de la tribu.

Por otra parte, el Cristianismo canalizó su concepción a través de una construcción significativa al interior de los individuos al implantar la idea de que esta orientación era considerada un pecado y del autocontrol sexual; tal situación cambio durante la Alta Edad Media ya que la homosexualidad fue tolerada gracias a que el emperador Carlo Magno (742-814) no inventó nuevos castigos y, aunque estuvo en contra, lo llamó pecado y no delito.

² Según Farré Martí (1993), en la Grecia antigua la pedofilia se definía como el amor a los muchachos jóvenes (masculinos y femeninos).

Posteriormente, la Santa Inquisición calificó a la homosexualidad como herejía y crimen, por lo que, quienes la practicaban debían “ser quemados en llamas de fuego”, pero esta situación permitió que con el desarrollo del Renacimiento y su entorno de las ideas y la estética clásicas, la homosexualidad tuviera un “descanso” ya que al ser menos asediada ésta se extendió por las principales ciudades italianas renacentistas permitiendo que los hombres prefirieran practicar el pecado “contra natura” en vez de recurrir a la prostitución femenina.

Contrariamente a este “descanso” al arbitrariedad caracterizó al siglo XVII, porque esta práctica se pensó como un acto cometido por “dementes y pecadores”, pero entre el vaivén religioso y mental, se retorna a su concepción de raíz, es decir, con la llegada de la Ilustración en el siglo XVIII, el siglo de las Luces, la libertad sexual caracterizó este siglo, y era practicada por la nobleza. Estas ideas influyeron en la América colonial, donde los homosexuales eran ajusticiados en la mayoría de los casos para que no fueran enviados a prisión para purificar sus culpas.

Por otra parte, durante el siglo XIX, específicamente en el año 1869, Benkert, médico húngaro, le envió un carta al ministro de Justicia de su país donde hacía un “examen racional de la homosexualidad y argumentando que el Estado no tiene por qué meter las narices en los dormitorios de los ciudadanos. Benkert, ponía a la Medicina del lado de los homosexuales, al defender a través de su carta el comportamiento de los homosexuales, a pesar de que otros autores ya habían clasificado esta orientación como una enfermedad psiquiatría (Farré Martí, 1993, pp. 450-457). Por otra parte, es relevante poner de manifiesto que muchos estudios sobre sexualidad, tienen una base política sobre homosexualidad, que se originaron a finales del siglo XIX en Europa y Estados Unidos a principios del siglo XX (Hernández, 2002: 32).

Los movimientos de los derechos de los homosexuales catalogaron a estos sujetos como un “fenómeno humano natural” (Jagose, 1996 en Hernández, 2002: 32) y que, actualmente, según Plummer (1992 en

Hernández, 2002: 32) podrían nombrarse como “gays”³. De esta manera, Minton (Plummer, 1992 en Hernández, 2002: 32) los nombra “precursores de la ‘intelligentsia gay’”.

Los primeros movimientos al no ser masivos como los que se presentarían en el futuro trabajaron política y educativamente para que la homosexualidad ya no fuera motivo de intolerancia y dejara de considerarse criminal y que surgieran cuando la homosexualidad por fin sale a la luz como una identidad, hecho que le permite a las personas con una orientación sexual diferente identificarse, por primera vez, como *ser* un homosexual (Jagose, 1996 en Hernández, 2002: 32).

Por otra parte, las lesbianas al ser ignoradas en las disertaciones discursivas que eran dadas por entendidas dentro de éstas, no tienen gran desarrollo teórico y académico en los estudios de esa época (Plummer, 1992 en Hernández, 2002: 37). Como añadidura, dice Plummer, en la segunda mitad del siglo XX hasta llegar a la actualidad, que fue a través de las organizaciones de personas homosexuales que se le dio un fuerte impulso a los estudios lésbico-gays, ya que éstas promovían de manera efectiva la difusión de actividades políticas e intelectuales, encabezados por los movimientos de liberación gay y de lesbianas, que vieron su inicio en las redadas policiales en bares de reunión de homosexuales de Stonewall, en 1969 en Nueva York (Lutes y Minton, 1992 en Hernández, 2002: 37).

El momento culminante para el establecimiento de un día que sirviera como motivo simbólico de la resistencia y el fin a la intolerancia del poder judicial llegó el día 27 de junio de 1969, cuando la policía realizó un redada en el “Stonewall Inn”, un centro de reunión de travestis, ubicado en Greenwich Village, Nueva York, por tal motivo, esta fecha es utilizada por la Comunidad LGBT como el día del Orgullo gay ya que permitió edificar a los grupo gays y lésbicos como grupos políticos y promotores del cambio cultural en las

³ Término que proviene de Gayo en castellano y Gay e inglés, Gai en francés, Gaio en italiano, etc., y que tiene en su origen el significado de alegre, jovial, de vida festiva y disipada. Existe otra acepción equivalente al homosexual que se reconoce como tal, se acepta y lucha para reivindicar sus derechos (Farré Martí, 1993: 462)

naciones donde se llevan a cabo estos movimientos (Jagose, 1996 en Hernández, 2002: 42).

En el ámbito médico, el movimiento homófilo pugnaba porque los psiquiatras concibieran a la homosexualidad determinada como patología y algo vergonzoso, en una visión más liberal; es decir, el ser gay, entendida como el derecho civil de estos sujetos a presentarse públicamente y en un sentido de orgullo de identidad, así como el ejercicio de su sexualidad con personas de su mismo sexo como un estilo de vida gay (Hernández, 2002, pp. 48, 50).

De esta manera, históricamente se ha construido una identidad gay, en primer lugar, iniciada por la lucha de los derechos civiles de los primeros grupos homófilos, del movimiento homófilo y del movimiento de liberación gay dados en diversos contextos temporales, así como la expansión de estos grupos desde la Segunda Guerra Mundial, la subcultura masculina gay en San Francisco y Nueva York a finales de los años 60 han sido la base de la construcción de la Identidad gay colectiva (Weeks, 1993 en Hernández, 2002, pp. 50, 51) y esto se complementa al decir, junto a Gayle Rubin, que la movilización homosexual incorporó agrupaciones de “travestis, transexuales, pedófilos, sadomasoquistas, fetichistas, bisexuales, prostitutas y otros” (Weeks, 1993: 296 en Hernández, 2002: 51) que se unieron al movimiento lésbico-gay y reivindicarse en todos los ámbitos sociales.

Hernández (2002: 52), retoma a Weeks (1993), y dice que los cambios sociales que contribuyeron a la conformación de las identidades sexuales fueron las posibles discusiones sociales acerca de la sexualidad, la mayor creación de literatura con temas de sexualidad, así como cierta flexibilización religiosa y los medios de comunicación, a la par de la medicina.

Por otro lado, Weeks (1993 en Hernández, 2002, pp. 52, 53) dice que la actividad política de las organizaciones homosexuales europeas, el movimiento homosexual estadounidense y la política bicameral de grupos de presión en Inglaterra de la década de los 60, le dieron forma la “moderna conciencia gay”:

- 1) Una lucha por la identidad; 2) El desarrollo de las comunidades sexuales y;
- 3) El crecimiento de los movimientos políticos.

Las consecuencias de los hechos mencionados tuvieron como consecuencia en la década de los años 70, el papel de la globalización ha sido fuertemente interiorizado en los movimientos nacionales, sobre todo en la Ciudad de México, ya que éste retoma las propuestas del modelo de ser gay estadounidense que pretende una escalada para tener sus derechos nuevamente en vigencia y plantea la necesidad de hacer pública la orientación sexual (Hernández, 2002: 141).

Aunado a lo anterior y como punto referencial, en México durante la década de los 70 los grupos de gays y lesbianas imitaron el modelo norteamericano de *la salida del clóset*⁴, facilitado por el proceso de globalización, lo cual no tuvo las consecuencias que se creía podrían ser el resultado de la aplicación de dichos discursos; por lo que en el transcurso de los años 80, hubo una crisis del Movimiento de Liberación Homosexual (MLH)⁵, ya que sus integrantes se dividen por la gran diferencia de puntos de vista de éstos, sobre todo, de ámbitos políticos (Hernández, 2002, pp. 141, 142, 153).

Los primeros años de la década de los 90 se caracterizaron por la inexistencia de un movimiento como tal en la Ciudad de México que representara a una generalidad. Algunos de los puntos por los que se enarbolaba cierta lucha eran contra el machismo y la misoginia, además de la salida del closet como un medio que permitiera la legitimación social de este sector (Lumsden, 1991 en Hernández, 2002, pp. 174, 175).

En los últimos años de esta década, la visibilidad de la diversidad sexual era posible debido a actividades culturales, preventivas del VIH/SIDA y otras conmemoraciones con las que se pretendía informar todo lo relacionado a esta infección y prevenir la homofobia y, en palabras de Hernández (2002: 184) era

⁴ El término “salir del clóset”, se entiende, actualmente, como *decirle a alguien que se es homosexual* (Riesenfeld, 2002: 248).

⁵ El Movimiento de Liberación Homosexual, fue fundado por los simpatizantes activos Juan Jacobo Hernández y Rafael Manríquez (Hernández y Manríquez, 1993 en Hernández, 2002: 142) en 1971, después de los disturbios ocurridos en Stonewall; y marca el ideal para el nacimiento de otros grupos.

un contradiscurso con diversas expresiones y posturas sociales y políticas determinadas por los fines de los grupo y de las características socioculturales de los integrantes.

Para complementar el panorama histórico de la conformación de Comunidad LGBT, el Virus de Inmunodeficiencia Humana/Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (VIH/SIDA), tuvo una gran impacto en la comunidad homosexual, ya que se asoció a éstos con esta infección, por lo que diversos grupos en el mundo comenzaron una campaña informativa con todo lo relacionado al VIH/SIDA, con obstáculos sociales y religiosos (Hernández, 2002: 163).

Por otra parte, la Marcha del Orgullo Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénico, nombrada así de 1998 a 2000 o la Marcha del Orgullo por el Respeto al Derecho a la Diversidad Sexual, rebautizada en 2001, se ha convertido en un icono para todos aquellos que además de pertenecer a la Comunidad LGBT, tienen o practican hechos de otras orientaciones sexuales no mencionadas; a través de la cual tienen la posibilidad de hacerse visibles y asumir su orgullo a través de su identidad, manifestando así, su identidad gay, lésbica, etc. (Hernández, 2002: 284).

Por esto es importante tener en cuenta la relevancia que se hace de los estudios lésbico-gay, ya que la academia le dio validez a éstos por el surgimiento de los movimientos de liberación homosexual en Estados Unidos aunados a los cambios culturales que van de la mano con el desarrollo social. Estas investigaciones se diseñan en un marco teórico-metodológico que con el paso del tiempo y por los paradigmas que representan a la Diversidad Sexual han llevado a un interdisciplinariedad académica (Hernández, 2002: 75).

Por último, Hernández (2002, pp. 358, 359), da una breve visualización sobre el Movimiento Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénico, o de la Diversidad Sexual, en el año 2001, al presentar dos puntos que refieren la necesidad de la promoción de iniciativas relacionados a la unión legal de las parejas del mismo sexo y la inclusión, por parte de los partidos políticos, en diversas actividades, además de cita al investigador Roberto González Villareal (2001), quien

apunta que una de las estrategias del movimiento gay actual se refiere al hecho de hacer pública su orientación sexual así como, el incremento en la penetración de los gays en instituciones políticas, económicas, entretenimiento y que, contrariamente, este tipo de incursiones de ve truncada por la acción de la autoridad, sobre todo, la policíaca.

Por otra parte, otro de los problemas actuales del movimiento gay se refiere a la poca voluntad de las autoridades par resolver los crímenes por homofobia cometidos en el país, además de la persistencia de las divisiones entre los diferentes grupos que conforman dicho movimiento y la falta de discursos y líderes políticos (Hernández, 2002, pp. 361-363).

Como consideración final, Hernández (2002: 366), concluye en su tesis de maestría que el grupo estudiado sirve como un espacio que les permite a sus integrantes hacer válidos sus deseos homoeróticos y adscribirse a la identidad gay, dados por las relaciones interpersonales que les permiten reproducir códigos de identidad que se refleja individual y colectivamente.

Dicha conclusión muestra una vez más, sobre el espacio físico que se creó y que funcionó como constructor de identidad, al reproducir y agregar nuevos elementos que le permitieran validar las características específicas de dicho grupo y, por esto, puede servir como un elemento que le permita a la Comunidad Gay, seguir evolucionando a través del tiempo, dando cuenta, nuevamente, en que la mayoría de las formas de expresión se requiere de complementariedad y la producción de formas simbólicas en la radio comercial es una de ellas.

Todo lo anterior revela y nos sirve para dar cuenta de que los movimientos promovidos por la Comunidad Gay, a lo largo de la historia han tenido entre otros, el objetivo de ser reconocidos a través de su identidad ya que son sujetos entramados en diversos roles y estatus sociales y, que siempre

han buscado tácticamente los espacios que les permitan establecerse en nuestra cultura, pero dentro de estos espacios, es evidente que intrínsecamente en las instituciones productoras de formas simbólicas no ha habido el interés que les permitan a movimientos como éste, continuar con el desarrollo de su tendencia a través de elementos informativos que les ayuden a seguir formando su identidad como sujetos y como grupos para tal fin.

Es por eso que, aunque se ha hablado de espacios físicos, políticos, en núcleos familiares, institucionales, etcétera, pero no se sabe sobre la producción, el consumo y la distribución de formas simbólicas para este sector específico por y para los medios de comunicación como la radio comercial de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

II.2 LO PÚBLICO Y LO PRIVADO, ¿DE QUIÉN?

A pesar de que en los últimos años las manifestaciones de la Comunidad Gay han sido evidentes, aún existen problemáticas antiguas relacionadas al rechazo social, la estigmatización, la manifestación pública para exigir la plenitud y cumplimiento de los derechos humanos, entre otros; estos hechos son especificados de manera documentada por profesionales en el estudio de la diversidad sexual, y de estas situaciones se da cuenta de manera amplia en el ámbito de la sexología y que, precisamente, ayuda a contextualizar la situación de la Comunidad en la actualidad. Por lo tanto, se comienza por considerar el siguiente dato:

En México, de acuerdo con el Centro Nacional para la Prevención y el Control del VIH/SIDA (Censada, antes Conasida), la población declarada gay es cinco por ciento del total. Es decir que –en números redondos- de cien millones de mexicanos, cinco millones no son heterosexuales (Batres, 2004: 19).

Según la misma cita, señala que según datos de organizaciones no gubernamentales, el porcentaje de la población declarada homosexual podría duplicarse e incluso llegar al once por ciento de esa totalidad, por lo que lo que, tal cantidad puede representar que, por lo menos, las personas que no son homosexuales, tienen alguna referencia de una persona gay, sin

embargo, como lo señala la sexóloga Rinna Riesenfel (2002) la construcción social en relación a la Comunidad Gay, sigue ignorando su existencia y estructurándola para un mundo heterosexual:

Es interesante que, paradójicamente, en tanto las estadísticas confirman que un porcentaje significativo de la sociedad es homosexual, nos siguen preparando para tener sólo sueños heterosexuales acerca de nuestras hijas e hijos: fantaseamos sobre cómo van a ser cuando crezcan y nos formamos expectativas sobre ellos. Pero estas ilusiones se construyen a partir de lo que no nosotros queremos y lo que se promueve en el núcleo social, no de lo que ellos necesitan. (Riesenfeld, 2002, pp. 23, 24).

La cita anterior se hace ya que, de cierta forma, la propuesta radiofónica está enfocada precisamente a que los sujetos que integran la diversidad sexual tienen discrepancias sociales como consecuencia de su orientación sexual por los motivos que la autora explica sobre las expectativas que se forman alrededor de ellos. De esta forma se crea el rechazo y, por reacción una segregación que no les permite tener una relación social aceptable, es decir, que los integrantes de la Comunidad Gay, puedan desarrollarse en los distintos campos de interacción y con sus capitales almacenados, independientemente de su orientación sexual, sin que esta represente acciones reacias a su existencia, en la que la extorsión y abuso por parte de los poderes políticos, como los partidos políticos y otras organizaciones no gubernamentales que no toman en cuenta sus argumentos ciudadanos, los coercitivos como los policíacos que extorsionan a parejas de hombres con la amenaza de “avisarles a sus padres” cuando los ven tomados de la mano, entre otras y, los simbólicos (Thompson, 1998, pp. 29, 30) que buscan, precisamente, darle continuidad a las formas existentes de rechazo social y de incentivar nuevas y validarse de instituciones como los son los medios de comunicación, sobre todo la televisión que tiene la ventaja en una sociedad que hace un uso representativo de ellos, para mostrar una imagen que no podría corresponder a la mayoría de la Comunidad, a través de los estereotipos que etiquetan negativamente a ésta.

Por otra parte, según Riesenfeld (2002: 24), en nuestra cultura poco se promueve el respeto a la individualidad de los hijos, lo que hace que padres y madres a menudo se sientan defraudados y desilusionados. Esto no sólo sucede con... homosexuales... Siempre existen sorpresas: no se casan con la persona que nos gustaría, no estudian la carrera que hubiéramos deseado, no tienen el trabajo que nos agradaría, no viven en donde quisiéramos, etcétera.

La sociedad nos instruye un poco más a lidiar con estas situaciones que con la orientación sexual.... Comunicar que se es gay dispara muchos estereotipos negativos, implica un gran riesgo.... Recordemos que todos venimos de una cultura llena de miedos y mitos sobre las preferencias sexuales. Decir: “soy homosexual” o “soy lesbiana” implica muchas cosas, entre ellas, el enfrentamiento a la aceptación o el rechazo... (Riesenfeld, 2002, pp. 27, 28).

A su vez, la autora señala: “Pese a que socialmente se promueve la heterosexualidad como única opción válida y positiva, esto no ha funcionado como un antídoto contra la homosexualidad, que ha existido desde tiempos inmemorables como parte de la diversidad del comportamiento sexual humano. Estudios científicos reconocidos han demostrado que la homosexualidad también se da entre los animales” (Riesenfeld, 2002: 38).

También la sexóloga explica que es importante aclarar que no hay un estilo de vida gay. Es decir, los estilos de vida homosexual son tan diversos como lo son los estilos heterosexuales, en otras palabras, la gente actúa independientemente de su orientación sexual (Riesenfeld, 2002: 70).

Siguiendo en la misma línea, esta terapeuta (Riesenfeld, 2002: 82) habla sobre lo importante que es entender que el individuo que es gay, sea hombre o mujer, se juega muchas cosas cuando dice que es homosexual o lesbiana. En la mayoría de las veces, esta revelación implica la pérdida del trabajo, de la familia, de los amigos, etc. Los seres humanos estamos en un constante nombramiento a manera de etiqueta dado por todo aquello que nos llama la atención. La orientación sexual es una diferencia que causa un estigma mayúsculo... ya que, al parecer, la gente prefiere omitir la existencia de la

diversidad sexual sin tomar en cuenta que ésta se presenta en todas las culturas, razas, creencias religiosas, lugares geográficos, clases sociales, económicas y políticas.

En palabras de la autora (Riesenfeld, 2002, pp. 86, 87), en un mundo donde todavía se da por hecho que todas las personas son heterosexuales, salir del clóset es una forma de exponer su existencia.... A finales la década de los años 60's eran pocas las personas que se atrevían a descubrir su orientación sexual.... Esta situación ha ido cambiando, de forma que al mostrar al mundo que la diversidad sexual se manifiesta, en algunos casos, como la de la mayoría.... En este sentido, la escritora (Riesenfeld, 2002: 87) claramente habla de la identificación misma a través del otro, concepción de la que habla Giménez (1997: 13), "la identidad del individuo se define... por la pluralidad de sus pertenencias sociales, en términos psicológicos se señala que "el mostrarse como se es se considera una opción para evitar la invisibilidad social, reforzar la autoestima y manifestar los propios derechos.... no se tienen los mismos derechos que los heterosexuales, en contraste con un desarrollo de mayor tolerancia a la diversidad sexual, hay una clara deficiencia para erradicar la ignorancia respecto a la homosexualidad ni las creencias de antaño de que una persona con otra orientación sexual estaban enfermas, eran delincuentes o que no tenía moral y representaba una amenaza social.

Por el contrario, la ciencia ha determinado que la orientación sexual tiene una importancia mínima.... El tener una orientación sexual diferente no quiere decir que esto se traduce como un crimen, por lo tanto, no es ningún delito.... Nuestra máxima legislación otorga los mismos derechos y obligaciones para todos sin importar raza, credo, clase social, etc., pero para las personas con una condición sexual diferente la balanza se inclina más hacia las obligaciones que a sus derechos.... Por el contrario, hay que tener en cuenta que la comunidad homosexual no busca derechos especiales o concesiones sociales extras de la del resto del círculo social, lo único que pide es igualdad en sus derechos y oportunidades (Riesenfeld, 2002, pp. 93-94).

Otro aspecto importante, es que la cultura nos ha enseñado que la homosexualidad es causa de vergüenza, por tal motivo, las familias y los

amigos.... Tienen miedo de hablar del tema y sienten coraje ante el hecho de que algún integrante es homosexual.... La causa de este es la ignorancia sobre el tema, generando homofobia. Esta es entendida como un sentimiento de miedo y coraje hacia la homosexualidad.... Manifestándose en chistes, comentarios y burlas (Riesenfeld, 2002: 100).

En muchos casos, los homosexuales llegan a sentirse solos y aislados.... Por lo que se generan sentimientos de soledad, de no pertenencia y de búsqueda. Es decir, no hay alguien más para hablar y compartir sus vivencias por la desafortunada reacción de carácter intervencionista o amenazador.... Esto da como consecuencia que se formen grupos de homosexuales.... Para generar fuerza y apoyo, sin deslindarse de las relaciones con los demás sujetos (Riesenfeld, 2002, pp. 102-103).

El VIH/SIDA es un elemento importante para la comunidad gay y su relación con los otros porque existen personas sin la información oportuna acerca de la homosexualidad y de VIH/SIDA, que al saber que un homosexual muere a causa de este virus se sienten liberados de una “plaga” (Riesenfeld, 2002: 121).

Por último, el aspecto religioso también es importante dentro de la diversidad sexual ya que:

A través de los tiempos se ha venido enseñando con sermones, cátedras, seminarios y estudios bíblicos que la Biblia, y por ende Dios, condenan al homosexual. La mayoría de los religiosos enseñan que el homosexualismo es un terrible pecado, otros dicen que el homosexual es poseído por demonios. Es una enfermedad para unos y un vicio lujuriosos para otros.... Aquellos estudiosos que se negaron a reconocerlo motivados por sus prejuicios, fines políticos y complejos machistas envenenaron las mentes ignorantes de las generaciones de antaño y todavía hoy siguen haciendo daño con sus falsas interpretaciones bíblicas en contra del homosexual.... Aunque mucho decimos que aceptamos la Biblia como nuestra regla de fe y conducta, en realidad son pocas las personas que lo hacen en la práctica. Pero son muchas las que escogen los versos bíblicos que les

convienen y los aplican para satisfacer sus prejuicios, para ceder a sus complejos y afirmar lo que ellos quieren creer y hacer creer a los demás (Riesenfeld, 2002, pp. 128, 129).

Como se pudo ver, son diversos los factores que han afectado la interacción social de la Comunidad gay, desde los internos como lo es el individuo, hasta otros como lo son los religiosos, dichas afectaciones están representadas por la ignorancia sobre la homosexualidad, la estigmatización, el rechazo social y la no inclusión a cualquiera de los mencionados. Por otra parte, mucho de lo anterior se refleja en los medios de comunicación, puesto que no hay que olvidar que quienes los encabezan a final de cuentas son sujetos inmersos en una cultura como la mexicana, con retrasos significativos en todos los aspectos, por lo tanto, la producción y distribución de mensajes con temáticas homosexuales no han avanzado de acuerdo al desarrollo de las necesidades de la Comunidad gay, lo que en el siguiente apartado se revisará esta situación.

II.3 LAS ONDAS DEL ARCOIRIS

La revisión programática de la radio metropolitana de la Ciudad de México, desarrollada más adelante y la situación de la diversidad sexual en ámbitos como la familia, el VIH/SIDA, los amigos, el trabajo, la religión por mencionar algunos de los más representativos y descritos por Riesenfeld; sirven como puntos de referencia para la investigación para concluir que la falta de espacios de expresión propios o el escaso tratamiento del tema en algunos programas, específicamente en la radio y por la acotación que hacia la sexóloga en cuanto a la necesidad de la creación de grupos de reunión para lograr fuerza, apoyo y reconocimiento sin deslindarse de su grupo social surge determinadas problemáticas, para lo cual es necesario saber las precisiones de determinen una vía factible para la expresión de éstas.

Además, en las barras programáticas se da mayor peso, por ejemplo, a que la música va quitando espacio que pudiera utilizarse para otros fines; como lo es la producción y transmisión de información de interés para el público

homosexual para facilitarles “herramientas” con las que puedan interactuar en los distintos campos, instituciones, poderes y todo lo que esto significa. También se considera que determinados programas van convirtiéndose en programas de entretenimiento, conducido por hombres (en el caso de “Triple G”), lo que indica una falta de igualdad para las mujeres lesbianas.

Por lo tanto, no se conocen y no se satisfacen las necesidades de información que pudiera tener este grupo social, por lo que, considero necesario que se planteen cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

II.3.1 RADIO COMERCIAL

Como parte esencial de la investigación, es importante definir lo que es la radio comercial, considerando que en el curso de año dos mil seis, se aprobó una nueva ley para regular las diferentes actividades de los medios de comunicación, incluida la radio comercial y, que en estos últimos meses, ésta sigue en discusión, por lo que se mantendrá la anterior definición de lo que es la radio comercial:

Las emisoras comerciales obtienen del gobierno federal la concesión de una banda de transmisión por el sistema de la libre empresa, es decir, son libres para obtener ganancias de sus transmisiones, aunque no puedan transgredir lo que la ley dispone al respecto. Pertenecen a empresarios medianos y grandes, y su financiamiento, así como la plusvalía que obtienen, proviene de la venta de sus tiempos de programación, sea vendiéndolos para avisos publicitarios, por promocionar las piezas musicales o por el patrocinio de programas, principalmente informativos. Estas tres formas de producción radiofónica intentan capturar un auditorio numeroso para poder elevar lo más posible las tarifas de sus tiempos de programación. Estas emisoras, muchas veces se ven obligadas a contemporizar con los intereses de sus clientes y a halagar los gustos más fáciles de su auditorio. Para ello contratan o realizan estudios de mercado que les

permitan conocer los hábitos de comportamiento de su público (Candela y Vázquez, 1988: 128).

Como se vio, el objetivo de la radio comercial es vender sus espacios a través de la publicidad y satisfacer los gustos más simples de los públicos, pero se considera que es importante señalar que, aunque la propuesta está pensada en este sentido, la intención de tal es, además de vender aprovechando que la Comunidad Gay comienza a ser un mercado potencial; dar información, que ayude a esta comunidad y que, como se verá más adelante, se puede hablar de temas “serios” en la radio comercial.

II.3.1.1 LOS 70

Los antecedentes de la radio comercial en México, específicamente en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, puede caracterizarse en tres etapas, como lo señala Rosalía Winocur (2002: 51) al decir que la historia de la radio se cimienta como una crónica de los cambios que ha sufrido la capital del país durante los últimos 70 años.

A grandes rasgos, habla de la primera etapa de la radio comercial en la ciudad, que comienza en 1923, promovida por los intereses económicos de familias que estaban ligadas al porfirismo, entre ellos los Milmo y de Tárnava (Arredondo y Sánchez Ruiz, 1986: 96 en Winocur, 2002: 52) consolidándose en los 30 debido al lugar preponderante de la publicidad en una ciudad en constante crecimiento urbano.

En los años 40, la radio comienza un gran despliegue tanto tecnológico como de cobertura, lo que permite que sus contenidos se enfoquen al campo del entretenimiento, entre las estaciones pioneras de este orden estaba la XEB, “La B grande de México”, que se sostenía por la publicidad de la fábrica de tabaco “El Buen Tono, S.A.”, la cual construyó una carpa-estudio en donde se presentaban los artistas del momento (Pérez Montfort, 1995 en Winocur, 2002: 52)

La segunda etapa de la historia de la radio se origina aún con la popularidad de la radio pero, que con la aparición de la televisión, los intereses comerciales se ven afectados en la radio y para mitigar esta reacción, incursiona en la grabación de música en diferentes géneros.

Para mediados de los 70 a pesar de que ya había una gran cantidad de emisoras, la programación seguía siendo musical, mientras que no existía ninguna oferta programática, a lo más, solo unos 14 géneros musicales y hablados -radionovelas, noticiarios, consultorios sentimentales- (Winocur, 2002, pp. 52, 53).

Al llegar a la década de los 80, se conforma la tercera etapa histórica a través de el reencuentro de su actividad en la vida cotidiana de sus habitantes, y de haberse recuperado de las consecuencias por la incursión de la televisión en los medios de comunicación; en este sentido la población comienza a hablar de sus puntos de vista de la política, la economía, de justicia, de la administración pública, entre otros temas dando como resultado una mayor oferta en cuanto a programación, tanto a nivel comercial como estatal (Winocur, 2002, pp. 67, 68)

Aquí es importante señalar que los la diversificación programática, también permite que se le de cabida a las manifestaciones culturales, como lo califica Winocur (2002: 68) a movimientos ecologistas y, el punto que nos interesa por la investigación en curso, a grupos.... Homosexuales.

Los 90 engloban características de los grupos sociales que empiezan a transformarse debido a que las construcciones de nuevas identidades ya no encajan en los antiguos círculos, entre estos grupos se encuentran los grupos sexuales; es decir, se particularizan al precisar que son las necesidades de los sujetos las que definen el rumbo de la programación con servicios de orientación psicológica, ayuda mutua, servicios públicos, etcétera. Entre éstos se habla de que muchos grupos sociales tienen necesidades de contención emocional, de la aplicación y respeto a sus derechos humanos como el derecho a la diferencia para que se le permita su inclusión en campos políticos, así como del Estado-nación, sindicatos, entre otros. En este sentido, los

medios de comunicación, sobre todo la radio comercial en la metrópoli se convierte en el enlace entre ciudadanía y autoridades (Winocur, 2002: 74).

Este segmento le da una relación de “encadenamiento” a la radio con el gran número de consumidores. Se caracterizó también por los intentos de experimentar para buscar nuevos públicos y/o conservar los ya cautivos (Winocur, 2002: 76).

Dentro de esta experimentación se tuvieron como resultados la generación en gran cantidad de programas de orientación emocional, incluyendo temas que eran ocultados “como la homosexualidad, bisexualidad...”, además de que la composición de la programación radial era básicamente musical (Winocur, 2002: 79).

Después del proceso histórico de la radio, la diversificación de temas y de públicos se caracteriza por los usos que hacen de la radio, sobre todo, empujado, en palabras de Winocur (2002: 103), por “el significado, la motivación y la estrategia comunicativa no es igual en los grupos.... De nivel sociocultural.... Medio alto y medio intelectual....”. Respecto a lo dicho, la autora señala las formas en las que la gente participa en la radio y aunque no lo dice claramente, se puede deducir acerca de quiénes son los que escuchan la radio.

A partir de tal deducción (se puede entender que, de alguna manera y en cierto grado, quien llama a la radio es porque en ese momento la está escuchando) se tiene por un lado y en general, que la población civil, a diferencia de las clases políticas, artísticas, entre otras; es la que hace uso de los noticieros radiales por que les permite la expresión y canalización de intereses políticos y sociales, motivos que le dan una característica diversa a este tipo de programas frente a otros géneros periodísticos. De esta población se tiene que son los “empleados” públicos y privados los que recurren a sintonizar noticias. Por otra parte y en menor medida personas que ocupan puestos en la seguridad pública, servicios y transportes también usan los noticieros con la finalidad de presentar sus descontento contra con las

autoridades, para la obtención de información y orientación de su interés (Winocur, 2002, pp. 108-110).

En contrapunto, el género de la opinión pública tiene públicos muy específicos son los promotores de las actividades de organizaciones no gubernamentales y poder exponer como punto de debate entre la ciudadanía y ellos acerca de sus intereses y de una mediación disfrazada de “foro alternativo” para juzgar también la acción judicial (Winocur, 2002, pp. 110, 111).

También son los ciudadanos que se acercan a la radio en un horario específico para sentirse representados. Esto explica que por tal motivo, se forman “comunidades imaginarias” puesto que no es necesario acudir a un espacio físico de reunión público y participar en sintonización temporal. Contrariamente, estas “comunidades imaginarias”, permiten que los conductores se conviertan en “defensores del pueblo” a través de una “representación mediática”, caracterizada por la eliminación de cualquier barrera física o geográfica para establecer contacto con las autoridades, colocando a estos sujetos en una no merecida posición de líderes de opinión (Winocur, 2002: 112).

En relación a los niveles económicos bajos también utilizan la radio con el fin de dar a conocer los resultados que se dan en el proceso hegemónico como clase dominada y, como consecuencia de la fricción de este proceso aparecen elementos significativos como lo es “un sentimiento mayor de impotencia, desamparo y soledad”, además de conflictos familiares, emocionales y psicológicos (Winocur, 2002, pp. 119-123). Con la aparición de este tipo de significados y representaciones se ubican los públicos sexualmente diversos o “públicos cautivos”.

Por último, durante esa década, Winocur (2002: 126), habla de “Públicos Cautivos: espacios de comunidades virtuales de pertenencia. Para entender “públicos cautivos” define este concepto como “aquellos que regularmente siguen un programa de determinados horarios y estaciones, que son renuentes a probar nuevas opciones y se mantienen fieles por más de un año con sus preferencias”, en este sentido, aquí no importa alguna característica social,

cultural, económica sino se comparte la idea homogénea de “cierta complicidad imaginaria de sentirse parte del grupo de personas en circunstancias similares....”. Por lo tanto, las personas homosexuales se sitúan como público cautivo y que se diversifica a su vez en todos los ámbitos laborales, académicos, preferencias, etc.

En la amplitud de la programación y de ese tipo de públicos tiene origen en el programa Media Noche en Babilonia, conducido por el actor Tito Vasconcelos y está dirigido a la Comunidad Gay y Lésbica, en el cual, según declaró su conductor, lo que tienen en común, lo que todos comparten, es *la soledad en la que vive mucha gente en la ciudad*⁹. Al igual que otros grupos dentro de los grupos de homosexuales, tanto productores como consumidores, existen relaciones hegemónicas dadas por sus capitales culturales, económicos y simbólicos (Winocur, 2002: 126).

Hasta este punto se ha conocido como se llegó a la diversificación programática en la Ciudad de México, por lo que aquí se llega al punto de unión entre el campo de la sexualidad, sobre todo la diversidad sexual y la Comunidad Gay y su tratamiento en los medios de comunicación como lo es la radio comercial y, para tal fin se hace la siguiente descripción de los programas que han tocado el tema de la sexualidad y en algunos momentos la diversidad sexual que han estado al aire, tanto a nivel comercial como estatal.

II. 4 LA HISTORIA DE LA “LENGUA DEL ARCOIRIS”¹⁰

La oferta radiofónica en la radio comercial y oficial es variada en temas políticos, económicos, sociales y una gran proliferación de espacios para programas de espectáculos y mínima para la cultura, pero hay que tener en cuenta, que la vida cotidiana, como ya se ha dicho, se forma con las representaciones que le damos a todas las expresiones, acciones, necesidades, etc.

⁹ Entrevista hecha al conductor por Jaime Patiño, alumno de comunicación social de la Universidad Autónoma Metropolitana, plantel Xochimilco (Winocur, 2002: 126)

¹⁰ Título sugerente del presente trabajo de investigación.

Por esta razón, es necesario tomar en cuenta que el tratamiento de la sexualidad debe hacerse con base al conocimiento científico de ésta, ya que al ser un tema tan controvertido, omitido y satanizado, podría considerarse necesario abrir nuevos espacios radiofónicos de expresión para todos aquellos que desean y necesitan ser reconocidos sin ser estigmatizados, en este caso, por su orientación sexual.

Por otra parte, se hizo una revisión programática radial¹¹, la cual se originó al ver que en el cuadrante radiofónico la mayoría de las formas simbólicas se enfocan prácticamente a los dos grandes temas de los que habla Galindo (1999: 23), “la economía y la racionalidad capitalista han sido cuñas muy poderosas”, por lo que no debe omitirse que, es a partir de los años 90, cuando se impulsa la aparición de programas radiales dirigidos a grupos sexualmente diversos entre los que está el primero que encabeza esta revisión: Media Noche en Babilonia al igual que el inicio de los demás (Winocur, 2002: 74). Los intereses políticos también han jugado un papel importante”; sin tomar en cuenta que en nuestra cultura, a pesar de estar empañada por esos temas, tiene otras prácticas, creencias y valores y, que una de estas es la actividad de quienes son parte de la Comunidad Gay

Para empezar, “Media Noche en Babilonia”, fue uno de los programas con gran importancia para la Comunidad Gay por ser de los primeros espacios que estaba hecho por y para esta comunidad, era conducido por Tito Vasconcelos, quien dividía la emisión en dos: la primera era un espacio de una hora en la que daba información sobre lo que ocurría en el mundo y el país con respecto a la diversidad sexual y los diferentes ámbitos que le afectaban, ya sea a través de políticas de estado como lo son las de la salud, la educación, la impartición de justicia, la defensoría de los derechos humanos y sexuales de las personas homosexuales, además de difundir mensajes de organizaciones que se dedicaban a ofrecer espacios para quienes tuvieran la necesidad de sentirse y estar con quienes se creían identificados.

¹¹ Si se requiere, consultar “Cuadro de programas” en Anexo A.

La segunda parte, era conducida por dos mujeres, lo cual considero importante en un contexto donde se reclama igualdad sexual y, sobre todo, en los medios de comunicación. En este espacio se difundían todas aquellas acciones artísticas, culturales, espectáculos, etc., que realizaban organizaciones lésbicas.

En cuanto a los demás aspectos como lo transgénero y bisexual, eran poco o casi nulos las incursiones en el programa, lo cual habla de la falta de oportunidades para dar a conocer esta diversidad, así como la insuficiencia informativa para quienes requerían conocer, difundir y comprender esta situación.

En cuanto a espacios al aire en la radio comercial de la Ciudad de México, los primeros espacios que se enfocaban en el tema de la sexualidad eran escasos. Es decir, en Televisa Radio, se llevó a cabo una barra programática en el 900 AM, de lunes a viernes, que iniciaba el día lunes con el programa *Vámonos Entendiendo*, conducido por Caamaño Carvajal. Esta emisión desarrollaba un tema específico sobre sexualidad, por ejemplo, la anticoncepción, erotismo, masturbación, pero el tema de la homosexualidad, bisexualidad, Transgénero y otros, eran limitadamente tratados, ya que solo se hacía esto cuando alguien del público proponía y de forma básica en cuanto a la definición de temas.

Además, al ser un programa con una duración de una hora, solo permitía el tratamiento del tema específico sin ahondar en otros de igual importancia.

Por otra parte, *Animal Nocturno*, programa semanal de una hora en el 940 de AM, conducido por Anabel Ochoa, se dedicaba a resolver dudas sobre temas como la menopausia, métodos anticonceptivos y disfunciones sexuales eran abordados desde un punto de vista científico y con un lenguaje coloquial, además, debido al poco tiempo de duración de una hora era imposible ahondar en cada tema propuesto por el público a través de sus consultas.

Otro programa comercial fue el que se emitía en el 900 de AM, llamado *Voces en la Intimidad*, conducido por Anabel Ochoa, en este espacio se daba

mas amplitud a la diversidad sexual y, por tanto a su difusión, ya que tenía una duración de dos horas y cada vez más, los radioescuchas planteaban dudas sobre la homosexualidad, la bisexualidad así como personas transgéneros hacían consultas sobre su propia sexualidad, lo cual ya daba pauta o otros para atreverse a preguntar.

Como complemento del programa se permitía que los radioescuchas se promocionaran para conseguir pareja, nuevamente, eran los homosexuales, lesbianas, transgéneros y bisexuales quienes hacían uso de esos espacios; aquí la apertura comercial a tratar esos temas era más constante y evidente. Aquí se cierre el ámbito temporal de la búsqueda ya que todas estas emisiones finalizan con sus opciones.

Siguiendo con esta Sexóloga por darle continuidad a la temática, el programa Anabel Ochoa, Mejorando tu vida diaria, se transmite en el 1260 de AM, en vivo, con un horario de lunes a viernes de las 13:00 a 16:00 horas., y en el 88.9 de FM, en una repetición de 12:00 a 03:00 AM y los sábados y domingos se retransmite a las 13:00 h y en las noches de 11:00 y/o 12:00 PM, según la frecuencia. El espacio al aire esta dividido en bloques de 10 o 16 minutos y en cada uno se da una presentación del programa, las líneas de comunicación como lo son las líneas telefónicas, la dirección postal, el correo electrónico, así como la presentación en el primer bloque de un tema editorial, es decir, un reportaje acerca de cualquier temática que esté relacionada con la sexualidad humana.

El tema editorial del programa se intercambia entre cada uno de los módulos, ya que en el primero se habla sobre éste y en el segundo se da paso a las respuestas de las dudas de la audiencia. Por otra parte, en el espacio entre cada bloque entran los cortes comerciales, aquí también hay promocionales de la estación y su programación en voz de testimonios de la audiencia, reportes del clima y tránsito, éstos últimos están patrocinados y, cada media hora del programa hay un corte noticioso.

Respecto a las consultas del público, hecho de mayor importancia y de manera muy general, se atiende a todo tipo de demandas, desde problemas

dermatológicos hasta disfunciones sexuales, además de consultas de personas con todas las filias y orientaciones sexuales, profesiones, oficios, etc., dichas consultas se dan en menor medida; de hecho durante el desarrollo se atienden, en promedio, de cinco a siete consultas o tal vez un poco más, según la amplitud de las mismas y el tiempo que requieren para su respuesta.

Periódicamente, existe una sección que le da cabida a todas aquellas personas de todas las orientaciones sexuales, filias y prácticas para buscar pareja y/o amigos, dejando sus números telefónicos de casa, oficina y/o trabajo. Además la conductora abre espacios para darle publicidad a cursos de idiomas, de obras de teatro, entre otros.

En la parte final del programa se dan todos los números de las personas e instituciones especializadas en cada uno de los temas tratados durante el desarrollo para que los consultantes tengan la información orientadora y hacer uso de los servicios requeridos.

El programa: "Triple G", es un programa que inicia con música durante los primeros treinta minutos, se da la presentación del programa, de los temas a tratar, de los invitados, vías de comunicación como las líneas telefónicas, correo electrónico, Chat, además de que se transmite por televisión satelital. Se dan breves notas sobre temas que tienen que ver con la diversidad sexual y otros ámbitos de la vida cotidiana, una sección de cine y entrevistas a personas del espectáculo, a las que les dan una gran cantidad de tiempo aire, además de canciones.

Sexproz (Sexualidad en tu propia voz), es un programa que se transmite semanalmente, los días viernes de 18:00 a 19:00 horas. En esta emisión es importante resaltar que los conductores funcionan como tal y los invitados, los especialistas y las llamadas telefónicas ocupan gran parte del espacio.

Este espacio desarrolla temas sobre sexualidad con invitados en cabina, especialistas, y no tiene cortes comerciales, así como el Chat, una forma de contacto en tiempo real. Los temas van desde cuando tener relaciones

sexuales, hasta temáticas como la orientación sexual, masturbación, relaciones de pareja, etc.,

Al inicio del programa se presenta el tema, los invitados (en su mayoría adolescentes y jóvenes), las vías de comunicación como los números telefónicos, correo electrónico, Chat, así como una sección llamada “El baúl”, en la que se hacen preguntas respecto al tema a desarrollar y se dan las posibles respuestas para su confirmación por parte del público.

Durante la primera media hora se “lanza” el tema del día, el cual se desenvuelve a través de las reflexiones de los chavos, dando éstas, dan paso a otras preguntas y comentarios por parte de los conductores; ya en el segundo bloque participa ampliamente el especialista, es decir, recapitula sobre lo ya hablado y desde el punto de vista científico clarifica todos aquellos conceptos, acciones, actitudes y demás de lo que los invitados hablaron, al mismo tiempo, resuelve dudas de los radioescuchas, además se da un debate entre el especialista, los invitados y los conductores.

Otro punto a tratar es la presentación de una historia al estilo de una radionovela, que de cierta forma, representa de forma general el tema en discusión, la cual es comentada de igual forma por el especialista y sirve como punto de identificación de los invitados. Finalmente, se dan las respuestas de “El baúl” y un adelanto del tema del próximo programa, una cápsula de recomendación del tema tratado y los créditos del programa.

Por último, actualmente el programa Sobre la Mesa, es una emisión semanal los días lunes a las 10:00 horas, que se transmite el 660 AM, del Grupo estatal Instituto Mexicano de la Radio. Este programa inicia con la presentación del tema y música de fondo que va desapareciendo según avanza la introducción, se informa sobre noticias con temática sexual producidas en el transcurso de la semana anterior y se analizan y comentan por parte del conductor y el o los invitados, entre sus temas se ha abordado la homosexualidad y, para finalizar, as formas de comunicación son básicamente las líneas telefónicas y se hacen algunas lecturas de las llamadas.

Para concluir este capítulo, tanto temporal y espacialmente, se ha visto que las concepciones de la homosexualidad son mayoritariamente adversas para quienes han tenido esta orientación sexual, persistiendo en el presente. De esta manera, los pocos programas de radio que existieron han tenido poca exposición, así como un tratamiento incompleto y que no representa en su totalidad esta temática, además de que esa existencia se debe a la inconsistencia en el tiempo, por lo tanto, para saber las necesidades informativas que tiene la Comunidad Gay de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, es importante averiguarlas a través de técnicas que faciliten el conocimiento de éstas que, más que datos estadísticos, sean las representaciones o los motivos por los que y para qué se requiere o no un nuevo programa a través de una agenda temática.

CAPÍTULO III

Debido a que esta investigación es de carácter cualitativo se debe considerar, ante todo, que a partir de los sujetos investigados se obtendrá información de lo que “ellos dicen que existe”, convirtiéndolos en los expertos del mundo en el que interactúan, es decir, nadie más que los integrantes de la Comunidad Gay han reinterpretado su estancia en el mundo y la relación de esta con los medios de comunicación como la radio comercial (Schwartz y Jacobs, 1984, pp. 24-25 en Pimentel, 2002: 73).

Por lo tanto, se espera que los resultados obtenidos den la pauta para acercarse a esa visión –interpretación, reinterpretación- en la vida cotidiana de los sujetos, en otras palabras, conocer el sentido de lo que la experiencia, de lo interno, a través de métodos y técnicas adecuados a lo sociológico como el grupo de discusión en el que se pretende construir de manera abierta ese sentido, al igual que el cuestionario.

Es de esta manera, que los sujetos a conocer también se “involucran” en el proceso científico de conocer, por parte del investigador, sus necesidades informativas para estructurar una agenda temática, usando canales discursivos como el hablado y el escrito, guiando, restringiendo y permitiendo que la subjetividad del que investiga sea reconocida.

“UN DÍA SIN GAYS”

III. LA CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO

“Yo creo que como una gente que de alguna u otra manera siempre ha estado preocupada por lo que sería la cuestión homosexual, yo creo que es necesario que te lleven propuestas, siempre y cuando sean pensantes y estén englobando a una cuestión educativa, porque en cuanto más educación tengamos sobre nuestras vidas y nuestros derechos homosexuales, más podríamos defender”.

Para el desarrollo de este capítulo se aplicaron las técnicas de investigación para saber cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social., a través del análisis de los productos culturales que producen los actores sociales para caracterizar sus estructuras y significados, así como analizar la construcción del significado de los consumidores de los productos culturales.

En este sentido, debe tenerse en cuenta que durante el desarrollo de la humanidad así como la producción del conocimiento ha tenido orígenes filosóficos, es decir, el cuestionamiento de sí mismo, del entorno y del otro o los otros y las interrelaciones de éstos y la construcción del sentido que se le da a estos aspectos, en los que además de acciones físicas como el observar o la experimentación y el uso a determinados productos, constituyen antropológicamente al ser humano; y que como tal, también existen procesos mentales o psicológicos a través de los cuales el ser humano puede establecer sus relaciones sociales con el objetivo ya descrito de intercambiar y establecer a través de dichos productos su interacción social.

Al ubicarse en el mundo social, el ser humano se agrupa a través de características que van desde el color de piel hasta grupos hegemónicos o alternos y que, por sus diversos motivos, son marginados en el proceso evolutivo social, entre estos grupos se encuentran los sexuales o lo que

conocemos ahora como Comunidad Gay, que al igual que otros, está compuesto por sujetos con necesidades las cuales requieren ser satisfechas para lograr construir una identidad como tal y ser incluidos con el resto social.

III.1 LA HOMOSEXUALIDAD... ¿ES UN PROBLEMA?

En este sentido se sabe que la concepción de la homosexualidad que a través del tiempo, iniciando desde la antigüedad, como una práctica exclusiva y “normal” de determinadas clases sociales, hasta el estigma que tiene como consecuencia la muerte de determinados sujetos, se presenta a través de un contexto espacio-temporal en el que estos individuos buscan identificarse con otros en sus mismos campos de interacción y ser sistemas abiertos que les permitan interactuar en y con otros sin que su orientación sexual sea un elemento que no favorezca dicha integración.

Además, las instituciones de las que forman parte los integrantes de la Comunidad gay, como la familia, las instituciones políticas, religiosas, académicas, entre otras, no han favorecido tanto el respeto como la aceptación de ellos en sus dinámicas internas, por lo que en la búsqueda del otro han llegado a la conformación de grupos que requieren de campos e instituciones que les permitan compartir sus significados y reconstrucciones de su realidad, establecida por elementos internos, biológicos, psicológicos, antropológicos, etc.

En esta línea, se entiende que uno de los espacios productores de formas simbólicas, en la actualidad, se encuentran los medios de comunicación, que en su mayoría son consecuentes con los intereses políticos y, sobre todo económicos, de clases que ejercen su poder para producir y/o mantener sus capitales económicos, sin darle un sentido más amplio a sus mensajes como lo son los significados de los sujetos. Por lo tanto, algunas formas simbólicas en las que se desarrolla el tema de la diversidad sexual, específicamente la homosexualidad, son recientes en cuanto a su producción y emisión durante los últimos años, tanto en la radio comercial como en las emisoras estatales de la Ciudad de México.

El desarrollo de esta temática, se contextualiza desde pequeños espacios de consulta en algunas producciones radiofónicas hasta otras en las que la temática es exclusivamente para este sector, sin cumplir con otras expectativas informáticas, dando cuenta que la información que se emite en éstas es un complemento a la problemática de estigmatización y rechazo social, además de que la temporalidad de algunas ha sido corta en relación con el surgimiento de nuevas necesidades y la vigencia de las mismas en la actualidad.

En este sentido, es necesario tener en cuenta que, el ser humano es un sujeto que interactúa socialmente para construir o reconstruir significados a través del uso de algunos elementos filosóficos como lo es la búsqueda de sí mismo, de conocimiento del entorno físico y de compartir los resultados de esa exploración con los otros, transformándose así, en formas simbólicas que representan determinadas acciones en un tiempo y lugar específicos que les dan identidad individual y grupal en cada grupo que se manifiesta de forma diferente.

De esta manera, los integrantes de la comunidad gay, como un grupo conformado por sujetos individuales que buscan identificarse a sí mismos, que intercambian significados y construyen y reconstruyen su realidad por medio de representaciones, han hecho uso de espacios físicos como plazas y calles, de manifestaciones artísticas, políticas, culturales y, además de los medios de comunicación como lo ha sido la radio comercial y pública en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

III.2 SORPRESAS INESPERADAS

Por lo anterior, si se quieren conocer las estructuras que permiten la construcción de significados de la comunidad gay, será necesario establecer el método por el cual se identificarán, es decir, la utilización de la investigación cualitativa, que es la que nos permite conocer que dentro de la diversificación social, estos sujetos tienen una forma de construir su vida cotidiana, de resignificar y de acción en nuestra cultura.

Es por eso que la investigación cualitativa es útil para conocer las necesidades informativas de la comunidad gay ya que, según Schwartz y Jacobs (1984: 24-25 en Pimentel, 2002: 73) “asume la forma ‘lo que sucede aquí es lo que los actores dicen que sucede’. Los partidarios de este punto de vista desean convertir a la persona leiga en e experto acerca de su propio mundo”. Es decir, el objeto de investigación es el sujeto social, que piensa, valora, conoce, interactúa con el investigador, movable, dinámico, para acercarse a él es necesario un periodo de reconocimiento y confianza, es decir, que la investigación social se ocupa de la realidad que tiene que ver los hombres.

La investigación cualitativa, por lo tanto, nos permitirá acercarnos a la vida cotidiana de los integrantes de la comunidad gay, para conocer esos significados y resignificaciones que ellos han construido en su interacción social, a través de tres etapas, dadas por Jesús Galindo:

- 1) Exploración: esta se define como “entrar en contacto con el mundo por investigar, sin prejuicios teóricos, metódicos. Entrar con la intención de la vivencia y el sentido, que el investigador ponga en juego su mundo interno, se irá familiarizando con el mundo externo, así el sujeto habrá configurado al objeto a partir de la vivencia y la experiencia.
- 2) Descripción: es el registro de todo y la configuración fiel del mundo explorado, esto se lleva a cabo de una visión interna, subjetiva, influyente en cada sujeto, a través de esos detalles todos los elementos que componen y organizan el objeto de estudio. Esos datos se usan para definir la problemática, especificar los objetivos, justificar el estudio, contextualizarlo, fundamentarlo, seleccionar las técnicas pertinentes, entre otros cuestiones
- 3) Significación: es la organización de los elementos que nos permiten ver con claridad el mundo-objeto de investigación, es la formación de significado a través del entendimiento, la comprensión y de valorizar, dadas por el investigador y su configuración (1994a: 34-35 en 2002: 82).

El método a utilizar será el cualitativo, entendiendo a éste y de manera general, como el o los procedimientos “que se aplican para la obtención y la constitución del conocimiento: las secuelas generales y sus caracterizaciones específicas; las operaciones indagadoras; las diversas maneras de conjeturar, anticipar, inventar, e imaginar las ilaciones demostrativas; las técnicas de experimentación y las formas de exposición” (De Gortari, 1980: 41, 42 en Gutiérrez, 1984: 159).

Jorge González, concuerda con Anthony Giddens (1993: 211-214 en 2002: 74) al explicar que los métodos nos dan elementos que nos permiten tratar, analizar y sintetizar diferentes y variadas reinterpretaciones en un proceso redundante que se ha dado durante el desarrollo de la investigación social. De esta manera, existen dos tendencias en la investigación social cualitativa:

- 1) “...Empaparse de conceptos teóricos que ayuden a tener un marco conceptual desde dónde mirar el objeto de estudio, conocer al máximo las posibilidades y los límites...”
- 2) “...reducir al mínimo las concepciones previas”, entrar al mundo social con una perspectiva de sorpresa y de interés por todo aquello que le sea significativo al investigador...” (Schwartz y Jacobs, 1984: 51-55 en 2002: 76-77).

Finalmente, se tiene a primera vista que la investigación cualitativa permite regresar a los fundamentos filosóficos como la búsqueda, construcción de sentidos y el intercambio de sus significados, hechos por los sujetos y su interacción, es decir, el conocer el por qué de las acciones, preferencias, usos y demás nos permitirán conocer dichas necesidades a partir de lo que ellos consideran importante desde su vida cotidiana.

III.2.1 LOS GAYS A DISCUSIÓN

Al hablar de instituciones como los medios de comunicación masiva, específicamente la radio comercial de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, es conveniente señalar que no existen los espacios radiales al aire

sean suficientes para la satisfacción de las necesidades que la Comunidad Gay tiene acerca de información que les pudiera ser útil como herramientas para integrarse con el resto de los actores sociales y en determinadas situaciones cotidianas.

Es decir, al revisar el panorama actual en la radio se da cuenta de que la mayoría de la oferta comercial se enfoca a programas musicales, de espectáculos, noticiosos, deportivos, políticos, culturales, científicos y deportivos y/o consultorios sentimentales, de salud, entre otros, tal vez unos más importantes que otros y, que debido a esto, los pocos programas que existen desarrollan la temática de la sexualidad sin profundizar y sin darle mayor amplitud a la diversidad sexual.

De esta manera, "Triple G", el único programa comercial con temática abiertamente gay, actualmente, trata este tema en un sentido que le da más importancia a temas como la moda, la música, de formas de comportamiento y entretenimiento que están fuera del alcance de las mayorías dentro de esta comunidad, entre otros; y esto sigue emparejando los estereotipos ya conocidos con la nuevas generaciones y por otros sujetos que se interesan en la temática que, aunque es obvio por su naturaleza comercial, es por eso que este programa está dirigido a personas con una posición sociocultural de alto nivel, por lo que considero que de acuerdo a las circunstancias actuales de una población mayoritariamente de escaso capital económico, cultural y social de la propia comunidad y de nuestro país, no cumple con alguna función social, determinada por la necesidad de erradicar la ignorancia del tema, la eliminación de estigmas, de la homofobia, etc., en este renglón puede decirse que aún falta conocer la opinión de la Comunidad Gay (se hace referencia a la comunidad ya que la investigación se enfoca estrictamente en las necesidades informativas de este grupo) en cuanto a si la radio comercial a través de una agenda temática podría cumplir con una función social como lo es la de informar, a pesar de la existencia de otros programas radiales que si cumplen con esta actividad.

Ahora bien, se puede considerar que la radio comercial sí debería cumplir una función social ya que, como se sabe la Comunidad Gay, está

integrada por sujetos, que independientemente de su orientación sexual, son seres sociales, es decir, conocen, exploran, significan, representan, interactúan, consumen -entendido este como la compra de productos y servicios y como el uso o el por qué se apropian de determinado producto-, al igual de que representan, según las estadísticas citadas en el marco histórico-contextual, una parte considerable de la población del país y, que por lo tanto, los dueños de los medios de comunicación anteponen los intereses económicos a los intereses simbólicos de los públicos, lograrán alejar posibles consumidores radiales, poniendo en evidencia el marco contextual de sus percepciones no incluyentes y poco conocimiento de los diferentes elementos que constituyen la cultura en el país.

Es por esto que concluyo que ninguna de las opciones radiofónicas otorga información en todos los ámbitos obtenida científicamente que pueda servir como una herramienta que le permita a la Comunidad Gay, actuar en determinadas circunstancias que considere necesarias en su vida cotidiana con los demás sujetos sociales y, de esta manera; iniciar, continuar, según sean sus requerimientos individuales o colectivos, el proceso de erradicación de la discriminación y todos sus efectos en todas las campos sociales.

Por otra parte, además de esta ineficiencia de contenidos, existe una ineficacia institucional, en la que ninguna dependencia del gobierno federal, estatal o municipal, trabajan seriamente en el cumplimiento de función como lo es la difusión y el cumplimiento de informar, del hacer cumplir los derechos humanos, sexuales, entre otros; lo que pone en evidencia la falta de información y conciencia de la mayoría de los dirigentes, tanto políticos, educativos, médicos, religiosos, etc., de aquí también surge la necesidad de que, de hacer la producción de la propuesta al aire, sea un complemento radial en el tratamiento de la temática de la Comunidad Gay, a la variedad de programas radiofónicos comerciales en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Es así como, en primer lugar deseo conocer cuáles son las necesidades informativas que tiene la Comunidad Gay que les permitan la obtención, según sus requerimientos en la vida cotidiana, de información científica que les dé la

posibilidad de completar su identidad en nuestra cultura. Es decir, obtener metodológicamente todos aquellos datos que permitan armar una agenda temática basada, mayoritariamente, en las inquietudes, deseos, pensamientos, ideas, sentimientos, prácticas, costumbres, valores, objetos, ideas, entre otros; a través de una investigación cualitativa.

En este sentido, las variables de la investigación a estudiar se han retomado de la hipótesis de estudio: Si se conocen las necesidades informativas de la Comunidad Gay, entonces, podrá diseñarse una agenda temática que permita elaborar un programa de radio comercial en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social; por lo tanto son cuatro las que se toman en cuenta:

1. Necesidades Informativas
2. Comunidad Gay
3. Radio (Medios de Comunicación)
4. Identidad y su Contexto Social

Considero que la ubicación del origen del problema se encuentra ante la falta de espacios que, en primer lugar, se habla de sitios físicos de reunión dirigidos a la Comunidad Gay, ya que en años anteriores eran realmente pocos los lugares a donde los integrantes de esta comunidad podían acudir y encontrarse con otros que de alguna u otra forma y, en diversos niveles, se les permitiera sentirse identificados con personas que vivieran con la misma orientación sexual. Lo anterior es considerado como una muestra, una vez más, de que quienes manejan los medios de comunicación ubican sus interpretaciones del mundo en un nivel económico o macro de la estructura social sin ocuparse de estudios que les permitan abarcar nuevos públicos como lo son las personas homosexuales.

Con lo anterior, pareciera que, en vez de constituirse como medios de comunicación masiva innovadores, no sólo en tecnología, sino en temas y captura de públicos sexualmente diferentes, se perfilan como medios conservadores, sin ubicar oportunidades de riesgo y crecimiento comercial a

través de las necesidades, significados y representaciones de la vida cotidiana de la Comunidad Gay, como los elementos que les permitan elegir tanto de programas como de información, aquellos que sean de su interés individual y colectivo, de sus gustos y practicas, entre otros.

De esta manera, cuando se abren espacios que tratan la temática de la sexualidad, le dedican poco tiempo a situaciones ya mencionadas que tienen que ver con la diversidad sexual y su contexto, cayendo una vez más en no facilitar herramientas efectivas que les permitan tener apoyos informativos en todos los aspectos de la vida cotidiana de la comunidad y, que les permita, en lo posible, integrarse con los demás sujetos sociales, además que se siguen creando y reforzando los estereotipos ya conocidos como lo pueden ser las vestidas, o la creencia de que son personas de altos ingresos económicos, carismáticos, etc., anulando la posibilidad de erradicar la ignorancia sobre la temática, así como, el fomento a la violación de los derechos humanos de la Comunidad Gay; al igual que se sigue postergando o haciendo evidente el poco interés de cambiar la homofobia por aspectos como el respeto, creando en las nuevas generaciones y fomentando la intolerancia y desconocimiento en las actuales, en ámbitos religiosos, de salud, sobre en todo VIH/SIDA – que ha acompañado por años a la comunidad -; fortaleciendo, una vez más, la ignorancia, el rechazo causado por el estigma, la falta de respeto, la intolerancia y la creación de estilos de vida falsos.

Así se discurre que las variables ya mencionadas permitirán a través de lo ya descrito resolver el problema de investigación: ¿Cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social? Para tal fin, se consideran aplicar a la Comunidad Gay el grupo de discusión y el cuestionario.

III.2.1.1 DISCUSIÓN DE GRUPO

En relación a la discusión en grupo, es conveniente señalar los motivos por los que esta técnica es pertinente para conocer el problema de

estudio: las necesidades informativas de la Comunidad Gay, así como el sentido que han construido sobre su realidad, inmersos en el contexto del tercer milenio, por lo que se darán las especificaciones teóricas de esta técnica.

Situados en la línea divisoria entre lo psicológico y lo sociológico, los *grupos pequeños o grupos restringidos* configuran la perspectiva que permite captar e interpretar al mismo tiempo, la vivencia colectiva... y observar experimentalmente los comportamientos y las producciones. Trasladada al terreno de la investigación motivacional con finalidades sociológicas (configuración de imágenes de la realidad social o comprensión significativa de actitudes sociológicas: ante el cambio social, las ideologías o el consumo), la práctica de la llamada *dinámica de grupo* se reconvierte y reestructura en la técnica cualitativa de aproximación empírica de la realidad social denominada *reunión de grupo, discusión de grupo o entrevista de grupo* (Maisonneuve, 1971: 129 en García et al, 1986: 180)

El objetivo de la Reunión de Grupo, configurado por y para la investigación sociológica motivacional, es fundamentalmente pragmática, macro sociológico y extragrupo: el grupo interesa como medio de expresión de las ideologías sociales, como unidad pertinente de “producción de discursos ideológicos.

El grupo es un marco para captar las representaciones ideológicas, valores, formaciones imaginarias y afectivas, etc., dominantes en un determinado estrato, clase o sociedad global.

La discusión de grupo constituye una leve percepción de la realidad, en condiciones controladas, donde los miembros de tal colaboran en la definición y en el texto de sus propios papeles, semidirectivamente orientados por un director más o menos experimentado, al que le bastan un mínimo de experiencia en la conducción de grupos de este género, de sentido común y una cierta capacidad de empatía, y sobre todo, la mayor cultura sociológica e histórica general posible y el conocimiento más adecuado del propio problema de discusión.

De esta manera, el grupo de 5 a 10 personas (seleccionadas de forma anónima, socialmente determinadas y sin ninguna relación entre sí), van

construyendo con mayor libertad su propio discurso acerca del tópico a investigar.

Mediante esta técnica libre o abierta se aspira a reproducir el discurso ideológico cotidiano o discurso básico sobre la realidad social de la clase social o estrato, representado por los sujetos reunidos, para interpretar en su contexto la valoración motivacional afectiva (y lo más profunda posible) del tópico investigado por el grupo, sus creencias y expectativas sobre el mismo, así como la proyección de sus deseos, resistencias y temores conscientes o inconscientes, etc. La microsituación así representada y la dinámica consciente e inconsciente del grupo hace emerger las emociones básicas, los conflictos y las normas sociales dominantes vinculadas al tópico investigado en la microsituación de la clase y/o estrato social al que los miembros del grupo pertenecen.

El desarrollo del grupo se analiza en dos momentos: en un primer momento (momento psicoanalítico), el director del grupo realiza un análisis desde la microsituación del grupo –interpretando cada fenómeno como emergente situacional-; luego en un segundo momento (momento sociológico), un equipo de sociólogos realiza un análisis desde la microsituación –interpretando la situación en el grupo como reflejo de la situación fuera del grupo-.

El discurso completo se graba, se transcribe y analiza e interpreta –de manera intensiva-. La información así recogida es sometida primero a un análisis semiológico, orientado a saturar sus posibilidades significativas, e interpretada –en última instancia- teórica y sociológicamente.

De esta forma, se explica la pertinencia de usar esta técnica. Para efectos prácticos del diseño del Grupo de discusión, sólo se hablará de manera muy general, en este caso, de lo que es el grupo de discusión y lo que se pretende encontrar en él, así como su pertinencia para aplicarlo en La Casa de la Sal, A.C., y, por último, los tópicos a tratar en tal.

Los grupos de discusión, en palabras de Pimentel (2002: 91), los sujetos plantean su presencia en el mundo social a través de su interacción en la vida social, en este sentido, Giménez (1997: 21-22), dice que la identidad se construye interactiva e intersubjetivamente, es decir, existen aspectos internos como las creencias, expectativas y creencias de los sujetos que les permiten hablar en primera persona al encontrarse en grupo, como lo pueden ser instituciones como la familia, los amigos, entre otros.

De esta manera lo que se busca comunicativamente en el grupo es conocer el intercambio de significados y representaciones (2002: 91), en el mismo sentido, se dan relaciones comunicativas en la que se crean juicios, ideas nuevas, reafirmaciones, confrontaciones, rechazos, consensos y descensos en lo que se dice por la función metalingüística del lenguaje (Alonso, 1994: 225 en 2002).

En relación a la pregunta de investigación: ¿cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración?, se aplicará el Grupo de Discusión a esta comunidad ya que al ser un grupo social específico por su orientación sexual y todo lo que contextualiza a ésta, existen diversas necesidades, entre otras, la de la información enlazada a diversas temáticas como la sexualidad y su variantes, derechos humanos, autoestima, etcétera.

Finalmente, se pretende que los sujetos que forman la Comunidad Gay, trasladen sus construcciones internas de determinados aspectos a un nivel que les permita acoplarlas al “sentido social”, es decir, a las necesidades informativas que, como un grupo social pueden tener por sus características propias. Este sentido social o necesidades informativas servirán para la construcción de una forma simbólica (programa de radio), la cual será el medio de producción y distribución de ésta.

III.2.1.2 CUESTIONARIO

El cuestionario puede ubicarse dentro de los métodos cuantitativos como técnica que posibilita conocer datos comparables entre sí, acerca de temas y grupos específicos, como lo es para el interés de la investigación las necesidades informativas de los integrantes de la Comunidad Gay y, según el tipo de investigación, ya sea cualitativa o cuantitativa, ubicando la presente en la primera y, que responden a preguntas básicas como: *¿por qué...?*, *¿cuál...?*, etc. (Boudon, 1978: 33).

Además, metodológicamente permite conocer la información que se requiere de manera tipificada, en este caso se recurre a los datos que se espera obtener de las variables: Necesidades Informativas, Comunidad Gay, Radio (Medios de Comunicación) e Identidad y su Contexto Social; para hacer comparaciones entre las respuestas dadas por cada sujeto y hacer cruce de esas variables y sus relaciones (Boudon, 1978: 45).

Por otra parte, se dice que esta técnica es contextual, es decir, que facilita el acceso a los sujetos, su comportamiento y sus contextos, como lo es el conocer cuáles son los elementos que conforman su identidad como creencias, aspiraciones, instituciones, actividades, etc., de la percepción que tienen sobre los medios de comunicación, específicamente la radio, así como de ellos en sí y de sus necesidades como formas de expresión a través de un posible programa de radio. En relación a la muestra existe un plan llamado "Bola de Nieve", es decir, que se contacta a una persona con las características necesarias, para este caso, con la principal que es la pertenencia a la Comunidad Gay y, después ésta puede tener relación con otra que comparta esas características a la que se puede involucrar en el desarrollo de la técnica y así sucesivamente hasta completar el número especificado (Boudon, 1978, pp. 49, 50).

III.3 CUALIDADES

La investigación cualitativa requiere de métodos que permitan recoger información para acercarnos a los significados y representaciones que tienen

los sujetos de determinadas condiciones. Para tal efecto, al revisar el problema de investigación: ¿Cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social?, es necesario contemplar cuatro puntos importantes:

I) Formulación de Hipótesis. Esta se formuló *a priori*, es decir, que está enunciada y nos permitirá pasar a la siguiente etapa (Boudon, 1978: 34-35), por lo que la hipótesis del problema de investigación es la siguiente: *“Si se conocen las necesidades informativas de la Comunidad Gay, entonces, podrá diseñarse una agenda temática que permita elaborar un programa de radio comercial en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social”*.

II) Construcción del Plan de Observación. En este sentido, se utilizaron tanto bibliografía que permitiera hacer una revisión de trabajos de tesis que abordaran la temática de la diversidad sexual, específicamente, la homosexualidad, en medios de comunicación masiva como programas de radio, televisión y prensa escrita. Por otra parte, también se hizo una revisión bibliográfica sobre la historia de la homosexualidad a través de la visión griega y romana hasta su concepción actual en occidente

Como complemento, se revisaron algunos datos históricos sobre el desarrollo de la radio y sus diferentes etapas y algo también importante, se hizo una revisión de programas de radio que han abordado la temática de la diversidad sexual y la homosexualidad para tener una visión general del problema de investigación.

III) La Construcción de Variables. Al ser la hipótesis del problema de investigación: *“Si se conocen las **necesidades informativas** de la **Comunidad Gay**, entonces, podrá diseñarse una agenda temática que permita elaborar un programa de **radio** comercial en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su **identidad** y contribuir a su **integración social**”*; se han desprendido cuatro variables:

- Necesidades Informativas
- Comunidad Gay
- Radio (Medios de Comunicación)
- Identidad y su Contexto Social

Esta construcción trata de traducir los conceptos y nociones a operaciones de investigación definidas, es decir, se entiende que existen “cosas” que queremos conocer, por tal motivo se conceptualizan, es decir, analizar los componentes de la primera noción, por ejemplo, las necesidades informativas y de ahí, se deducen de la totalidad de éstas a través de la teoría. Se sigue a la elección de indicadores que habla sobre las probabilidades de que tal concepto puede dividirse a lo cual da origen a los índices que nos dan la última etapa de medición de las variables.

2. En cuanto a intercambiabilidad de los índices, estos pueden repetirse según las mediciones en diferentes categorías sin que represente un problema alguno.

IV. El Análisis de las relaciones entre variables. Esto se caracteriza por que muchos resultados estadísticos no necesariamente, representan las causas de determinados problemas de investigación, por lo que se pueden introducir variables suplementarias para descubrir los datos que se esperan, ya que, en muchos casos es posible que estas aclaren y afinen la interpretación de esos datos. (Este proceso de operacionalización se presenta como anexo en el disquete adjunto al trabajo impreso).

III.3.1 APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Por estas razones y las ya mencionadas, el Grupo de Discusión que se aplicó a los asistentes que acudieron a las instalaciones de “La Casa de la Sal, A.C.”, se estructuró de la siguiente forma:

- Tamaño: 5 a 10 personas reclutadas por las áreas del Grupo de autoapoyo, La Clínica Psicológica y el Grupo de Voluntarios
- Duración: aproximadamente de una hora a una hora y media

- Composición: integrantes de la Comunidad Gay de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México (Barranco, 1996: 94 en Pimentel, 2002: 96)
- Moderador (Prof. Enrique Pimentel Bautista, el investigador y asistente de moderador (Erik Amalio Rivas). El moderador desarrollará al grupo y sólo propondrá los temas a discutir
- Selección de participantes: a través de relaciones primarias, es decir, redes preexistentes (trabajo), con el argumento de que no exista ningún tipo de relación entre ellos.
- Espacio-territorio: definido por Recursos Humanos de la institución. Las características de éste son: cerrado hacia fuera y abierto hacia dentro, es decir, cerrado para que no se perturbe el desarrollo de la sesión; que sea cómodo y abierto en cuanto a la discusión que se dará dentro de él por las nuevas rutas o temas a tratar por lo participantes y el moderador (Russi, 1998: 89-94 en Pimentel, 2002: 97)

Por otra parte, durante el desarrollo del Grupo de Discusión se dan algunas situaciones al interior de éste, algunas de las cuales se citarán a continuación:

- El moderador/investigación “dirige el proceso de producción del discurso”, solo interviene para a) fomentar las relaciones simétricas, la igualdad de los miembros, b)... resitua al grupo, la dimensión de trabajo...., c) interviene en los nudos del discurso, requiriendo completar determinados argumentos.... (Barranco, 1996: 98-99 en Pimentel, 2002: 99)
- Cada participante tratará que su posición se refleje en el grupo, al tratar de buscar el consenso en el grupo o en parte de él.

Para empezar, para el diseño se tomaron en cuenta las siguientes condiciones sobre el grupo de estudio:

- El grupo de estudio que se tenía pensado aplicar el cuestionario eran los grupos de autoapoyo que se reúnen en “La Casa de la Sal, A.C.”, institución que apoya a personas portadoras del Virus de

Inmunodeficiencia Adquirida/Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (VIH/SIDA) y que tiene vínculos, entre otros, conjuntos de personas gays, pero por razones no justificadas por quien coordina estos grupos no se les aplicó a ellos.. Por lo tanto, se hizo un sondeo a 30 personas integrantes de la comunidad gay, con el plan conocido como “Bola de Nieve” ya mencionado, para distribuir el cuestionario a personas que tuvieran contacto con individuos homosexuales para que a su vez éstos mismos los distribuyeran a otros.

- La distribución se hizo personalmente, vía correo electrónico y uno a través de comunicación telefónica

En relación a los requerimientos específicos de la técnica se retomaron los siguientes:

1. Se utilizó un “distribuidor” (Erik Amalio Rivas) ya que con esto se pretendió despertar verbalmente el interés a través de su presentación, desarrollo y conclusión con los encuestados y la resolución de dudas en cuanto al mismo por parte de los sujetos de estudio, además de que las personas que apoyaron en esta acción lo hicieron de la misma forma, en relación al correo electrónico se pretendió la misma situación entre el distribuidor y quienes contestaron el cuestionario.
2. Se usarán preguntas que den, en su mayoría, respuestas cerradas por las ventajas al permitirle a los encuestados una fácil contestación, por no requerir un mayor nivel de educación, alfabetización y agudeza visual y, por otro lado, la facilidad de codificación y análisis para el reporte final del cuestionario.

En cuanto a las respuestas abiertas, se permitirá la libertad y espontaneidad de los encuestados, ya que se hizo lo posible por no poner limitaciones a las oportunidades de autoexpresión; también se consideró que son importantes para las respuestas que necesitamos conocer para el objetivo de la investigación; de las preguntas abiertas se hizo una sistematización para generalizar los datos obtenidos y sustentar ampliamente las respuestas cerradas.

3. El tiempo de aplicación fue de un mes aproximadamente porque se consideró que del contacto a la distribución, contestación y regreso al origen, las disposiciones temporales, entre otras, de los distribuidores y sus actividades personales, fueron de gran peso para el desarrollo de tal sondeo, la misma situación se repitió a través del correo electrónico.
4. Se redactaron 19 preguntas cerradas, de las cuales la primera se refiere a datos socio-demográficos, por otra parte, cinco incluyen un espacio para la respuesta abierta y la pregunta número 20 es totalmente abierta.
5. El cuestionario se elaboró con una Secuencia Cónica o Secuencia Piramidal, ya que se presentan los tópicos más generales, es decir: en un principio se habla sobre datos de edad, escolaridad y ocupación, actual, como segundo punto se tocan temas como el entretenimiento, la cultura, lo holístico, aspectos políticos. En este sentido, se pretende un acercamiento un poco más profundo sobre las creencias religiosas, derechos humanos, entre otros; por otra parte, se complementa con temas relacionados a la sexualidad y las relaciones con otros sujetos. Para finalizar, se solicita la información que requerimos para el medio técnico de transmisión: la radio.
6. Este punto informa sobre la redacción de las preguntas, las cuales fueron redactadas con palabras simples, directas, familiares, así como una formación clara y específica, en algunas bidimensionales y su aplicabilidad. Otras se redactaron de manera que el encuestado entienda que la información es una alternativa para un proyecto que *podría* llevarse a cabo.
7. La secuencia de las preguntas trató de aplicar los siguientes criterios: Preguntas iniciales, interesantes, agradables, es decir, se comenzó de manera general con temas fáciles como lo es el entretenimiento y gradualmente se redactaron preguntas que dieran pauta para llegar a los temas sexuales y de la radio, ya con un contexto de confianza durante el desarrollo de las primeras preguntas y para pretender llegar a través de un orden que nos permita conocer las necesidades informativas de la Comunidad Gay.

A continuación se presentan las estructuras de las dos técnicas de investigación, las cuales se definieron de acuerdo a las variables de ésta, con la finalidad de acercarse a los elementos que conforman el problema de investigación: es decir, las necesidades informativas, la Comunidad Gay, la Radio y la Identidad y su Contexto Social; divididos, en el caso del grupo de discusión, en los temas a conocer según el discurso de la comunidad así como, en relación al cuestionario, a las respuestas tanto abiertas y cerradas.

III.3.1.1 ESTRUCTURA DE APLICACIÓN: GRUPO DE DISCUSIÓN¹

ESTUDIO SOBRE LA CONFORMACIÓN DE UNA AGENDA NOTICIOSA DE UN PROGRAMA DE RADIO COMERCIAL A PARTIR DE LAS NECESIDADES INFORMATIVAS DE LA COMUNIDAD GAY GUÍA DE TEMAS²

INTRODUCCIÓN

Presentación de los participantes, nombre, actividades
Objetivo del Estudio
Reglas básicas de la discusión y funcionamiento del grupo

PRIMER TEMA: CONTEXTO SOCIAL

Gustos personales
Qué les gusta hacer en su tiempo libre, cómo y en qué se entretienen, qué les gusta ver, oír
Qué está de “moda”, qué es lo “actual”

SEGUNDO TEMA: IDENTIDAD Y COMUNIDAD GAY

Percepción sobre la situación de la (s) comunidad (es) gay en la actualidad.
La dignidad gay
“La salida del clóset”
La familia
La homofobia
Inclusión en activismo social
Situaciones varias

TERCER TEMA: EVALUACIÓN DE MEDIOS

Valoración de medios de información

¹ Si se requiere, consultar “TRANSCRIPCIÓN DEL GRUPO DE DISCUSIÓN” en Anexo C.

² Guía propuesta por el Prof. Enrique Pimentel Bautista

Los medios de comunicación y las temáticas gay
Valoración y resalte del medio Radio
Evaluar la Radio frente a los demás medios
Ventajas/desventajas de la Radio

CUARTO TEMA: EVALUACIÓN DE ESTACIONES, PROGRAMAS Y LOCUTORES DE RADIO

Qué estaciones escuchan, por qué
Qué programas les gustan, por qué
Qué locutores conocen, qué piensan de ellos
Qué o quién tiene más peso: la estación, el programa o el locutor
Hábitos de Recepción (general)
La confiabilidad
Medios alternativos de recepción

QUINTO TEMA: FACTIBILIDAD DE UN PROGRAMA ENFOCADO A LA COMUNIDAD GAY EN LA RADIO COMERCIAL

Detallar qué hay en la radio en general que no les satisfacen
Opinión general de los programas que tocan temáticas concernientes a la comunidad gay.
Evaluación de los programas con temáticas gay: producción, conducción, temáticas
Motivos por los que lo escuchan
Temáticas poco exploradas y explotadas
Factibilidad de un programa especializado

SEXTO TEMA: NECESIDADES INFORMATIVAS

Detallar qué hay en la radio en particular con los **temas gay** que no les satisfacen
Detallar qué temáticas hacen falta
Detallar los diferentes elementos de producción que debería tener un programa especializado en temática gay: horarios, conductores, música, dinámicas, etc.
Detallar la línea editorial
Nombre del programa, slogan
Finalidad: informar o entretener

CIERRE

Reforzar la factibilidad
Reforzar las necesidades informativas
Despedida
Agradecimientos

III.3.1.2 ESTRUCTURA DE APLICACIÓN: CUESTIONARIO

CUESTIONARIO

El objetivo de este cuestionario es conocer cuál es la información que necesitas para entablar relaciones sociales satisfactorias con las personas que te rodean y juntos, a través de la futura propuesta radiofónica, apoyemos al constante crecimiento y fortalecimiento de la Comunidad Gay.

INSTRUCCIONES: te pedimos leas atentamente las preguntas y contestes, según sea el caso, subrayando, tachando y/o escribiendo. Las respuestas que nos des serán respetadas y valoradas con el fin único de elaborar dicha propuesta.

1.-

- Edad: _____
- Escolaridad: _____
- Ocupación actual: _____
- Estado Civil: _____
- Delegación o Municipio: _____

2.- Cuando requieren información de tu interés, ¿cuál de los siguientes medios de comunicación utilizas para obtenerla?

- Radio
- Televisión
- Periódicos, Revistas
- Internet

¿Por qué? _____

3.- ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación, consideras es más confiable?

- Radio
- Televisión
- Periódicos, Revistas
- Internet

¿Por qué? _____

4.- En el caso de la radio, ¿qué prefieres escuchar?

- Música
- Programas Especializados
- Promociones y regalos
- Concursos
- Conductores
- Locutores
- Anuncios Clasificados
- Productos y Servicios

5.- ¿En qué horario escuchas la radio?

- Mañana

- Medio día
- Tarde
- Tarde-noche
- Noche

6.- ¿Por qué otro medio escuchas la radio?

- Internet
- Televisión privada
- Otro (s): _____

7.- ¿Consideras que sea necesario que existan programas especializados en sexualidad, específicamente para las personas homosexuales?

Si _____ No _____

¿Por qué? _____

8.- ¿Cómo pasas tu tiempo libre?

- Escuchando la programación del radio
- Yendo al cine
- Escuchando música
- Yendo a antros
- De compras
- Ir al teatro
- Leyendo revistas de espectáculos
- Viendo programas de televisión culturales
- Viendo programas de televisión de paga
- Leyendo las novedades literarias
- En la organización y/o participación de eventos artísticos y deportivos
- Otro (s) ¿Cuál?: _____

9.- En caso de acudir a eventos culturales, ¿Cuáles son a los que con más frecuencia asistes? (Puedes elegir más de una):

- Muestras de Cine
- Música
- Danza
- Teatro
- Círculos literarios
- Performance
- Pintura
- Organización y/o participación de eventos culturales
- Otro (s) ¿Cuál?: _____

10.- ¿Cuáles son las opciones a las que recurre para tu bienestar físico y emocional?

- Terapia psicológica
- Grupos de reunión y/o autoapoyo
- Yoga
- Meditación
- Medicina natural
- Practicar deporte

- Otra (s) ¿Cuál?: _____

11.- En relación a actividades políticas, ¿cuál de las siguientes opciones consideras necesitas en tu vida? (Puedes elegir más de una):

- Conocer las propuestas políticas de los candidatos a elección popular
- Cómo involucrarte activamente en partidos políticos
- Cómo participar en organizaciones no gubernamentales
- En la organización y participación activa en eventos para dar a conocer tus propuestas
- En la creación y cumplimiento de leyes que garanticen tus derechos humanos
- En la libre participación de tus derechos y obligaciones como ciudadano
- La organización y participación en marchas y/o desfiles
- Otro (s): _____

12.- Si tienes alguna creencia religiosa, ¿consideras trascendental conocer la opinión y la orientación que ésta tiene y puede dar sobre la homosexualidad?

SI: _____

NO: _____

13.- ¿De qué otra creencia te gustaría conocer su opinión y orientación que ésta tiene y puede dar sobre la homosexualidad?: _____

14.- ¿Cuál de las siguientes opciones consideras deberían ser difundidos con mayor frecuencia para tu bienestar individual y colectivo?

- Derechos humanos
- Derechos sexuales y reproductivos
- Derechos de las personas portadoras del VIH/sida
- Derechos de los niños

15.- En temas de sexualidad, ¿sería de tu agrado conocer información acerca de los descubrimientos e innovaciones médicos, sobre todo de homosexualidad?

SI: _____

NO: _____

¿Por qué? _____

16.- Para tu vida cotidiana, ¿necesitas conseguir información sobre VIH/SIDA y otras infecciones de transmisión sexual?

SI: _____

NO: _____

¿Por qué? _____

17.- ¿De las siguientes opciones, cuál es la información te gustaría fuera desarrollada ampliamente? (Puedes elegir más de una):

- Diversidad sexual
- Salida del Closet
- Gays
- Lesbianas
- Bisexualidad
- Transgénero
- Travestismo
- Filias
- Fobias
- Perversiones
- Erotismo
- Productos y servicios sexuales
- Otra (s): _____

18.- ¿Te gustaría recibir información que te permita convivir con tu familia, amigos, trabajo y/o escuela?

Si: _____ No: _____

19.- Para la conducción del programa, ¿quién preferirías lo condujera?

- Sexólogo
- Psicólogo
- Alguien con tu misma orientación sexual
- No hay preferencia por alguien en específico
- Otro (os): _____

20.- Por último, ¿qué más te gustaría expresar a través de un programa de radio?

Te agradecemos tu importante participación en este proyecto. **GRACIAS.**

Como ya se vio, con estas técnicas de investigación cualitativa se logró estar al tanto de los resultados que a continuación se presentan; con la finalidad de cubrir el objetivo de conocer las necesidades informativas de la Comunidad Gay y otros datos que darán la pauta para elaborar la agenda temática y el sentido que le han dado a sus inquietudes.

III.4 AL FINAL DEL ARCOIRIS

De acuerdo a la aplicación y conjunción del cuestionario y del grupo de discusión, se conocieron los resultados de lo que hasta este momento se tiene para conocer cuáles las necesidades de las que ya se habló reiteradamente y encontrar el sentido que la Comunidad Gay le dio a esta propuesta. El presente escrito se desarrollará de acuerdo al orden establecido en la operacionalización³, además la redacción conjuntará los resultados de las dos técnicas de forma complementaria, consenso y/o disenso; en el caso de que así lo requiera se especificarán de qué técnica se obtuvieron determinados datos. Es necesario especificar que a lo largo de la exposición de los resultados se utilizan algunas frases de los participantes del grupo de discusión para reforzarlos y, en relación a por qué sustraerlos del grupo, se decidió de esta manera porque es la técnica que representa total libertad para el desarrollo de los temas, al igual que, para ampliarlos, sin olvidar que es sólo para apoyar los resultados de las dos técnicas.

III.4.1 LA VIDA INTERNA

Para empezar, conjuntamente, se tiene que la Identidad y su contexto social está formada por el contexto endógeno, que involucra las creencias, tradiciones y expectativas en este caso la religión, la cual en el grupo de discusión no pudo conocerse este tipo de información porque al realizarse en “La Casa de la Sal, A.C.”, se evitan temas religiosos, entre otros, por lo tanto, en el cuestionario si hubo la oportunidad de conocerlos.

III.4.1.1 TODOS SOMOS HIJOS DE DIOS

En este sentido se obtuvo que la mayoría de los integrantes de la comunidad gay, no tiene o practica alguna creencia religiosa, así como tampoco sería de su agrado conocer la opinión y orientación que otras religiones tienen acerca de la homosexualidad. Es decir, puede presentar un origen contextual-histórico, ya que se ha dicho a lo largo de la historia que la iglesia católica durante siglos ha manifestado su rechazo abierto a las personas

³ Si se requiere, consultar “OPERACIONALIZACIÓN” en Anexo B.

con una orientación sexual homosexual y, que como consecuencia esta comunidad prefiere no saber nada al respecto por el estigma y la no inclusión en ámbitos significativos.

En contraposición, la minoría que sí tiene o practica alguna religión también expresó afirmativamente el ser de su agrado conocer la opinión y orientación de otras representaciones espirituales, sobre todo de algunas de origen oriental como el budismo, la kábala, entre otras; lo que revelaría por un lado y contextualmente, el surgimiento de iglesias con una base cristiana que si aceptan y no estigmatizan a las personas homosexuales, de ahí la tenencia o práctica de determinada religión.

De esta manera, el rechazo mutuo entre religión y comunidad gay es evidente por lo ya descrito y que determina a través de sus necesidades que como seres humanos también tiene esta comunidad de ser aceptados en círculos espirituales y de ahí el nacimiento de creencias y religiones que le dan entrada a quienes así lo requieran.

III.4.1.2 ¡QUÉ SIGA LA TRADICIÓN!

En relación a las tradiciones, los participantes no hicieron ninguna referencia a alguna tradición de algún tipo, ya que en México, la mayoría de las tradiciones tienen raíces religiosas y como ya se dijo, aún manifiestan cierto rechazo por parte de la iglesia, en tanto que, esos componentes se ligan sobre todo a aspectos más conservadores en cuanto a ideas, prácticas, acciones, creencias y demás como puntos culturales.

III.4.1.3 EXPECTATIVAS

Lo relacionado a las expectativas de los hombres gays, se retomaron algunas de las opiniones dadas en la pregunta 20 del cuestionario, que le da cabida a, todo aquello que les gustaría expresar a través de un programa de radio, por lo que dijeron en un ámbito común el hecho de tener información de lo que significa y representa su propia orientación, que aún se les considera

una minoría y, contrariamente, piensan que ya constituyen un público amplio con aspiraciones de superación y necesidades como las de los demás, además de que todas las personas deben estar informadas en determinados aspectos.

En este aspecto se finaliza que el contexto endógeno de los sujetos participantes está conformado principalmente por sus aspiraciones de autoconocimiento y reconocimiento como comunidad y con necesidades como de cualquier tipo como las pudieran tener otros sujetos dentro de nuestra sociedad, mientras que aspectos personales como la representación negativa sobre elementos significativos como la religión prevaleciente en nuestra cultura y la necesidad de crear nuevas instituciones de este tipo para ser incluidos en ellas.

III.4.1.4 NIVELES ACADÉMICOS

En cuanto al contexto endógeno se tomó en cuenta el nivel cultural o académico, lo social y económico de los participantes. Por un lado se tiene que el nivel educativo de la gran mayoría de los participantes es superior, tanto de licenciatura y maestría, en segundo lugar el nivel medio o preparatoria y en último lugar el nivel básico, denominado secundaria. Se entiende que existe cierta congruencia entre las expectativas y este punto, el deseo de superación del que hablaban se refleja que la instrucción académica es un elemento para lograr ese objetivo, y que se define también por un orden ascendente hasta llegar el nivel superior de educación tanto de licenciatura como de posgrado.

III.4.1.5 LA SOCIALIZACIÓN

La comunidad gay realiza actividades diversas y complementarias para pasar su tiempo libre, entre las que se encuentran con mayor preferencia la asistencia al cine, escuchar música y radio, ver programas de televisión privada, además de ir de compras, programas de televisión cultural y literatura, en menor medida se encuentra la asistencia al teatro, a lugares de baile o antros, así como su participación en eventos artísticos y deportivos. También se tienen actividades como la visita museos, exposiciones y pasar su tiempo libre en familia, con amigos o solos.

Lo anterior pone de manifiesto que la comunidad gay tiene una mediación electrónica por el uso que hacen de medios como el cine, la televisión privada y cultural, en segundo lugar el consumismo al manifestar que van de compras, por otra parte, también recurren a eventos culturales tanto visuales, como escritos y su presencia en lugares de baile y, por último, la importancia que también tienen los círculos familiares y de amigos para ocupar su tiempo libre, por lo que se refuerza la diversidad de las actividades de la comunidad gay.

III.4.1.6 DE CHILE, DE MOLE Y POZOLE

En relación al nivel económico, tampoco se obtuvo información de este tipo en el grupo de discusión ya que existen aspectos que se consideran personales para “La Casa de la Sal, A.C.” como lo es el caso de la situación económica de los participantes. Por otra parte, según los datos obtenidos en el cuestionario los sujetos con mayor porcentaje son los empleados, seguidos por los estudiantes a nivel licenciatura, preparatoria y secundaria, y empatados los integrantes que se autoemplean, el desempleado y el empleado/estudiante.

Como ya se dijo, esto da la posibilidad de entender que el nivel económico de la comunidad gay se determina por el nivel educativo ascendente en algunos casos y el final como lo es el superior y, que casos excepcionales el desempleo se presenta en este grupo social.

“No puedes encerrarte en el típico ‘nerd’ o persona que se va hacia la cultura, tampoco volverte la típica persona que no tiene nada mas allá de lo que es una apariencia o un grupo social”.

III.4.2 ¿SUJETOS DECISIVOS O COLECTIVOS?

Como resultado de las técnicas, hubo sujetos tanto de los municipios conurbados a la Ciudad de México y de algunas delegaciones políticas de ésta. La mayor parte de ellos proviene del estado de México. Puesto que en el cuestionario solo se obtuvieron datos geográficos, de nivel económico y académico ya descritos; se tomarán en cuenta las opiniones que tienen los

integrantes de la comunidad gay respecto a sí misma, por lo que se retomará lo dicho en el grupo de discusión.

Se conoció y concluyó que en México no existe una comunidad gay como tal, ya que no hay organización y apoyo entre sus integrantes y, más que otra cosa, se consideran personas que se reúnen en un grupo decisivo y determinado por su preferencia sexual; por lo que se llegó al consenso de que existe un “intento” de comunidad mostrada en eventos representativos como la marcha del orgullo lésbico, gay, bisexual, transgénero y travesti.

“...Comunidad como tal no hay, como individuos decisivos que tenemos una preferencia; pero comunidad como tal no porque no nos organizamos para algo todos juntos...”

Por lo tanto, se hizo la referencia al título “Un día sin mexicanos” y lo colocaron al grupo homosexual como “Un día sin gays” ya que se determinó que si existiera una organización y unión entre los integrantes de la comunidad podrían hacer que sectores culturales, ejecutivos, de la salud, del transporte, la construcción y servicios, entre otros, la ciudad se detendría, cuando se requiera.

Por otra parte, se explicó que el termino comunidad, al igual que otras cosas, se ha importado y que no tiene el sentido que se le da en otros países; como lo es el abanderar los derechos de los homosexuales, de la creación y práctica del diálogo con el poder político como lo son los congresos o parlamentos y la organización y unión que se dan en Comunidades como la de San Francisco y París, donde además, cuando se necesita el apoyo de la comunidad llegan a realizar bloqueos para ser escuchados; en cambio, en México, se reconoce a la comunidad gay como aquellos que consumen económicamente y quienes representan este poder como las marcas y establecimientos que se relacionan con lo homosexual.

“...En México, la comunidad es consumista y lo vemos en lo más notable que es la marcha. La comunidad gay, en términos de la defensa de los derechos o de la identidad homosexual es neta y exclusivamente el

consumismo porque los que se hacen representantes de la comunidad gay son los antros, las marcas que tienen que ver con lo homosexual y el consumismo”.

Otro aspecto que no permite el crecimiento y consolidación de la comunidad gay en México es la discriminación ya que los subgrupos existentes discriminan a otros por diversos motivos como lo puede ser el travestismo o quienes usan vestimentas del piel, etc., por esta situación a falta de representantes actuales de la comunidad se rescataron algunas destacadas personas del arte del país como Salvador Novo y de la actualidad al músico Horacio Franco. Por tal motivo, se señaló que lo importante no es tener un representante, sino que se trata de actuar para hacer que los sujetos gays defiendan a otros, así como hacer que conozcan sus derechos, valorarse a sí mismos y dejar lo que ellos manejan como “complejos” para poder darle fuerza a la comunidad y ser como la de San Francisco.

“...Si toda la gente gay atendiera y conociera sus derechos, valorara como lo que es y dejáramos a un lado tantos complejos, realmente podríamos llegar a ser una muy buena comunidad...”.

Por esas razones, se dijo también que existe una aceptación “falsa” ya que en zonas rurales no se puede hablar abiertamente de la homosexualidad porque son catalogados y etiquetados por relacionarse sexualmente con personas del mismo sexo, ocasionando que salgan de sus localidades a las grandes ciudades donde se crea un anonimato por la cantidad de población exorbitante en concentraciones demográficas.

Por eso se concluyó que existe un intento de comunidad y que no es necesario tener representantes sino que en la individualidad se puede iniciar la aceptación, respeto y apoyo que la comunidad necesita y no confundir el término comunidad con el de consumismo y quienes lo representan.

“Es un intento de comunidad porque todavía es un grupo social de una preferencia sexual específica a la que pertenecemos; no podemos decir que somos una comunidad por lo que están diciendo: que no nos apoyamos”.

III.4.3 EL FIN NO JUSTIFICA EL MEDIO

Por una parte, se acordó que la discriminación que ejercen los medios de comunicación no ayuda al tratamiento que de la temática se hace, sobre todo en la televisión y otros medios, por lo que consideran que es necesario que la homosexualidad se aborde en sus totalidad a través de la información de lo que es la gente gay y la comunidad a través de medios técnicos de transmisión dedicados al cien por ciento. Como segundo punto se da a conocer el sentido que la comunidad gay construyó de la forma en la que esta temática tratada en medios electrónicos como la televisión y la radio.

“En términos generales, los medios de información en México siempre están manejando la imagen de la homosexualidad como el estereotipo gay: el mesero, el estilista o el artista. Yo creo que desvirtúa realmente...”.

III.4.3.1 DEL USO DE LOS MEDIOS

Ante esta situación, se tomaron en cuenta las preferencias que tiene la comunidad gay para encontrar la información general, a través de diferentes medios. Para empezar, la comunidad gay tiene una fuerte inclinación hacia el uso de las nuevas tecnologías como lo es el Internet para obtener información de primera mano, de forma notable se reduce esta elección por los medios escritos como los periódicos y las revistas y de manea menor el uso de medios electrónicos como la radio y la televisión.

Las respuestas a pregunta se enfocan, sobre todo, a determinados atributos de uso que le otorgan los integrantes de la comunidad gay a la Internet como medio para obtener información. Se empezará por los más mencionados como la variedad de información el sustento profesional de ésta y la facilidad y rapidez con la que se encuentra lo que lo convierte en un medio

eficaz, de fácil acceso y disponible temporalmente por lo que lo convierte en un medio práctico el momento en el que lo utilizan y la versatilidad que ofrece para poder realizar otras actividades al mismo tiempo.

En relación a los medios escritos como los periódicos y las revistas se recurre a ellos porque existe el gusto por la lectura, por la variedad, facilidad de acceso, además de compartir atributos éticos como lo es el profesionalismo con el que trabajan las fuentes al dar información actual, clara y concisa y, en su caso, las referencias bibliográficas.

Lo anterior contrasta al hablar de la confianza hacia los medios ya que los periódicos y revistas se ubican en primer lugar, seguida de la Internet, en el mismo nivel la radio y la televisión. En este apartado se habla sobre la confiabilidad que atribuye los integrantes de la comunidad gay a los medios de comunicación masiva, en primer lugar se ubican a los periódicos y revistas ya que perciben una carga ética a través de la veracidad y la objetividad tanto de los medios como de las personas que producen la información, además de la diversidad de ésta, la oportunidad de verter opiniones y, en su caso, el conocimiento de algunos medios, también le dan a estos medios la característica de confiabilidad.

En segundo lugar al Internet ya que por una parte, se dijo que existe reciprocidad en cuanto al uso de la información que cada uno emite y por el otro, a la variedad tanto de información como de páginas que hablan sobre el mismo tema, lo que permite hacer la comparación entre una y otra basada en los requerimientos específicos.

Por otra parte, se consideró paralelamente que los medios electrónicos como la televisión es confiable ya que al mostrar la imagen da la oportunidad de ver lo que acontece y esto se percibe como claridad de los hechos a los receptores. En el caso de la radio se dijo que existen grupos que confirman y amplían su información a través de los juicios de especialistas en su rama y los temas, lo que les permite “aclarar” determinados hechos. Finalmente, hay quien dijo que todos los medios de comunicación mencionados son confiables

hasta cierto punto, lo que se puede relacionar también con la reciprocidad ya mencionada.

En el caso de la televisión la información obtenida tiene que ver con la disponibilidad de este medio, es decir, se recurre a este medio porque es el aparato técnico con el que se cuenta en casa. Como parte complementaria, llegando a los medios electrónicos, primero se habló de cómo la televisión le da tratamiento al tema, es decir, existen programas que no satisfacen sus expectativas puesto que reproducen el estereotipo de una persona amanerada como lo es un estilista, el mesero, el artista y esto cambia lo que es la realidad gay, por lo que consideran que hay que darle seriedad y una concepción diferente a este grupo a través de personajes públicos que manejen su homosexualidad abiertamente, para que los puedan ubicar dentro de la sociedad a través de la imagen de un arquitecto, un escritor, un periodista, un albañil, entre otros.

Otro punto que ha llamado la atención de la comunidad gay es que hay programas serios que al hablar sobre este tema, lo hacen o los ponen “como en análisis”, “como en laboratorio” y por el otro, cuando algún personaje osara en hacer pública su orientación sexual sería despedido, en este caso, de algunas televisoras.

Este rechazo institucional se relaciona desde los individuos dueños de los medios de comunicación, que según palabras de la comunidad, aunque y/o tienen familiares con la misma orientación, por lo que limitan la producción, el enfoque y la distribución de mensajes con estas temáticas. Finalmente, es importante tener en cuenta que existen espacios televisivos que sí toman con seriedad la temática gay al darles espacios amplios en noticiarios y otros que por su base moralista no lo permiten, lo que hace difícil el planteamiento de un programa en la televisión comercial con temática homosexual.

III.4.3.2 AUDIOGAY

“En la radio tal vez encuentras cosas interesantes, a veces no”.

En relación a la radio, se dijo que existe una percepción de respeto por parte de los conductores hacia la comunidad, dada por la orientación sexual de ellos, de temas gays, espectáculos, culturales, etc., además de las opciones que existen tanto en la radio comercial como en la pública en las que se habla de sexualidad, homosexualidad, derechos y comportamientos homosexuales, así como los que resuelven dudas, y maratones sexuales.

Los integrantes de la comunidad gay han sintonizado además de otros intereses, los programas que de alguna u otra manera incluyen la temática gay en sus mensajes, tanto estaciones comerciales y oficiales; entre éstas se encuentran las musicales y habladas de Amplitud Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM) con temas de sexualidad, específicamente homosexualidad, política, de revista, astrología, psicología, meditación, reseñas cinematográficas, lectura de noticias, de consultorio sentimental y uno específicamente para la comunidad gay: Triple G, que es sintonizada por ser la única opción como tal en la radio comercial de la ciudad de México. De los programas mas mencionados durante el desarrollo del grupo fueron Media Noche en Babilonia, Triple G; y de los conductores, sobre todo mujeres fueron Patricia Kelly, la sexóloga Anabel Ochoa, y la conductora de espectáculos Maxine Woodside.

También se sintonizan programas por medios alternativos como el Internet. Son escuchadas según los horarios del día, el sitio donde se encuentren en el momento que lo requieren o las actividades que estén realizando en ese momento, como ejemplo está Pink Radio, considerado por los participantes como “muy bueno”, por el tratamiento que hace de la temática homosexual.

La pertinencia de la existencia de programas de este tipo es clara porque se hizo mención de programas con temáticas gays que han existido a través de los años así como aquellos específicamente para éstas. En este

orden, se concluyó que no existen programas o comentaristas que hablen realmente de sus inquietudes y que si se quiere que los medios de comunicación cambien tendrá que empezarse por la acción de la gente y dejar atrás las concepciones moralistas de otros medios de comunicación.

“La gente está ávida de programas, de este tipo de programas alternativos, de temas que nos interesan”.

III.4.3.3 VENTAJAS Y DESVENTAJAS

“...(en) La concepción moralista en la que están fundamentados (los medios de comunicación) no van a aceptar una familia disfuncional (que presente personas gays)”.

En este apartado se dijo que la radio se encuentra en desventaja respecto a la televisión porque la mayoría de la gente es visual, porque la gente “prefiere ver movimiento aunque no entienda nada” y esto, según un participante, es una preferencia de la comunidad gay; además de que la gente no escucha, sólo oye.

En cuanto a las desventajas de la televisión se concluyó que es poco probable que se permita desde instituciones gubernamentales, la exposición de estas temáticas, una vez más, por el aspecto moral en el que se fundamenta la televisión. Respecto a la radio, se concluyó que es factible presentar estas temáticas porque es algo que no se ve, además de no tener el “ataque visual y auditivo” y, por otro parte, porque sólo “los programas inteligentes” hacen que la gente se detenga a escucharlos, porque valen la pena.

“...Están formados así porque hemos permitido que estén así”.

III.4.3.4 TABÚ

Es importante tener en cuenta la preparación que tienen o deberían tener quienes conducen los programas que en algún momento han hablado de

homosexualidad, es decir que existen programas en los que se considera que el conductor está preparado para saber tratar esta temática cuando el conductor o la conductora no permiten las ofensas a estos sujetos, el hecho de lograr llegar a acuerdos entre los escuchas del mismo género, así como quien es capaz de comprender la situación que ocurre en ese momento, además de no anteponer su persona públicamente, y no discriminar a alguien.

También se considera que una persona está bien preparada a quienes actúan de manera equitativa y lógica porque tiene que aprender a controlar determinadas situaciones y a manejarse según sus recursos.

Del lado de la falta de preparación se revela que quienes no están listos para abordar estas temáticas son las personas que no saben qué hacer y las actitudes a tomar cuando se presenta una situación en la que intervienen dos personas del mismo sexo, sea hombre o mujer, es decir, cuando un conductor se enfrenta a una situación de dos homosexuales porque es complicado y difícil, según la percepción de los participantes, porque los varones heterosexuales aún sienten que el ser hombre es un tabú y una conductora en el caso de lesbianas; en ambos casos, existe cierto conflicto. Por otra parte se conversó sobre la preparación técnica en la que quienes aspiraban a ser locutores en los años 90, debían conocer los reglamentos sobre radio y televisión, en temas de política y otros temas.

“...Yo creo que en cuestiones de sexualidad, en términos generales, sobre homosexualidad yo creo que (los conductores) no (están preparados)”.

Por estas razones se concluyó que los conductores/locutores no están preparados en temas de sexualidad específicamente sobre homosexualidad, y por los conflictos personales y su incapacidad de llevar situaciones de esta naturaleza y, que en realidad sólo un persona gay puede entender a otra persona con la misma orientación sexual.

“...en realidad, no conozco alguien fuera de un gay, que sepa tratar a otro gay”.

III.4.3.5 LA PERTINENCIA GAY

“...Yo creo que la jotería duraría más en un programa, te lo daría con la mano en la cintura y con todos los promocionales”.

En este sentido, la pertinencia también es muy clara dada por una gran mayoría que si les gustaría que hubiera un programa de radio especializado, es decir, con temáticas gays y dirigido específicamente a esta comunidad; al contrario y minoritariamente las consideraciones de factibilidad por parte de la comunidad gay tienen que ver en un sentido institucional ya que se hizo referencia a los permisos que las instituciones gubernamentales y de comunicación, en este caso la radio, darían para la creación de un programa de radio y por el otro lado, la factibilidad también se dirige hacia los sujetos que intervienen en la producción de los programas, así como las temáticas.

En relación a la necesidad de la creación de un nuevo programa especializado dirigido a personas homosexuales, la mayoría de los encuestados apuntó que sí es necesario se dé origen a éste por diversos motivos. De lo mencionados se discurren puntos de vista totalmente diversos y complementarios, por tal motivo se hicieron 6 clasificaciones relativas a:

1. INFORMACIÓN: En este sentido, consideran que es importante dar información para ampliar, educar y aclarar aquellos datos en los que existan dudas como las que podrían tener las personas heterosexuales acerca de la comunidad gay y de ellos mismos, la cual debe ser fidedigna, además de hacer referencia a otros sucesos relacionados con esta orientación y como punto importante lo que consideran ellos, no existen espacios que hablen sobre esta temática.

2. ESPACIOS: Respecto a este punto los encuestados participantes dijeron que con la creación de este tipo de programas radiofónicos se abrirían espacios de convivencia gay lo que permitirá socializar y comunicarse, además de que se ampliarían los puntos de vista de los programas ya existentes con este nuevo. Por otra parte, se dijo que los programas en radio y televisión son pocos y sobre todo, en la radio comercial, no cuentan con un tiempo limitado y

no específico en su totalidad para la comunidad Lésbico, Gay, Bisexual, Transgénero y Travesti que produzca y distribuya estos mensajes las veinticuatro horas del día. Hay que tener en cuenta que, al no ser tema de investigación en la presente sobre la viabilidad comercial de la producción, distribución y consumo en la industria de la radio de programas durante las veinticuatro horas del día, se puede decir sin profundidad que, contextualmente y a través de los últimos años, al ser pocos los espacios en televisión y radio, los horarios de transmisión y duración así como la “quebrantada” aparición de este tipo de programas, la falta de preparación de los conductores para desarrollar la temática y el acceso a patrocinadores y cuestiones culturales como la predominación machista de la sociedad, la falta de información y la señalización negativa a la población homosexual, aún no sería posible que exista un canal de producción y transmisión hecho por y para la Comunidad Gay que trabajara las veinticuatro horas del día.

3. CONSUMO (Apropiación): Complementariamente se dijo que hay gente gay que necesita sentirse identificada y reconocida como un grupo con la misma importancia que el resto de los actores sociales y que al igual que ellos, las personas homosexuales se conforman de aspectos emocionales y, que por lo tanto, existen.

4. FUNCIONES: Una de las características mencionadas por los participantes fue la de las funciones de la radio a través de la propuesta, en la que se dice que debe servir para orientar, informar, concientizar, ayudar y ampliar el consenso social, y de esta forma, conocer puntos de vista diversos, mitos y verdades, así como eliminar prejuicios sobre la sexualidad, las personas y sus gustos.

5. COMERCIAL: También se expuso que la comunidad gay es considerada como un mercado potencial descuidado, lo que nos permite vislumbrar un motivo más para llevar a cabo esta propuesta en la radio comercial, donde los temas que la acaparan son los políticos, económicos, deportivos, musicales, etc., y presentar una opción informativa.

6. COMUNIDAD: En un sentido de algo común o de personas con algo en común, se dijo que la comunidad es considerada como una minoría que no se toma en cuenta y que, contrariamente se constituyen en un grupo amplio que, al igual que los demás tienen determinadas necesidades como las radiofónicas, en las que, tanto los homosexuales como los que no lo son deben estar enterados de todo tipo de información y conocer los riesgos que en ciertos momentos corren.

Complementariamente y de manera sintética se puede finalizar este apartado al mencionar algunas características de los programas sintonizados y que contrastarían con la propuesta radiofónica son, por ejemplo, que algunos programas resultan poco interesantes en el desarrollo de las temáticas gays ya que al no ser programas específicamente para esta comunidad no resulta importante así como el hecho mismo que no se dirigen puntualmente a este grupo. Otro punto de diferencia de esos programas es la mínima o nula argumentación por parte de los conductores al referirse a temas homosexuales por situaciones como el desconocimiento del tema e incluso las de género, sobre todo con hombres conductores que no saben cómo reaccionar cuando se enfrentan a personas homosexuales, dicho en palabras de los participantes, por la carga cultural de machismo y por los señalamientos negativos hacia la Comunidad Gay.

Continuando con tales características, se presenta una inconsistencia temporal ya que, de la duración de cada programa hasta la aparición entre uno y otro existen brechas largas dadas por el tiempo y los cambios de horario y estaciones de los que son objeto. También es interesante mencionar que de los pocos programas de radio comercial que hablan sobre sexualidad son conducidos mayoritariamente mujeres. Por otra parte, se mencionó y como característica negativa, la no existencia de programas y/o espacios radiales que se ocupen de temas alternativos como la homosexualidad por el interés no evidente de las inquietudes de quienes tienen esta orientación sexual y no por las corrientes “ideológicas” de los conductores; a este respecto no se puso en evidencia alguna en específico.

Finalmente, de las características que podrían presentarse como afines a la propuesta se expone, una más que obvia, la de sexualidad en general y en particular la temática homosexual que en sí misma es un tema de interés general para la Comunidad por “naturaleza” y al hablar y desarrollar esta orientación debe hacerse con respeto, es decir, sin hacer ningún tipo de referencias negativas, además de reiterarlo durante el desarrollo programático, tomando en cuenta tanto los derechos humanos y sexuales de los individuos como de la aceptación pública de la homosexualidad de quienes producen y distribuyen esos mensajes y, como punto de referencia, uno que pareciera intrascendente: la no visibilidad y que, se entiende que el hecho de que ni los productores y conductores de tales programas y, en el caso de la propuesta como una producción al aire, sería que a ambos, se les atribuye esa ventaja porque ni los integrantes de la producción como los de la Comunidad no se ven unos a otros y ambos no se exponen ante los ojos de alguien. De esta manera, la “moral” televisiva no tiene espacio en la radio porque *no se ve*.

En cuanto a los medios técnicos de los programas de radio se presentan también similitudes en relación a la propuesta, es decir, como medio primario se ubica la radio y como secundarios o complementarios está la televisión y el Internet, medios que en muchos casos permiten la reproductibilidad y nivel de participación de los consumidores de los programas dadas por las mismas características y conjunción tecnológica actual que permite estas relaciones al transmitirse simultáneamente y en distintos horarios para quienes tienen dichos medios. Ahora bien, en relación a lenguaje utilizado en los programas de radio no existe ningún problema, contradicción o censura al hablar o nombrar términos científicos que deberían ser de uso común acerca de la sexualidad y homosexualidad, puesto que en la radio y casi en cualquier programa, frecuencia y horario se puede decir: “pene” y no existen reacciones perceptibles que pudieran “herir susceptibilidades” así como el nivel de participación ya mencionado párrafos arriba.

Por lo tanto, se concluye que los aspectos psicológicos, sexuales y emocionales como lo la orientación sexual, las aspiraciones, sus necesidades de información, afectivas, del comportamiento homosexual, de la enseñanza

académica, la inteligencia, la cultura –en la concepción clásica del enriquecimiento intelectual- son, a muy grandes rasgos, temas característicos para la agenda temática.

“Yo creo que la gente homosexual necesitamos programas serios, no aburridos...”

En cuanto a la producción consideran que es necesario tener un programador musical que tome en cuenta todos los gustos de la comunidad gay, ya que consideran que, en su mayoría, todos tienen los mismos gustos, por otro lado, no se hizo ninguna especificación en cuanto al horario de transmisión, pero la referencia se hizo y, la mención de otros medios de comunicación alternativos como lo es el Internet, que en caso de que no fuera posible llevar a cabo la propuesta en la radio comercial se transmitiera por ese medio.

En cuanto a las cuestiones de los sujetos productores y de quienes intervienen en la realización de éstos, discurren que es necesario tener “gente pensante, que tenga valores, que sepa hacia donde va, porque se dice nuevamente: “la sociedad antepone sus ideales.... Su comercio” y por estas razones sería complicado llevar a cabo el programa.

“...Todos necesitamos gente pensante, gente que tenga valores, que sepa hacia donde va; el problema es, muchas veces, nuestra sociedad antepone sus ideales, su comercio a ello; por eso digo: va ser difícil pero no imposible.

Al contrario y minoritariamente, un porcentaje mínimo dijo que no es necesario que exista tal programa porque piensan que la gente gay no se aparta del resto social.

III.4.4 GAYS Y...

“...Me hubiera gustado escuchar en la radio y que no he escuchado sería una persona aceptar que es gay y que invite a los demás a aceptarlos y que pueda ser una conversación por teléfono hablando de cualquier tema”.

Al llegar a uno de los intereses del proyecto, es decir, conocer cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración. En este sentido se obtuvieron datos que podrán aportar los elementos para la elaboración de dicha propuesta.

III.4.4.1 LA INFORMACIÓN GAY

Para empezar, los participantes aclararon que al ser un programa con temática gay, será necesario acudir a las radiodifusoras y tener o no su permiso para producir un programa como éste, que sea una producción de radio propositiva, variado, que mezcle la información con el sentido del humor.

“...Pura joteria se está reduciendo a algo más banal, en cambio si fuera un programa serio ¿a qué gente vas a invitar?, tendrías que tener diferentes secciones en programas...”.

Algunos temas no fueron especificados totalmente por los participantes, pero se citarán tal y como fueron expuestos, por tal motivo se redactarán en forma de lista, sin antes mencionar, superficialmente, que en las respuestas del cuestionario como en el grupo de discusión, los usos de la radio y los gustos con los que complementarían la propuesta radial, se encuentra la música, tanto en géneros juveniles como el rock, el electrónico hasta la música “disco” de los años ochenta del siglo pasado, presentan una constante que no se puede omitir para construir la propuesta, por lo tanto, se consideraría la posible ubicación de la agenda temática en una estación de radio musical si se quiere establecer comercialmente en esta industria en la Ciudad de México y que,

presentaría la misma posición del programa Triple G, que en sus inicios se transmitía en W FM, estación de corte musical que integraba un día a la semana el espacio para la producción y transmisión del programa y complementarse con las temáticas que se enlistan a continuación:

- Sobre el Virus de Inmunodeficiencia Adquirida (VIH), Infecciones de Transmisión Sexual (ITS),
- La promoción de Organizaciones no Gubernamentales (ONG's),
- Música: lo que el público pida, además de géneros musicales como electrónico, ranchero, alternativo, música de los 80; cantantes como Madonna, grupos como RBD, Banda Machos, en general, la música que le agrade a la gente
- Lo que está de moda,
- Exposiciones, Cultura,
- Educación (alfabetización),
- Lesbianas y bisexuales,
- Promiscuidad,
- Homosexualidad y vejez,
- Homosexualidad y niñez,
- Homosexualidad y religión,
- Estereotipos,
- Libros, escritores, actores, conferencias, conciertos, danza,
- Familia y homosexualidad,
- Los indígenas gays
- Prostitución,
- Una persona que acepte su homosexualidad públicamente y su invitación que los demás lo hagan,
- Temas tabú
- Derechos de las personas portadoras del VIH/SIDA, sexuales y reproductivos, de los niños,
- Diversidad sexual (gays, bisexualidad, lesbianas, transgénero, salida del clóset,)
- Erotismo, perversiones, filias y fobias
- Convivencia con amigos, familia, trabajo

- Libertad, honestidad, fidelidad
- Rechazo familiar hacia los miembros homosexuales
- Denuncia ciudadana y maltrato
- Oportunidades laborales
- Testimonios en vivo
- Discriminación
- Opinión del público
- Contactos de amistades
- Superación personal
- Buzón de sugerencias y ayuda
- Canalizaciones a instituciones de salud
- Cine gay y comercial
- Deshumanización.

“...quitémonos ya la máscara de pobrecitos de nosotros y demostrar, justamente, ese término que se usa mucho ahora y que no me gusta nada: el gay; ver que tenemos una vida propositiva a partir de nuestra preferencia”.

III.4.4.2 DE LAS FUNCIONES

“No se trata de que sean inteligentes o tontos, sino que, en cuanto a educación, ves por dónde se están yendo: por (lo) más fácil o por lo que sea un poco más pensante”.

Una de las características mencionadas por los participantes fue la de las funciones de la radio a través de la propuesta, en la que se dice que debe servir para orientar, informar, concientizar, ayudar y ampliar el consenso social, y de esta forma, conocer puntos de vista diversos, mitos y verdades, así como eliminar prejuicios sobre la sexualidad, las personas y sus gustos. Además de las de entretenimiento, los participantes plantearon una que sería considerada de utilidad para determinados subgrupos de la comunidad, sobre todo para

aquellos que están iniciando su vida social y sexual. De esta manera, existen varios aspectos que le darían una nueva función al programa de radio.

Los participantes consideran que la educación (alfabetización) es una alternativa para otros integrantes que si quieren ser “inteligentes” o “tontos” podrían recurrir a ella, también ellos piensan que tienen responsabilidad en enseñar a los otros en el caso de personas que están iniciando sus relaciones personales y que necesitan orientarse en cuanto al papel que decidan asumir ante esta comunidad, por ejemplo, habrá quienes quieran tomar como modelos a personajes públicos con determinadas preferencias como lo es el travestismo y, quienes necesitan tomar un papel distinto o cambiarlo, según sea el caso. Por estas razones, uno de los participantes se preguntó si era posible que la radio sustituyera a esas personas para orientar a otras, a lo que otro contestó que sí, pero que se complementara con la participación de otros sujetos con la misma orientación sexual.

“...¿La radio podría sustituir a esa gente?, ¿qué le hace falta para orientarse?...”.

III.4.4.3 “EL TÍPICO JOTITO”

En relación a quién sería el posible conductor, se había contado una mayoría en los resultados del cuestionario de que fuera un sexólogo, lo que podría revelar la necesidad de que para tratar la temática de la homosexualidad sea alguien que conozca del tema científicamente, pero, tanto en esta técnica como en el grupo de discusión, se coincidió que el conductor sea una persona con la misma orientación sexual, en este sentido, podría entenderse cierta empatía, y por lo tanto, identificación de la población gay con el conductor.

Las variaciones se definen por la edad o un hombre de 50 años, por estereotipos como alguien que está a la moda o fashion –en palabras de los participantes-, una persona amanerada o el “típico jotito” y el que no es “obvio” pero es inteligente; también se habló de un comunicólogo gay.

Profesionales como los psicólogos pasan al segundo sitio, sin dejar de ser importante ya que el porcentaje es ligeramente menor al de la misma orientación con el 25 por ciento, del total del cuestionario lo cual también puede revelar la necesidad de hablar del tema profesionalmente.

Finalmente es contrastante que un porcentaje igual, de 25 por ciento, se da por quienes no tienen ningún tipo de preferencia en cuanto a quién les gustaría condujera el programa de radio, lo que podría hablar de lo que ya se ha dicho, no es necesario hablar específicamente de alguien con o sin la misma orientación por no ser sujetos diferentes al resto.

El 16.67 por ciento manifestó que les gustaría que lo condujera una persona no relacionada con los anteriores, es decir, desde quien dijo que le gustaría ser el mismo hasta alguna persona que entendiera la orientación homosexual.

“...Tendría que ser una persona gay... para mí gusto...”.

Es importante señalar que la identidad o “integridad” del posible conductor, a grandes rasgos se coincide en el sentido de una persona con la misma orientación sexual: homosexual, lo que explica que la experiencia que se obtiene en la vida cotidiana a través de la interacción social en campos de la academia, de los lazos afectivos como los de la familia, el área laboral, el círculo de amistades, aspectos simbólicos como la religión, psicológico-filosóficos como al autoconocimiento, la identificación con el otro, la interpretación y reinterpretación del mundo y su estancia en el, complementado con la instrucción académica en el área de la sexualidad y conocimientos profundos en homosexualidad y lo que esta implica como la diversidad en cuanto a gustos musicales, artísticos, prácticas sexuales, alfabetización, además de inteligencia –la capacidad de entender a otra persona homosexual- y con cierta madurez emocional y física. Esto implica que este sujeto-conductor debe cumplir con un amplio proceso de preparación integral para encabezar el posible programa.

III.4.4.4 LO QUE DURA..., DURA

Se llegó a un consenso en el que la emisión duraría, mínimo, dos horas, dándoles un día a las lesbianas. Podría relacionarse con lo que ya se ha dicho, que el tema de la homosexualidad es tan amplio que en diversos programas donde se ha tratado es insuficiente el tiempo y la información, sobre todo si se le otorga un espacio muy específico a la comunidad lésbica.

“Mínimo dos horas, una hora no se puede y les daría un día a las lesbianas”.

III.4.4.5 ¿LA LENGUA DEL ARCOIRIS?

Como parte final se dijeron algunos posibles nombres para el programa. Estos son los títulos sugeridos:

- Mundo gay
- Los contemporáneos
- G Radio
- Gay 21
- El 33
- El arcoiris nuevo

Ya se vio que muchos de los resultados parecieran ya conocerse como aplicación en las producciones radiofónicas, pero es importante señalar que la interpretación que se hará de ellos en el siguiente capítulo es lo que ayudará a desvelar el verdadero sentido de la Comunidad Gay le da a sí misma, como al uso que le da a los medios de comunicación como la radio, en este sentido, la acción social de este grupo se inscribe, aparentemente, en un marco de vulnerabilidad dado por su orientación sexual y su reacciones ante ésta, pero es interesante saber que a través del discurso, se conocerá cuáles son luchas y los mecanismos de los que se valen para “mantenerse” en tal posición, así como lo podría ser la reafirmación y/o confirmación en sus campos de interacción a través de la incipiente construcción de sus identidades, y qué es lo que requieren, por tal motivo, en el siguiente capítulo se dará respuesta a las

preguntas particulares de investigación a través de la interpretación de los resultados y los conceptos teóricos vistos.

CAPÍTULO IV

Interpretar requiere de mecanismos que permitan conocer a través de los textos, “más allá” de lo que se ha dicho, a nivel de discurso hablado como lo fue el grupo de discusión y el escrito, plasmado en las respuestas al cuestionario. Para este fin, se hace uso de la hermenéutica, que se caracteriza por el acercamiento que se hace de lo “superficial” al sentido oculto de dichos discursos y conocer el sentido que se le da a los resultados de la investigación (Beuchot, 1997, pp. 7, 8).

Al querer saber el sentido que la Comunidad Gay, le da a sus necesidades informativas, se considera que estas ya han sido interpretadas y reinterpretadas, por lo que esta nuevo acercamiento científico requiere de métodos interpretativos como lo es la hermenéutica para dar a conocer qué quieren decir, a quién se lo quieren decir de su mundo construido (Beuchot, 1997, pp. 19, 20).

Por estas razones, se habla de las condiciones y el marco metodológico de la hermenéutica para poder interpretar y saber qué es lo que dice la lengua del arcoiris, respecto a sus necesidades informativas y otros aspectos que las rodean al estar inmersas en una cultura que tiene mucho de donde retomar para hacer que la Comunidad Gay logre que sean reconocidas por los medios de comunicación, específicamente la radio comercial en la Ciudad de México.

¿QUÉ DICE LA LENGUA DEL ARCOIRIS?

IV. INTERPRETACIONES

Respecto a la interpretación es conveniente conocer, en primer lugar algunas consideraciones sobre este tema y, en segundo dar las respuestas a las preguntas particulares utilizando la interpretación hermenéutica. Los componentes que estructuran los resultados de la investigación fueron conocidos a través de técnicas cualitativas ya que, al ser la sujetos de la Comunidad Gay productores de formas simbólicas como lo son sus representaciones y significados de los artefactos, costumbres, ideas, expresiones, acciones que los rodean y que involucra para el interés de la presente investigación, a los medios de comunicación masiva como la radio en la Ciudad de México, las construyen a partir de percepciones, significados, representaciones, acciones y usos de otros sujetos, de otros contextos, instituciones, relaciones, convenciones, entre otros, en relación a su establecimiento en el mundo social; por lo tanto al hacer el análisis de sus necesidades informativas, se rescató su conocimiento pasado y presente, que han tenido de su representación en medios de comunicación como lo es la televisión y la radio y, recientemente del Internet, ubicándolos en una aparente desventaja con la población heterosexual en aspectos como lo son el ejercicio de sus derechos en la sociedad mexicana.

Por lo tanto, para conocer dichas representaciones y significados en un mundo ya interpretado se toman en cuenta algunas “ideas” acerca de interpretación según el texto de J. B. Thompson; que requieren de determinadas características o condiciones con las que se contó en esta investigación cualitativa.

IV.1 CONDICIONES HERMENÉUTICAS DE LA INVESTIGACIÓN SOCIOHISTÓRICA

- “...el estudio de las formas simbólicas es fundamental e inevitablemente una cuestión de comprensión e interpretación. Las formas simbólicas son construcciones significativas que requieren una interpretación; son

acciones, expresiones y textos que se pueden comprender en tanto construcciones significativas.”

- “... en la investigación social el objeto de nuestras investigaciones es en sí mismo un campo preinterpretado.”
- “... los sujetos que constituyen el campo sujeto-objeto son, como los propios analistas sociales, sujetos capaces de comprender, reflexionar y actuar a partir de esa comprensión y reflexión.”
- “... los sujetos que en parte constituyen el mundo social se insertan siempre en tradiciones históricas.... A) Historicidad: la experiencia humana es siempre histórica, pues la experiencia nueva se compara siempre con los vestigios del pasado, y en el sentido de que al buscar comprender lo que es nuevo siempre y necesariamente construimos sobre lo ya presente.... B) Tradiciones Inventadas: muchas de las tradiciones son recientes, aunque se puedan haber establecido tan firmemente en la imaginación colectiva que parecen mucho más antiguas de lo que se piensa.

Como ya se expuso, debe considerarse que las formas simbólicas, en este caso las necesidades informativas de la Comunidad Gay expresadas en el discurso hablado y escrito, son en sí mismas representaciones con raíz histórica, es decir, son nuevos significados y representaciones de sus percepciones, prácticas, costumbres, entre otros, del contexto donde se han desarrollado, por lo tanto, existe una línea a seguir en cuanto una nueva interpretación, es decir, la hermenéutica profunda, que permite tener un acercamiento a estas necesidades informativas son comprendidas en este espacio y tiempo; por lo tanto se presentan los puntos importantes del marco metodológico de la hermenéutica profunda.

IV. 2 EL MARCO METODOLÓGICO DE LA HERMENÉUTICA PROFUNDA

- “... la <Hermenéutica Profunda> idealiza que en la investigación social y en otros campos, el proceso de interpretación puede ser, y de hecho exige ser, mediado por una gama de métodos explicativos u <objetivantes>.... Por lo tanto, la <explicación> y la <interpretación>....

Pueden tratarse como momentos complementarios en una teoría interpretativa comprensiva, como pasos que se apoyan mutuamente en <un marco hermenéutico único>

- "... en la medida en que el objeto de nuestra investigación es un campo preinterpretado, el enfoque que hermenéutico profundo debe reconocer y tomar en cuenta las maneras en que las formas simbólicas son interpretadas por los sujetos que comprende el campo sujeto-objeto.... La hermenéutica de la vida cotidiana e el punto de partida primordial e inevitable del enfoque de la hermenéutica profunda.... Por medio de.... Tipos de investigación etnográfica, podemos reconstruir las maneras en que se interpretan y comprenden las formas simbólicas en los distintos contextos de la vida social.... Constituye en sí un proceso interpretativo; es una interpretación de la comprensión cotidiana.... *Una interpretación de las doxas*, una interpretación de las opiniones, creencias, juicios que sostienen y comparten los individuos que conforman el mundo social.
- Los aspectos que constituyen el campo-objeto de la formas simbólicas, además de la manera en la que se conforman y las estructuras sociales e históricas en las que se insertan, requieren de otros tipos de análisis a través de La Hermenéutica Profunda y de un Proceso Interpretativo: A) Análisis sociohistórico que comprende escenarios espacio-temporales, campos de interacción, instituciones sociales, estructura social, medios técnicos de transmisión. B) análisis formal o discursivo, a través del análisis semiótico, conversacional, sintáctico, narrativo y argumentativo. C) Interpretación/Reinterpretación.

Después de retomar los elementos que enmarcan el análisis de las formas simbólicas se enlaza a esta acción con los resultados obtenidos de las técnicas de investigación cualitativa para determinar a través de las preguntas particulares que arrojarán medios técnicos, campos de interacción, capitales, instituciones entre otros y algunas de las relaciones más adecuadas a tales interpretaciones.

IV.2.1 “USA TU LENGUA”

Ya conocidos los fundamentos teóricos sobre interpretación hermenéutica, se puede comenzar a dar respuesta las preguntas particulares que más adelante se plantean, para lograr un ligero acercamiento a lo que la Comunidad Gay le ha dado sentido a través de los resultados y tener conocimiento de su realidad, respecto a lo que los medios de comunicación como la radio comercial pueden ofrecer, según sus necesidades, a través del siguiente texto interpretativo que hace referencia a algunas de las interpretaciones a las preguntas particulares más importantes que permitirán darle una solución final a la preguntas general de investigación; entre éstas se encuentra algunas que hablan sobre una lucha de legitimación oculta que puede compuesta de elementos opuestos en sí, así como otra en la que se pretende que el tratamiento de la información se detalle en bases periodísticas así como la pertinencia de un programa radial comercial en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México. Para tal fin, se enuncia el título de la investigación: “La lengua del arcoiris: un acercamiento cualitativo a las necesidades informativas para diseñar un programa de radio comercial dirigido a la comunidad gay”.

IV.2.2 OBJETO DE ESTUDIO

Las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social.

IV.2.3 PREGUNTAS PARTICULARES DE INVESTIGACIÓN

¿La radio puede usarse como un medio que permita complementar la identidad gay para ser integrados o reconocidos por el resto de la sociedad?

¿La información será producida desde el punto de vista periodístico?

¿Cuáles son las necesidades comunicativas en la radio?

¿Pueden brindarse “herramientas” informativas a la población gay?

¿La propuesta puede servir como lucha de legitimación?

¿La comunidad gay requiere de una alternativa más como medio de expresión a través de determinadas necesidades y para qué?

¿Un nuevo programa de radio de temática gay puede ser trascendental para la comunidad gay?

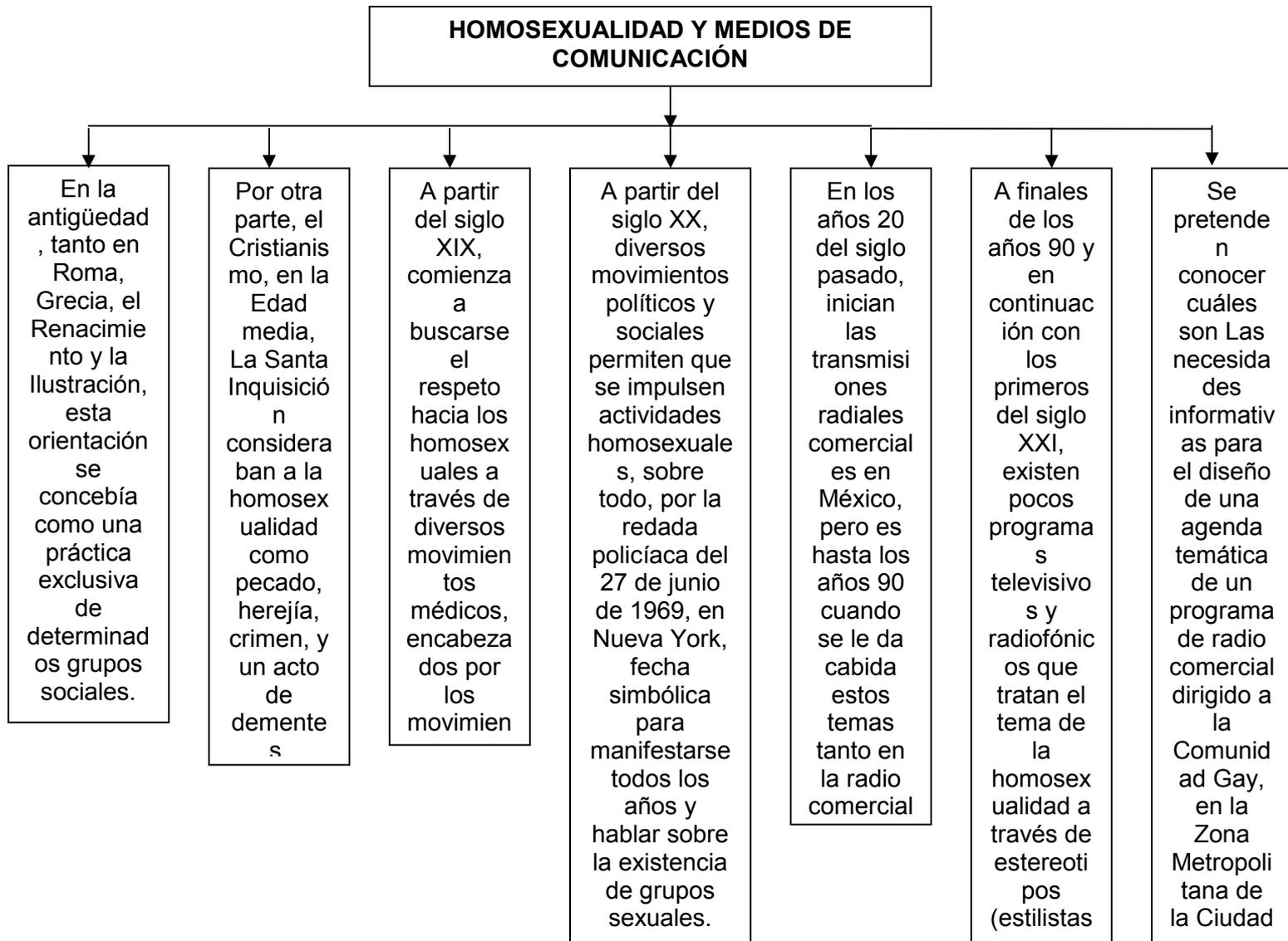
¿Las necesidades informativas de la comunidad gay están satisfechas?

IV.2.4 PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social?

Ya expuesto el marco metodológico para interpretar el problema de investigación, así como las preguntas particulares de la presente, a continuación se presenta un esquema histórico-contextual para ubicarla en el espacio y tiempo. Esta ubicación se da brevemente a través del espacio, tiempo y representaciones en los que la homosexualidad, los medios de comunicación, específicamente la radio se relacionan entre sí, es decir, la inclusión de la temática en los programas de radio.

IV.2.5 ESQUEMA HISTÓRICO-CONTEXTUAL



IV.2.6 INTERPRETACIÓN A LAS PREGUNTAS PARTICULARES

A partir de este punto, se estructura el acercamiento que se obtuvo del (grupo de discusión y cuestionario por parte de de la Comunidad Gay, en el cual se conoció información de sus necesidades informativas o inquietudes a tratar en un programa de radio a través de una agenda temática, por otra parte, se obtuvieron datos que hablan acerca de los elementos que conforman a la Comunidad Gay, tanto factores internos como su representación al interior de ella y lo que piensan se percibe por quienes no son homosexuales.

Además, se esbozó el panorama general de los medios de comunicación y las representaciones que presentan en sus mensajes, específicamente la radio por ser uno de los puntos de esta investigación y, finalmente, los elementos que, en la actualidad, constituyen la identidad de estos sujetos y sus contextos o “mundos” en los que interactúan, también de aquellos que permitirían apoyar en la complementación de sus identidad puesto que la propuesta incluye ese punto de manera secundaria.

De esta manera, con la información recabada se pretende “ver más allá de lo visible”, para conocer lo más posible, el sentido que la Comunidad Gay le ha dado a los puntos ya mencionados acerca de sus significados y representaciones de sí misma, de sus acciones y consecuencias en el proceso evolutivo dado por la interacción cotidiana con un contexto pensado y construido para una sociedad excluyente y calificadora de las diferencias, en este caso, las sexuales y todo lo que ella implica. Por lo tanto, para empezar se presentan las preguntas particulares de la investigación y las respuestas estructuradas por la plausibilidad.

Debe recordarse que la base sobre la que se pensó esta investigación es la de la **Cultura y la Comunicación**, por lo que estos conceptos enmarcan la interpretación de las preguntas particulares, en las que intervienen elementos de este tipo así como los histórico-contextuales y el método para obtener los resultados en los que se presentan las necesidades informativas de la Comunidad Gay en relación con los medios de comunicación masiva como lo es la radio comercial en la Ciudad de México.

Como inicio, se sabe que la cultura en la que interactúa la población de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, está inmersa en distintos aspectos que se conjuntan en una serie de factores que “moldean” sus creencias, supuestos, prácticas, situaciones y lugares en relación a la diversidad sexual, sobre todo, a las personas homosexuales. Las circunstancias que se manifestaron en el pasado lejano, como lo es la calificación negativa a las personas que sexualmente eran diferentes, al usar visiones religiosas como el pecado, la abominación y herejía; las sociales que, tanto que, en Oriente se pensaba que los homosexuales eran “residuos” o suciedad de los antepasados del pueblo judío y en Occidente se pugnaba por que estos individuos ejercieran un autocontrol de no practicar su sexualidad, para pasar de este ejercicio a ser considerados como criminales o algo “contra natura” pero normales en el ejercicio de la prostitución. Aquí la aparición de la iglesia en la vida cotidiana de la vida, a través de la historia, tampoco ha dejado su influencia en la forma de pensar de la sociedad, en general, puesto que aún las necesidades de ser reconocidos por estos sujetos se hace representa con nuevas creencias.

De hecho, existió una relación social-religiosa que por separado, parecieran no tener algo en común es decir, los homosexuales eran castigados al ser enviados a prisión para limpiarlos de culpa por practicar esta orientación. Hasta los últimos años del siglo XIX, durante el transcurso del XX y principios del presente, prevalecen la mayoría de las concepciones mencionadas y dar cuenta si no de una evolución “espiritual”, sí de una confirmación espacio-temporal al referirse a la Comunidad Gay, según la información obtenida. A grandes rasgos, dentro de las creencias que la “cultura” en la que la mayoría sexual es parte de las relaciones hegemónicas como sector dominante, manifiesta en este espacio y tiempo las relativas a las de la antigüedad, sobre todo por quienes encabezan a las instituciones religiosas, como la católica por su amplio margen de maniobra en un país como lo es México, con raíces de fe profundas y bastante significativas e intocables, este margen permite a esta institución transmitir su visión de carácter de pecado. Tal percepción, parecer sólo sobrevivir en esta institución, ya que, en el discurso de algunas personas hacen más referencia a aspectos humanos al decir que es algo “normal”.

no hay que perder en cuenta que quienes encabezan medios de comunicación están rodeados de estas creencias.

Por otra parte, la aparición de nuevas iglesias con base cristiana que, actualmente, están apareciendo a través de la reinterpretación que se hace de su texto de base que es la Biblia, dan un leve acercamiento a entender que, por una parte, quienes acuden a reunirse con estos grupos son personas jóvenes, con una nueva percepción y visión de su sexualidad y el resto de los campos de interacción en los que ellos se desenvuelven, así como del reconocimiento de sus necesidades espirituales lo que hace que se sientan aceptados; por otro lado, la decadencia de la iglesia católica pareciera estar ligada en su mayoría a personas de edades más avanzadas a las de estos jóvenes, por lo que será necesario que en la disminución de creyentes, esta fe renueve o cambie su concepción, práctica y discurso respecto a la Comunidad Gay.

Dentro de los supuestos mencionados que siguen clarificando el estancamiento perceptivo o antropológico del conocimiento y el intercambio de éste a través de significados hacia las personas homosexuales, como lo son aquellos que existen, según los participantes, aún hay personas que a falta de conocimiento formal sobre la homosexualidad, hacen uso de comentarios, de falsa información o de otros referentes como lo son los medios de comunicación masiva, específicamente la televisión comercial. Persiste la idea de suponer que los integrantes de la Comunidad Gay, son sujetos que no sienten, que no tienen derechos, que son diferentes a los demás por el hecho de tener una orientación sexual diferente y minoritaria o de que son sólo ellos quienes son un foco de infección de la pandemia actual: el VIH/SIDA; además se han creado expectativas acerca de lo que debería ser su vida, sin reconocer por estas suposiciones que desean ser reconocidos como seres humanos y no por características secundarias como las sexuales. De esta forma, también este aspecto ha formado significados que no permiten conocer y representar las necesidades de esta minoría sexual, por parte de las instituciones mediáticas. Por lo que se piensa que sólo la información obtenida y difundida por la actividad científica se lograría pasar de la suposición al conocimiento de la homosexualidad y la realidad individual y grupal.

Se concluye este apartado mostrando que la repetición de las concepciones culturales de siglos anteriores da por entendido que existe una falla estructural en las instituciones al plantear sus reglas y las formas de llegar a sus objetivos, en los cuales no se contempla la inclusión “natural” de los homosexuales, la cual no debería ser, pero que se presenta, una vez más, por el no reconocimiento de la existencia de estos grupos y las falsas informaciones.

Al hablar de las prácticas existentes contra la Comunidad Gay, en la cultura, estas han cambiado la forma y no el fondo, en otras palabras, es reiterada la recurrencia a lo que ocurrió en el pasado, según lo que se concebía como una acción correctiva para los homosexuales, entre otras. Ya se dijo que el autocontrol, el crimen, la prostitución, la prisión, las manifestaciones, por mencionar algunas se presentan en la actualidad; las cuales se hacen evidentes cuando las altas autoridades eclesiásticas hacen pronunciamientos al decir que la persona homosexual será aceptada por Dios siempre y cuando no practique su sexualidad, también se piensa que un niño no puede tener contacto con un gay y, por lo tanto, lo alejan de él por el temor de que o, abuse sexualmente del niño o con el objetivo de que el niño no “aprenda” o se “vuelva” marica; en relación a estas prácticas hay una similitud entre llevar a prisión a los homosexuales en la época colonial para pagar sus culpas y el hostigamiento policiaco que sufren actualmente a través de la extorsión o de caso contrario, con la amenaza de ponerlos en evidencia ante el círculo familiar, de esta manera, en cuanto a las instituciones políticas y judiciales, el ejercicio del poder no ha cambiado aunque en el discurso expresen lo contrario. Se refrenda que el poder coercitivo es uno de los principales representaciones hegemónicas de la cultura que para no reconocer la existencia de la Comunidad Gay, se vale de estas acciones en apariencia comunes.

Como ya se vio, existe un panorama poco evolutivo, por no decir nulo, en cuanto a la cultura se refiere y la inmersión de la Comunidad Gay en ésta, lo que hace innegable que los significados y representaciones construidos en el pasado están presentes en la cultura de hoy y sin la interacción tanto de las

instituciones familiares, policíacas, políticas y educativas, entre otras; como de la propia comunidad no se podrán eliminar esas creencias, supuestos y prácticas para que logren la aceptación que tanto han hablado, además de lograr la constitución de una comunidad tal y como lo requieran sus necesidades.

Ahora bien, las características culturales mencionadas se ven reflejadas en las prácticas comunicativas de instituciones como los medios de comunicación a través de diversas formas simbólicas como lo son los programas televisivos y radiofónicos. Específicamente la televisión ha producido formas que no representan a las personas homosexuales tanto en sus creencias, valores, normas, prácticas y situaciones ya que en la producción se presentan personajes extremos, es decir, con vestimentas y maquillaje extravagantes y exagerados o con ciertas actividades en la vida cotidiana que no corresponden al “común” de los sujetos.

Por lo puntos anteriores que sirven, como ya se dijo, para enmarcar la interpretación que se presentará más adelante, es relevante decir que existen prácticas comunicativas en las que las formas simbólicas se insertan, en este caso, los programas de radio que dicen algo acerca de la Comunidad Gay, esto es un proceso en el cual se dice que se pone algo en común, aspecto que, en primer lugar no se cumple, porque los medios de comunicación han presentado una percepción y representación unívoca de lo que ellos consideran debe abordarse la temática, al no tomar en cuenta las opiniones de esta comunidad, sobre todo se torna hegemónica porque al poseer el capital económico y sus relaciones con el político y sus instituciones, consideran la producción en cuestiones culturales como las ya descritas, para construir un capital simbólico impuesto a quienes los consumen, por lo tanto, la influencia de tales percepciones individuales de los dueños de un medio de comunicación, precisamente, masiva, constituye a los personajes que presentan y las situaciones en las que se desarrollan como referentes tanto para quienes son homosexuales como para los que no lo son en un proceso de transmisión cultural que, aunque el tiempo y el espacio son diferentes, tales concepciones traspasan esos puntos, retroalimentando a través de esas formas simbólicas a

una supuesta sociedad moderna que no incluye las diferentes expresiones sexuales y, por lo tanto, representativas y significativas en sí mismas para la sociedad en general.

Consecuentemente, pareciera que no se logra el cometido de la comunicación masiva, puesto que sin el apoyo de los medios de comunicación, sobre todo con el cambio de representaciones de quienes los manejan y la desorganización de interna de lo que se conoce como Comunidad Gay, no se llevará a cabo el proceso de comunicar masivamente que apoya la transformación fundamental y continua del rechazo hacia la aceptación, proceso con requerimientos que por mencionar algunos, están los culturales, espaciales, temporales, institucionales y representativos.

Ya se dijo que los medios de comunicación al usar a la Comunidad Gay como elemento de producción, no lo hacen de forma representativa de lo que sus integrantes dicen ser. El hecho de “ser”, se constituye entre otras cosas de la construcción de su realidad es decir, de sujetos que se componen de aspectos psicológicos como lo es su identidad a través de su orientación sexual, los religiosos, económicos y culturales para establecer vínculos comunicativos en una sociedad que los rechaza, y hacerse presentes y evidentes por medio de diversas formas, como lo han sido a través de los años las manifestaciones públicas como las marchas en las que piden respeto y aceptación, entre las que plantean su existencia en el mundo social, complementariamente, se encuentran los programas de radio en los que pretenden dar a conocer sus inquietudes e intereses para intentar “probarse a sí mismos y a los demás” que son sujetos que comparten espacio, tiempo, significados y características comunes y diferenciadores como lo es su orientación sexual, por lo tanto, estas formas son insuficiente e ineficaces porque no han logrado como sujetos en desventaja social, experimentar su estancia cultural en la que desean ser percibidos como seres humanos.

Así que, al haber hecho esta relación entre cultura y comunicación masiva, se acentúa el papel de estos dos conceptos para continuar con la interpretación que se hace para dar respuestas a las preguntas particulares de la investigación y permitir conocer el sentido que lo que hasta hoy se conoce

como Comunidad Gay, le dio al discurso obtenido con las técnicas de investigación; y mencionar, los intereses, las instituciones, los campos de interacción y percepciones al interior y exterior de esta; por lo que a continuación se presentan dichas interpretaciones.

➤ **¿La radio puede usarse como un medio que permita complementar la identidad gay para ser integrados o reconocidos por el resto de la sociedad?**

El planteamiento que se puede iniciar para responder a esta pregunta particular merece dos puntos importantes. El primero se ocupa desde lo histórico-contextual, a través de cómo los medios de comunicación masiva permitieron que se tomara en cuenta la homosexualidad como tema a desarrollar en su programación, dada por los movimientos sociales de este tipo, así como, el segundo punto que se basa en el discurso de la comunidad gay, obtenido a través del sondeo y el grupo de discusión.

En este renglón, es necesario mencionar que teóricamente, en México, no han existido estudios cualitativos ni cuantitativos que tomen en cuenta las necesidades y demandas de los individuos en nuestra cultura, (Canclini, 1993: 15, 16). Se entiende que sectores sociales como los grupos homosexuales tampoco han sido objeto de estudio en relación a la producción, distribución y consumo de productos culturales, especificados para programas de radio a nivel nacional y local, como lo es la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Por otra parte, se ha visto que desde la época clásica hasta la actualidad, la homosexualidad se ha percibido y aceptado socialmente en contra de quienes tienen esta orientación, excepto a unos pocos períodos en los que se tuvieron determinadas restricciones. Tales percepciones se han generalizado en todos los campos de la interacción social, en este caso, en los medios de comunicación masiva como la radio comercial, lo que se complementa al hacer la revisión histórica de la radio en nuestro país porque sus inicios se caracterizan por los intereses económicos de

algunas de las familias más poderosas de los años 20, lo cual se entiende como aspecto estructural y natural del medio y que, obviamente, es lo que actualmente refuerza la producción radial comercial a través de la publicidad, y el sustento de programas de entretenimiento, pero es hasta los años 80 cuando la radio se ocupa de mirar la vida cotidiana de la gente a través de programas políticos, económicos, justicia, entre otros, de los cuales se mencionan a los grupos homosexuales.

En la última década del siglo XX es notable la transformación programática de la radio, ya que debido a la construcción de “nuevas identidades” no pueden entrar a los modelos concebidos de temas a tratar en sus programas, por lo tanto, son las necesidades de estas nuevas identidades, entendidas como los grupos sexuales, las que abren paso a su desarrollo en la radio comercial y, a la cual se suman tanto la “experimentación” y “encadenamiento” para capturar y mantener públicos (Winocur, 2002: 51-79). Por lo que es notable decir que el tema de la homosexualidad, a pesar de su existencia milenaria, ahora se ve en desventaja respecto al avance temático que existe en la radio, es decir, que éste último no muestra evolución alguna a la misma velocidad de la dinámica del movimiento gay y sus necesidades de reconocimiento y aceptación.

En este contexto, ya se vio que el abordaje programático radial depende de la “movilización” de determinados sectores, por lo que, al tomar al hacer uso de temas como la homosexualidad en la producción de mensajes, se ha hecho de manera no representativa, por lo tanto, errónea para la comunidad gay contemporánea, puesto que la representación que hacen medios como la televisión tienen que ver con la discriminación, ya que muestra estereotipos para generalizar a través de estilistas, meseros, artistas, etc., lo que según, en palabras de la comunidad gay, no es su realidad, cambiando la percepción que el resto social tiene de ella. Otro aspecto que no ayuda al tratamiento de la temática es que éste no se desarrolla en toda su amplitud, sobre todo en la información que permita dar a conocer quien es la gente gay y qué es su comunidad.

Otro error productivo de los medios en su abordaje de la homosexualidad, se refiere a que, contrariamente, los programas que hablan científicamente del tema lo hacen de manera “expositiva”, en otras palabras, presentan en sus casos a los sujetos “como en análisis”, “como en laboratorio”, lo que aleja completamente a la Comunidad Gay del sentirse representados como seres humanos y no como objetos de experimentación en los medios de comunicación.

Dentro de estos errores, la radio no se ha quedado fuera ya que la mayoría de la programación es del orden del entretenimiento, noticiarios y muy pocos a través de los años que han hablado del tema homosexual, actualmente, Triple G, programa dirigido a la comunidad gay es percibido como la única opción, por lo tanto, se presenta una inconsistencia temporal en la aparición de estos programas así como una incongruencia temática, entendida como el estereotipo y la forma que presentan los medios y lo que la comunidad considera su realidad; por lo que se concluye que hay un problema estructural ubicado desde quines son los dueños de los medios de comunicación que limitan la producción, el enfoque y la distribución de estos mensajes, sobre todo por la base moralista de estos sujetos, además de que el estancamiento se liga a sus intereses y concepciones personales y no de los públicos, dando como consecuencia la insatisfacción de las inquietudes de la comunidad.

Es por estas razones y, aunadas al discurso de la comunidad gay que sí es posible que la radio pueda usarse para complementar la identidad gay, ya que por una parte, la televisión al presentar los estereotipos ya mencionados, puede utilizarse la radio para dar información amplia sobre la homosexualidad y su entorno como lo son los elementos que estructuran a la comunidad gay su identidad, ya que como comunidad es necesario que se establezca una comunidad basada en la variedad sexual, política, en el apoyo en su propia organización, erradicar la discriminación que se ejerce al interior de ésta.

El componente psicológico también es factor de identidad ya que consideran que el conocerse a sí mismos y la eliminación de complejos

ayudaría a darle fuerza a la comunidad, además de que la información permita a los no homosexuales, percatarse de que quienes sí tienen esta orientación sexual son seres humanos con expectativas de superación profesional y académica, de que son consumidores tanto de los medios de comunicación existentes, de productos culturales en el sentido amplio de esta concepción, así como de convivencia con núcleos familiares, laborales, etc.

Además, de hacer que el incipiente crecimiento de la comunidad gay no se vaya en el sentido más conocido de esto, sino que se pueda crear una comunidad basada en sus necesidades y no sólo caracterizar su identidad por motivos de orientación sexual y por quienes representan los intereses económicos, sino complementar con diversos roles, los menos conocidos, tal identidad, tomando en cuenta que en nuestro país, todavía existe ignorancia y, por lo tanto, estigmatización y rechazo, tanto en zonas rurales como urbanas a los cuales se requiere sean eliminados y, la radio puede cumplir esas funciones a través de la difusión de información científica, para que la propuesta sea una opción entre las que hablan de homosexualidad y permitir la comparación y conjunción entre los programas de radio, que deben representarlos a través de éstos y de quienes los conducen.

➤ **¿La información será producida desde el punto de vista periodístico? (¿para la distribución de la información se tomarán en cuenta los requerimientos periodísticos?)**

Respecto a la respuesta que se puede dar a esta pregunta no hubo una pregunta o tópico específicos que nos dieran los índices a ésta, por lo que la información que se retomará será la respuesta abierta de la pregunta 7 del cuestionario: **7.- ¿Consideras que sea necesario que existan programas especializados en sexualidad, específicamente para las personas homosexuales?**

Si _____ No _____
¿Por qué? _____

Es decir, al sistematizar el por qué, se obtuvieron seis puntos relativos a: 1. Información, 2. Espacios, 3. Consumo (Apropiación), 4. Funciones, 5. Comercial y 6. Comunidad y de éstos se hablará sobre el referente al uno respecto a la información. En esta línea se dijo que es importante dar noticias a la población heterosexual que permita ampliar el consenso social, educar y aclarar aquellas referencias sobre la comunidad gay a través de un tratamiento fidedigno y, por otra parte, los integrantes de la comunidad gay requieren de información generada en otros espacios a nivel nacional e internacional, debido a la falta de espacios al aire en los medios de comunicación que hablen sobre esta temática

Por lo tanto, Leñero y Marín (1986: 34), hablan de *Verosimilitud*, es decir, que en el periodismo toda información debe probarse y documentarse para que ésta pueda ser una “*verdad periodística*”. Es así como la información que se emita tendrá que valorar esta similitud o comprobación y documentación a través de los especialistas en cada ciencia, además de que sustente científicamente si es que se pretende cubrir esa ampliación informativa, así como el brindar lo que los participantes llaman “educación”; con educación se entiende a la alfabetización, como una de las funciones con las que las podría cumplir la propuesta y, por último, aclarar las dudas que se tengan sobre la comunidad gay y todo lo que la rodea, al igual que en los medios de comunicación, específicamente la radio comercial en la Ciudad de México.

➤ **¿Cuáles son las necesidades comunicativas en la radio?**

Al hablar de necesidades comunicativas es necesario tener en cuenta que se trata de aspectos que puedan servir como “herramientas” o discursos informativos basados en hechos científicos que, obviamente, deben ser comprobables, sustentados, oportunos, verosímiles y documentados, entre otras características, para que los receptores, en este caso los integrantes de la comunidad gay, puedan utilizarlos en su vida cotidiana para contribuir a su integración social, pero y, sobre todas las cosas, más que caracterizarlos, la importancia de esta pregunta aboga

porque tales discursos se originen en el grupo o comunidad gay y estén presentes, si así lo requieren, en y para el momento de su acción social.

También es relevante decir que para poder conocer estas necesidades comunicativas se está desarrollando esta investigación y cabe decir que es uno de los pocos trabajos de investigación cualitativa que involucra a la comunidad gay y los medios de comunicación masiva como lo es la radio en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, ya que en palabras de González (1994: 54) hasta hace algunos años las instituciones del país sólo se ocupaban por presentar a la “cultura” como aquellos elementos folclóricos representativos de lo mexicano, lo cual lleva a pensar que respecto a otros campos de la vida cotidiana no se tenía ninguna consideración a manifestaciones de grupos como lo es, en este caso, la comunidad gay, desterrando “la incompatibilidad de la cuestión: todo lo plástico, lo repetible, lo industrial, lo ciudadano, lo moderno quedaba irrestrictamente excluido de la definición (cultural) (1994: 55)

Por otra parte, González (1994: 56) menciona que en este paso de la cultura folclórica a la cultura popular se representa incisivamente también en los medios de comunicación como la televisión, la radio, el cine, la música, etc., por lo tanto, es partir de los años 90 cuando se “experimenta” en la radio para mantener y obtener nuevos públicos y se le da cabida, sobre todo en la radio, a grupos homosexuales como representantes de las nuevas manifestaciones culturales que permiten la construcción de identidades diferentes a las ya establecidas y que se especifican las nuevas necesidades de estos sujetos para abrir una amplitud radiofónica con estas temáticas (Winocur, 2002: pp. 68, 74).

Al desarrollo de esa variedad programática se tiene que los temas que ocupan la mayoría de los espacios en la radio son predominantemente políticos y económicos, como lo señala Galindo (1999:23). En este sentido y al margen de esos temas y como resultado de esa “experimentación” del siglo pasado, se crean programas en los que las formas simbólicas como lo sería el programa Media Noche en Babilonia surge como una de las principales vías de expresión hechas para y por los integrantes de la

comunidad gay, en la que se trataba de dar un tratamiento completo a todos los temas que la involucran, por otra parte, también existieron programas comerciales que abordaban estos temas, así como en las diferentes frecuencias y horarios tanto vespertinos y nocturnos y con tiempos de exposición al aire muy cortos por lo que determinados tópicos no se trataban con la exposición requerida, además de que éstos eran repetitivos.

Es importante decir que muchos de las temáticas mencionadas por los participantes si han sido tratadas en los diferentes programas radiales descritos en el marco contextual, ya que más que una interpretación en este sentido, es una clara puntualización por parte de ellos al señalar la necesidad de que, antes que cualquier cosa, la información que se derive respecto a ellos debe tener un significado de lo que como individuos y como grupo representan a través de sentidos subjetivos como lo son sus aspiraciones y necesidades como las de los otros segmentos sociales.

Al hacer referencia a estos significados y representaciones, los sujetos gays consideran que la acción social de cada uno, aunado a elementos psicológicos como la autoestima, la autovaloración y la eliminación de complejos se convierten en elementos informativos que les cedan un crecimiento y consolidación de ellos como comunidad y prescindir de factores discriminatorios.

En relación a cómo los medios de comunicación han tratado esta temática se señala que, como medios productores de mensajes, los participantes no están de acuerdo en ser representados a través de estereotipos (meseros, estilistas, etc.) puesto que éstos son recibidos como una representación o información falsa ya que, según ellos, la mayoría de los integrantes de la comunidad gay no se identifican con estos estereotipos; en este sentido, la consecuencia de esta exposición es la discriminación tanto de los medios de comunicación como de la población. De lo contrario, piensan que si el grupo puede ganar seriedad a través de

personajes públicos que se reconozcan como homosexuales, lo hagan público y colocarse a través de otros modelos en diferentes roles y estatus.

Complementariamente, las necesidades comunicativas no se abordan en un sentido integral, es decir, toda aquella información que requieren en un medio específico no se da, porque sintonizan diferentes estaciones, programaciones, horarios, frecuencias y medios (como la radio por internet, vía celular y televisión) para conseguir determinada información, además de que, el programa “Triple G”, programa de comercial y que está dirigido a la población gay, tampoco satisface tales necesidades porque en palabras de los participantes, no todos consideran se pueden identificar con los conductores y sus temas.

Además, de las temáticas de sexualidad, entretenimiento, religión, familia, etc., aparecieron dos que, considero son importantes en sí mismas y que en pocos programas o en ninguno se toman en cuenta, una se relaciona a la homosexualidad indígena y la otra con una función muy específica como lo es la alfabetización o “educación” como lo señalaron los participantes. Este desconocimiento podría resultar de la incipiente inclusión de la homosexualidad a la radio, por las concepciones moralistas, como lo calificaron los participantes, de los medios de comunicación y por no considerarlos un público amplio al cual dirigirse.

Para finalizar este apartado, se puede ultimar que más que establecer cuáles son las necesidades comunicativas o hacer una lista de temas que requiere la comunidad gay, se trata de exponer que lo que ésta entiende como una necesidad informativa debe considerarse en el sentido que los temas ya abordados existen como una referencia relativa entre la homosexualidad y los medios de comunicación por diversos motivos; ya que se puede concluir que una necesidad informativa debe hacer sentir a los sujetos representados a través de sus inquietudes y de la satisfacción de sus expectativas así como de un abordaje del tema en su totalidad y el no presentarlo como un “análisis de laboratorio” sino darle un enfoque desde la vida cotidiana de ellos y no en la disgregación temática; además de que el cumplimiento de estos puntos puede reafirmarse y darle reconocimiento

social por medio de sujetos públicos que se declaren abierta y públicamente homosexuales.

➤ **¿La propuesta puede servir como lucha de legitimación (cultural)?**

12.- Si tienes alguna creencia religiosa, ¿consideras trascendental conocer la opinión y la orientación que ésta tiene y puede dar sobre la homosexualidad?

SI: _____

NO: _____

13.- ¿De qué otra creencia te gustaría conocer su opinión y orientación que ésta tiene y puede dar sobre la homosexualidad?: _____

Respecto a los datos obtenidos de las técnicas de investigación mencionadas, podemos empezar con lo relativo a la información derivada de la variable: "Identidad y su Contexto Social", en donde uno de los indicadores derivan las creencias, en este caso se retomaron en cuenta las religiosas ya que en éstas se muestran los datos que permiten hablar sobre esta legitimación. De esta manera, González (1994: 70), especifica las diferentes formas de legitimar determinados hechos, por lo que dice que la legitimación es el funcionamiento en los espacios sociales a través de la adhesión de los agentes a determinadas reglas o, en otras palabras, el desbalance entre los agentes y la autoridad; por lo tanto, se considerará como agentes a los integrantes de la comunidad gay y la autoridad a la religión.

En este orden, según los datos, la mayoría de los agentes no tienen o practican alguna creencia religiosa, por lo que, tampoco consideran de su agrado conocer la opinión y orientación que otras religiones han conformado acerca de la homosexualidad lo que se entiende desde un ángulo contextual-histórico, ya que se sabe que a lo largo de la historia, sobre la todo *la iglesia católica o autoridad ha manifestado su rechazo abierto a las personas homosexuales a través de calificativos, estigmatización, entre otras; por lo que la legitimación de la autoridad, como lo dice González (1994: 70) se logró al imponer ese rechazo al explicar un orden predeterminado por lo divino y hacerlo válido de manera global en los espacios donde se practica esta religión para hacer que otros sujetos la*

adoptaran como una visión válida y correcta para todos. Sin embargo, los agentes minoritarios que si tienen o practican alguna creencia religiosa manifestaron su agrado por conocer la opinión y orientación que otras religiones tienen acerca de esta orientación sexual. En otras palabras, aquí se entiende que *la lucha de legitimación cultural por parte de la comunidad gay* o agentes se especifica en esta última respuesta, ya que, en ese desbalance ya descrito entre autoridad y agentes, éstos últimos, dicen necesitar sentirse integrados a ópticas simbólicas como lo es la religión a través del reconocimiento de lo “natural” o “normal” de una cierta (siempre histórica y arbitraria o bien no necesario) forma de definir e interpretar – calificando y descalificando- la realidad a través de religiones, sobre todo y por mencionar algunas como las de origen oriental como lo es el judaísmo y el budismo, además de tener en cuenta que, en la actualidad existen creencias con bases cristianas que en los últimos años dan cabida a las personas homosexuales que si aceptan a través de la eliminación de estigmatización y otros elementos distintivos aunados a ésta (1994:70).

En otro sentido, esta lucha por la legitimación cultural a través de las creencias religiosas se revela en las respuestas que dieron los integrantes de la comunidad gay en las dos técnicas, relacionadas a las temáticas que les gustaría se hablaran, en el dado caso de que la propuesta radiofónica se produjera, se dijo que el tema de la homosexualidad y religión se desarrollara, obviamente en las radiodifusoras que permitieran la producción y distribución de éstos temas, por lo tanto, una vez más esta legitimidad cultural a través de la religión reafirma que la lucha por el reconocimiento y de la apropiación del capital simbólico o religioso puede llevarse a cabo por medio de un programa de radio puesto que es un tema que se abarcaría en un programa de radio; y darles crédito de su existencia por sus características humanas que los igualan con los demás: a) que han adquirido históricamente a través de las visiones espacio-temporales en la antigüedad y los movimientos homófilos contemporáneos, b) que pasan por naturales como se hizo cuando la Organización Mundial de la Salud determinó que la homosexualidad no se consideraba ya una enfermedad y,

c) que son personales e innatas, que por sus características, en este caso sexuales, son las que los conforman en grupos (1994: 71).

Por lo tanto, la respuesta a la pregunta inicial “¿La propuesta puede servir como lucha de legitimación (cultural)?” se concluye que dicha propuesta sí serviría como una lucha legitimadora de la comunidad gay a través de la radio para obtener el reconocimiento simbólico que la autoridad o iglesia otorga a otros individuos; además de que ésta les reconozca sus propiedades históricas, naturales y personales e innatas como grupo.

Por otra parte, la lucha de legitimación de la comunidad gay está representada por el ámbito económico. En este orden, los integrantes de esta comunidad, expresaron en sus respuestas dadas en la variable de Identidad y su Contexto Social, relativo al indicador de las expectativas se derivó el siguiente argumento, retomado de las opiniones dadas de la pregunta 20 que dice: **20.- Por último, ¿qué más te gustaría expresar a través de un programa de radio?** _____

Y como parte de los resultados de esta pregunta se tiene que los sujetos tienen la percepción de que aún son considerados una minoría, lo cual contrasta con la idea de que ya constituyen un público amplio con aspiraciones de superación y necesidades como las de los demás. Esto lleva a pensar que, a pesar de que ellos se presentan en el mundo social como sujetos minoritarios cuantitativamente, es decir, el cinco por ciento de los aproximadamente cien millones de mexicanos representado por cinco millones de sujetos declarados gays o en números de organizaciones no gubernamentales se podría alcanzar el diez por ciento de la población (Batres, 2004: 19); han llegado a niveles de alto poder adquisitivo de alrededor de los cincuenta y un mil trescientos millones de pesos anuales (2004: 19). Por estos motivos, podemos hablar de capital que, en palabras de Bourdieu (1990: 18) en este caso el económico, se acumula y por el cual existe una lucha por apropiarse de él a través de campos o de un conjunto de leyes propias que formalizan una dinámica interna y las formas en las que se apropian los grupos sociales y que se dan en la vida cotidiana como

lo puede ser la intelectualidad, lo cultural, lo político, lo económico, etc. (2004: 18), éste último, es el motivo de la lucha de legitimación cultural por parte de la comunidad gay.

En otras palabras, la comunidad gay de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, y considerando que lo que se hizo en esta investigación es un leve acercamiento a tales representaciones, se podría pensar que pretendería ser reconocida por su alto nivel adquisitivo y como se sabe el reconocimiento es el fin de la legitimación, entre una lucha desnivelada que involucra a la industria y la comunidad lo que revela lo siguiente, según Bourdieu: (2004: 19) “quienes dominan el capital acumulado, fundamento del poder o de la autoridad de un campo, tienen a adoptar estrategias de conservación y ortodoxia...”; por lo tanto, la comunidad gay al pretender ser “reconocidos” económicamente, tienen de trasfondo un incipiente dominio a través de ese capital acumulado que como ya se dijo le das las bases al poder y se convierte en el “medio para hacer prevalecer su definición de la realidad...” (González: 1994: 70) y así y convertirlos en una autoridad en el campo económico (Bourdieu: 2004: 19).

Respecto a los niveles económicos de bajo ingreso, se ha esbozado que los integrantes de la Comunidad Gay se encuentran aún en desventaja en su lucha por el reconocimiento, puesto que podrían no contar con capitales culturales como la instrucción académica y consecuentemente, la marginación urbana, misma que se origina por falta de capital económico, mermando su estancia en sectores que son poco productivos dentro del marco institucional o ilegales como lo es la economía informal y los negocios propios donde se autoemplean (estéticas, albañiles, bailarines, mercados sobre ruedas, etc.), por lo tanto, sin la acumulación del capital económico que les permita obtener capital cultural (instrucción académica y/o relaciones de poder como las amistades, familiares) y simbólico se presentan en un arma “callejón sin salida”, es decir, en desventaja dentro de quienes si poseen esos capitales al interior de la Comunidad y de los poderes económicos, políticos y simbólicos que están

en constante fricción con este grupo; por eso se dice que dichas carencias capitales conformarían una situación significativa y representativa con mayor grado de complejidad y descontento.

Finalmente, se tiene un ligero acercamiento a la determinación de la comunidad gay para iniciar un proceso de crecimiento en el que el capital económico juega el papel de base y medio para hacer que su realidad como grupo prevalezca sobre otras definidas también por la vida cotidiana y, que anula otras concepciones, aunado a su capital cultural o académico dado al cien por ciento de todos los participantes que va desde el nivel básico o secundaria hasta niveles de maestría y doctorado.

➤ **¿La comunidad gay requiere de una alternativa más como medio de expresión a través de determinadas necesidades y para qué?**

En relación a esta pregunta particular, se puede responder desde dos ámbitos el histórico-contextual y las respuestas de la comunidad gay con una claridad y especificidad dada por estos dos ángulos. Por un lado, contextualmente se tiene que, aproximadamente en los últimos veintiséis años, tanto en la radio comercial como en la oficial han existido programas que hablan de la homosexualidad con inclusiones o desarrollos más amplios en los medios electrónicos como la radio y la televisión, en este renglón, esos programas temporalmente muestran una incongruencia e inconsistencia con los avances políticos, sociales, económicos, etcétera, que se han desarrollado en la ciudad, si se tiene en cuenta que las consideraciones a este tema tienen raíces milenarias, además de las propias que representan los medios de comunicación, sobre todo la radio. En decir, al tomarse en cuenta que las primeras transmisiones radiales comerciales se iniciaron en México en la década de los años 20, es hasta sesenta años más tarde cuando se le da entrada a la vida cotidiana en las barras programáticas, como eran los movimientos ecologistas, políticos, la economía y entre otros, a los grupos homosexuales (Winocur, 2002: pp. 67, 68). Pero es la década de los 90 que se busca “experimentar” para tener nuevos públicos a través de programas que funcionaban como consultorios

sentimentales, programas de orientación abiertamente sexual sobre todo a homosexuales, bisexuales, entre otros, por lo que se origina Media Noche en Babilonia, uno de los primeros espacios más representativos para la comunidad gay y que según en palabras de su conductor: Tito Vasconcelos; lo que este público comparte 'es la soledad en la que vive mucha gente en la ciudad'. Tal comunidad, se ve inmersa en entramados hegemónicos dados sobre todo, por el capital cultural, económico y simbólico (2002: 126).

A partir de este programa, existen otros que abordan la temática como una inclusión y sin desarrollarse medios técnicos de producción y distribución que le den espacios al aire más amplios. Como ya se mencionó, la inconsistencia se refiere a lo temporal, tanto en el abordaje de las temáticas y la temporalidad de estos, puesto que al terminar la emisión de alguna, aparece un "espacio" temporal para la aparición de otro que hable sobre este tema y, por otra parte, actualmente, el único programa que esta hecho cien por ciento para la comunidad gay consumido por ser la única opción en la radio comercial en la ciudad de México.

En cuanto a la incongruencia, ésta se enfoca sobre todo a que la televisión ha mostrado estereotipos sobre las personas homosexuales, representados por sujetos como meseros, estilistas, diseñadores de modas, etc., los cuales no son considerados por la comunidad gay como la generalidad o la totalidad en sus prácticas cotidianas o sujetos con los que se pueden identificar. Por otro lado, no se ha mostrado la "visibilidad" de la diversidad sexual a través de acciones como lo son las actividades culturales, preventivas del VIH/SIDA y otras que permiten dar a conocer fechas y acciones conmemorativas que den información relacionada al igual que la prevención y erradicación de la homofobia (Hernández, 2002: 184). Por lo tanto los participantes piensan que es necesario que se eliminen dichos estereotipos marcados por la televisión puesto que sus expectativas como grupo no están satisfechas por este medio y sus mensajes, de esta manera, la radio serviría como un medio técnico específico con esta finalidad, para producir y distribuir información sobre lo que es la gente y la comunidad gay de manera completa, convirtiendo a la

comunidad en un grupo decisivo para la conformación informativa de dicho medio porque consideran que son ellos quienes permitirían o no, a través de la exposición de sus inquietudes la existencia de tal.

Es así como se discurre que la incongruencia y la inconsistencia tanto temática y temporal darían origen a una nueva propuesta radiofónica, en la que la información le permitiría a la comunidad gay convertirse en un grupo decisivo (hegemónico) para satisfacer sus expectativas a través de un medio técnico de producción y distribución específico para hablar sobre esta temática como lo sería la radio, además de cambiar las percepciones que la televisión originó con sus mensajes y estableció como únicas y verdaderas de lo que es la comunidad gay.

➤ **¿Un nuevo programa de radio de temática gay puede ser trascendental para la comunidad gay?**

Al hablar de lo trascendental que podría resultara un nuevo programa de radio para la comunidad gay, es importante en primer lugar el contexto más actual en el que se desarrolla el problema de investigación, ya que, el rechazo y el estigma que ha tenido lo que ahora conocemos como comunidad gay, no han cambiado mucho con los antecedentes históricos, esto se hace evidente con lo desarrollado por la sexóloga Rinna Riesenfeld, quien explica estadísticamente, por uno de cada diez personas en el mundo es homosexual o bisexual, en otras palabras, uno de cada cuatro familias conoce referencialmente a alguna persona con cualquier de estas orientaciones sexuales. Lo anterior permite entender en un nivel histórico y actual, al interior de las familias y, por lo tanto, la sociedad, seguimos recibiendo una “educación” institucional para trabajar con personas heterosexuales y, sobre todo, en las familias, esa información o educación, se promueven “expectativas” basadas en lo que ellas quieren y no en quienes viven esta circunstancia sexual (2002, pp. 23, 24).

Como una consecuencia tácita de lo explicado, se dice que el individualidad de los sujetos es considerada como un elemento no visible o práctico en su vida cotidiana, por lo tanto, las falsas expectativas y la anulación de esa individualidad ha creado y reforzado la discriminación, la

estigmatización, así como homofobia, mitos, miedos, y así se podrían enumerar una gran cantidad de problemáticas, por lo que los hombres homosexuales, pocas veces se atreven hacer pública su orientación sexual, teniendo en cuenta esos efectos, por lo tanto, es necesario que se hable de la homosexualidad como un elemento que no interfiere en la acción e interacción humana (2002: 70).

Por esos motivos, los integrantes de la comunidad gay, experimentan sentimientos de soledad y aislamiento, de “no pertenencia y de búsqueda”, es decir, no encuentran alguien más para intercambiar sobre sus experiencias por lo que se originan grupos que les permitan dotarlos de fuerza y apoyo como tales, sin olvidarse de los otros que los rodean (2002: 10-103).

Por la descripción de las situaciones dichas, se podría concluir que independientemente de las formas en las que la comunidad gay los utilice para manifestar el reclamo de la aplicación de sus derechos, así como de la desaparición de la estigmatización y la discriminación, ésta última en dos niveles, al interior de la comunidad y al exterior de la misma; la aceptación social, de la eliminación de la homofobia, mitos y miedos; por mencionar algunas de las más importantes, siempre serán trascendentes; por lo tanto, aunado a las respuestas de la pregunta que dice: **7.- ¿Consideras que sea necesario que existan programas especializados en sexualidad, específicamente para las personas homosexuales?**

Si _____

No _____

¿Por qué? _____

así como al tema quinto que habla de la **factibilidad de un programa enfocado a la comunidad gay en la radio comercial**, resultó que la trascendencia a nivel de la propuesta radiofónica, puede lograrse porque la comunidad trata de que las adversidades sean neutralizadas por parte de la gente heterosexual en el entorno de las instituciones políticas, económicas, sociales, educativas, etc., es necesario, entonces, que se logre a través de la información, la ampliación, la educación y aclaración de ésta y se realice

como un método de neutralización, sin olvidar que esta comunidad simpatiza con un proceso de institucionalización

También es necesario decir que además de la información, la trascendencia de la propuesta radica en la creación de nuevos espacios, que en argumentos de ellos, la creación de programas como éste abre la oportunidad de socializar y comunicarse con los demás, además de servir como un punto de vista que puede complementar las opciones radiales existentes.

Como parte complementaria a estas respuestas y que siguen reafirmando tal trascendencia, se señaló que existen sujetos que necesitan “sentirse” identificada y reconocida como un grupo social con la misma importancia y las mismas necesidades y la misma construcción significativa o “emocional” que el resto de los sujetos; aspectos que los hacen existentes en el mundo social.

Las funciones que debe cumplir dicha propuesta, en caso de llevarse a cabo, es fundamental en este apartado porque indudablemente, se remarca la trascendencia que radica en la orientación, la información, la concientización, ayudar y ampliar el consenso social; para conocer puntos de vista diversos, mitos y verdades, así como la eliminación de situaciones negativas respecto a la diversidad sexual.

El aspecto comercial de la propuesta se afirma en sí misma y reafirma la trascendencia en el sentido de que los integrantes de la comunidad gay se consideran un “mercado potencial descuidado” ya que, como se ha visto, tanto los medios de comunicación como otras industrias, están comercializando incipientemente diversos productos y servicios en los últimos años, por lo que quienes dominan la producción industrial, sobre todo en la radio, podrían darle mayor importancia a este sector y así, sentirse “tomados en cuenta”

Finalmente, el aspecto de la comunidad gay remata la idea eje de esta pregunta, es decir, al ser considerados una minoría sexual no

reconocida, se piensa que no tienen “necesidades radiofónicas”, por lo que contrariamente, ellos dicen sí tenerlas porque es necesario que tanto los homosexuales como las personas que no se consideran obtengan todo tipo de información para conocer los riesgos y otros aspectos a los que se exponen en la interacción.

CONCLUSIÓN

Se puede finalizar que, a través del desarrollo de este trabajo fue importante reiterar que los medios de comunicación, como la radio comercial y elemento obvio de sí, siguen en esta línea, además de los factores políticos que los rigen, es decir, la radio comercial está dirigida por personas que se han desarrollado en diversas concepciones históricas de los diferentes campos de interacción, tanto los religiosos, los mundos familiares, las actividades profesionales, etc., y que en gran medida influyen tanto en lo que ellos desean presentar como una realidad de determinados grupos, equivocando así el camino y la interpretación de los receptores.

Lo anterior se puede explicar en lo cultural, es decir, al hacer una revisión histórico-contextual de las diversas concepciones que se desarrollaron sobre la homosexualidad, se reitera que mucho de esas visiones sigue vigente en la actualidad, sobre todo aquellas que son atribuidas como características negativas, por calificarlas de alguna manera, a las personas que viven con esta orientación sexual, como lo son algunos supuestos al decir que son pecadores, enfermos (en este sentido, se dice que es algo que se puede “contagiar” o que padecen alguna patología psicológica o como una característica genética –sin que esto se haya confirmado o negado actualmente-), o considerados como una plaga por el resto de los individuos y, que por lo tanto, “se debe acabar con ellos”; con lo que tales “atributos”, en casos extremos, los hacen objeto de una representación “malvada” o “peligrosa”, provocando asesinatos en contra de estos ellos o lo que se conoce hoy como crímenes por homofobia.

Por tal consideración, al tener percepciones de siglos atrás que se aplican en la actualidad se entendería que no se ha desarrollado proceso alguno de cambio, característica de la acción social en la que caben las ideologías (entendidas en la relación que se da entre diferentes fuerzas) de las instituciones como lo es la familia, la política, las simbólicas como las religiosas, las coercitivas y, en menor medida la academia (porque ya se vio que no se ha interesado en mayor medida por el acercamiento científico a la movilidad social en la que está inmersa la Comunidad Gay); por estas razones

se puede decir que el nulo o poco interés que podría existir por construir percepciones, significados y acciones que favorezcan a estos grupos por parte de las instituciones no se refleja, debido que ese pasado ha sido resignificado, en otras palabras, que tales percepciones han sido ubicadas en el presente, lo cual lleva a pensar que, ante esta situación se tienen instituciones y sujetos que bien podrían ser característicos de la Edad Media o La Santa Inquisición y que operan y legitiman de la misma manera. Por lo tanto, la cultura actual no puede atribuirse el calificativo de “moderna”.

Consecuentemente, al conocer la forma en la que la Comunidad Gay a sido representada, se habla entonces, de la exhibición de características que, en su caso, no deberían ser consideradas anormales y sí en el sentido de percibirlos como “corrientes y naturales” al hablar de lo que los ha hecho ser distintos en esta sociedad con una cultura basada en la historicidad, su orientación sexual homosexual. Esta orientación, al hacerse pública o percibirse como tal ha dado paso a que se categoricen estos sujetos en roles y estatus y otorgarles atributos o supuestos, ya sea por su vestimenta, su forma de hablar, sus actividades (meseros, estilistas, bailarines, cantantes, etc.) o personas “buena onda”, con gran capital económico, con prácticas sexuales fuera de lo común, entre otras, y las ya desarrolladas respecto a las concepciones de pecado, enfermedad y crimen y su reconstrucción en el espacio y tiempo actual, constituyen lo que Goffman desarrolla y aquí se maneja a grandes rasgos como estigma (1968, 11-12).

El estigma, por lo tanto, entra en discusión cuando los atributos que “son incongruentes con nuestro estereotipo acerca de cómo debe ser determinada especie de individuos” y hace referencia a un atributo desacreditador como lo es la homosexualidad, actualmente, la mayoría sexual o los heterosexuales se lo dan a la Comunidad Gay, puesto que lo normal sería que “la naturaleza no se equivocara”, que “Dios hizo sólo al hombre y la mujer”, además de que “no deberían existir, por eso hay que matarlos” o “son siete años de mala suerte”, “llevan un demonio dentro”, y otras frases más que representan la forma en que son percibidos y, en consecuencia, estigmatizados, sin olvidar que muchos de los sujeto que actúan en este sentido, pueden hacerlo de manera introspectiva,

por ejemplo, se valen de la homobia, en la que el individuo que estigmatiza, trata de reafirmar su “normalidad” como persona heterosexual regida por los discursos religiosos, políticos, “naturales” y sociales, y que es contraria a reflejarse en el otro o el sujeto homosexual y no poner en duda su identidad percibida o virtual y/o real e individual (Goffman, 1968, pp. 12-13).

Los argumentos de Goffman (1968: 15), como ya se dio cuenta, empatan con las situaciones que vive la Comunidad Gay, en la cultura, como lo es también que quien “posee un estigma, una indeseable diferencia que no habíamos previsto” o el hecho de ser homosexual en toda su diversidad misma, hace que se quienes estén alrededor de este ser se alejen o no se acerquen al percibirla y anular otros atributos o características, entre las más mencionadas se encuentran sus necesidades de seres humanos, la aplicación, respeto y garantía de sus derechos, una representación tanto política como significativa, sus capacidades laborales y el hecho mismo de sus existencia e integración a la interacción en todos los campos, además de las que ellos manifestaron en la técnicas: sus necesidades de información a través de medios técnicos como lo es la radio; necesidades que son percibidas por ellos, como iguales a las de los heterosexuales.

Por otra parte, el movimiento homosexual en la Ciudad de México, no se puede hacer heterogéneo, es decir, dentro de la Comunidad Gay, existen grupos que se caracterizan por sus prácticas y preferencias sexuales o filias y fobias, así como por su vestimenta, su comportamiento, las actividades profesionales, artísticas y económicas, a las cuales, que no logran el cometido de hacerse sentir como comunidad, en vez de esto, se tiene que, según las palabras de sus integrantes, son factores primarios los que los definen como lo es su orientación sexual, elemento que otras circunstancias y por el atraso que se tiene en cuanto a la información, presentan sólo el morbo de quienes pretenden tomarlos en cuenta, a través de estereotipos que no los caracterizan como seres humanos.

En tanto, se apunta que la mayoría de las personas piensan que las personas homosexuales dividen y consumen su tiempo en cuestiones poco productivas, de las cuales se pueden mencionar como la creencia de que los gays son personas alegres, parranderas, carismáticas, etc., y bueno, esto es un punto de referencia para la mayoría; por otra parte, estos elementos podrían haber constituido una concepción anuladora, es decir, que la Comunidad Gay no tiene sentimientos, aspiraciones, e incluso, algún tipo de creencia, ya que es la imagen que los medios de comunicación como la televisión comercial ha producido en una posición unívoca, por parte de los dueños de ésta con respecto a la comunidad y por la ventaja visual de este medio que poco favorece los procesos mentales de los receptores sobre otros.

Respecto a las creencias que puede tener la Comunidad Gay, es importante señalar que durante el período histórico en el que se ha interrelacionado la homosexualidad y la fe religiosa, nunca ha sido de gran interés y apoyo incluir a este sector, hecho que en la actualidad se refleja y pareciera que no cambiará en un futuro próximo, cuando se ha visto que representantes de la iglesia católica reafirman su rechazo a la homosexualidad, por ser “contra natura” como lo han calificado ellos, mensajes que al transmitirse en los medios de comunicación existentes, refuerzan a las cabezas de las instituciones como la familia, la misma iglesia, entre otras, por tal motivo, es una necesidad que tales concepciones sean abatidas con disposición institucional y al interior de la Comunidad Gay, ya que, como lo decía Giménez, respecto a las identidades modernas que, los campos de interacción y los mundos familiares presentan una lucha en las posiciones de los sujetos, por lo que éstos al enfrentarse a mundos de vida diferentes tienen que buscar el “molde” para interactuar y hacer que los demás “encajen” en tales concepciones, a través de la dinámica de la identidad moderna es cada vez más abierta, proclive a la conversión, exasperadamente reflexiva, múltiple y diferenciada”.

En este sentido, muchas de las concepciones contrarias a la Comunidad Gay, han permitido hasta cierto punto que sean tomados en cuenta en los medios comunicativos como la radio, lo que ya se vio contextualmente, a través

de una inconsistencia e incongruencia en las producciones radiofónicas, además de que la televisión en nada ha ayudado a la inclusión de este grupo, al representar “el típico jotito” en sus mensajes, imágenes que distorsionan, enjuician a la Comunidad. Como consecuencia de una cultura ubicada en la Edad Media y la Santa Inquisición, con instituciones de igual construcción y la desorganización que, según palabras de los sujetos investigados, existe en la incipiente constitución de la Comunidad Gay, y la suma a esto de la forma en que han sido estigmatizados estos sujetos; se tiene que los medios de comunicación, como industrial culturales que producen y transmiten formas simbólicas o programas de radio, produzcan y distribuyan mensajes con estas representaciones, por lo que la transmisión cultural de estas formas de vida no significativas y no reveladoras de lo que es la gente gay, seguirán reciclando esas concepciones sin un avance tanto de las industrias culturales como de la Comunidad Gay y la acción para hacer tangibles sus demandas e integrarse sin “anormalidades” a la vida cotidiana en conjunto con los heterosexuales.

Lo anterior ocasiona un retraso por la falta de información científica emitida, porque los programas radiales dedicados al tratamiento de la sexualidad poco hacen frente a una problemática que los rebasa, como muchos otros, si se toma en cuenta que, por ejemplo, la discriminación y el rechazo se ejerce desde el núcleo familiar, el cual al estar expuesto ante medios como la televisión y la creencia que le dan a éste, obtienen información no fidedigna de la acción sexual, ahora bien, antes esta situación, la radio se puede valer de sus atributos como la cobertura, la credibilidad y la libertad para hablar de temas como éste, contrarrestar dichas concepciones, complementándose por la no visibilidad del medio.

Como se vio también, tanto los movimiento sociales de estos grupos y que se reitera en el discurso de la Comunidad Gay obtenido con las técnicas de investigación, los medios de comunicación se ven forzados a cambiar sus contenidos y la forma en cómo éstos son tratados, puesto que ellos no están de acuerdo en tales representaciones porque no se identifican, y no se sienten representados por quienes conducen dichos programas. En este punto, cabe señalar que la Comunidad Gay, a través de su discurso, que una forma de

legitimar su existencia y aceptación públicamente, es por medio de sujetos o figuras públicas que acepten al aire su orientación homosexual, en caso de que así lo fueran, puesto que son considerados como personas éticas, responsables, fuera del estereotipo y por su actividades como conductores, artistas, entre otros.

Un elemento que puede ayudar al abordaje de la temática homosexual se forma seria es el avance tecnológico, ya que por un lado, existen programas con este tema que se emiten por medios como el Internet, la televisión misma e incluso hasta en aparatos de telefonía celular, lo que permite sintonizar programas de otros espacios y estar a la vanguardia en tal, ya que, por ejemplo, en otros países, los espacios exclusivamente para personas homosexuales, comienzan a desaparecer y no por las cuestiones que se presentan aquí, sino porque están cada vez más incluidos en todos los ámbitos que ya no es necesario abrir “campos” exclusivos. Es de esta manera que se puede llegar a complementar su identidad y contribuir a su integración social, por mencionar algunos puntos importantes.

Por otra parte, al responder las preguntas particulares de la investigación se retomaron los resultados según interesaran y fueran los más adecuados para responderlas, sin que esto signifique que otros se quedaran fuera de estas consideraciones, como lo es de manera muy general cuestiones de la identidad como comunidad, profundizando en relación a los medios de comunicación y sus necesidades informativas, lo que revela que aún existen mucho por hacer en escenarios enmarcados en un punto institucional o la adhesión a las reglas de éstas, por ejemplo, la Comunidad Gay, está de acuerdo en respetar ese conjunto de reglas, pero siempre y cuando sus derechos sean respetados, se elimine la discriminación, exista un apoyo tanto de fuera como al interior de la misma ya que manifestaron que existe discriminación entre ellos.

La Comunidad Gay no busca un trato preferencial o especificaciones que los coloque, aparentemente, en una posición superior, sino que todo lo que piden es que la estigmatización sea desaparecida así como la ignorancia y al igual que los demás sean tratados como ciudadanos, es decir, que no sean objetos de crímenes, discriminación y que, por lo contrario, ejerzan sus

derechos, sin ser extorsionados por las autoridades judiciales, contar con los espacios físicos, mediáticos, laborales, familiares, entre otros. Respecto a lo de las posiciones, es importante recalcar que aunque históricamente han sido un grupo vulnerable, a través de los años han logrado crear un capital económico importante, con el que se supone que pretenden convertirse en un grupo legitimado y hegemónico y, si es que las percepciones en sus diversas variantes son cambiadas desde las mismas instituciones y la Comunidad, pero antes que actuar en este sentido, sería recomendable que dentro de esa incipiente creación de su comunidad, basada en el apoyo mutuo en situaciones adversas, comience por una “unificación” de intereses, objetivos, proyectos y visiones que les permita establecerse como tal y empezar desde ellos a movilizar sus acciones para lograr el inicio del cambio que debió darse a nivel cultural y de comunicación masiva a través de la retroalimentación que se da a estos dos niveles, apoyado por el avance tecnológico y científico en el que se agrupan los medios de comunicación y el abordaje temático con bases sociológicas, filosóficas, psicológicas, antropológicas entre otras, de la homosexualidad, para que de esta forma, los discursos “cercanos” al pasado y alejados de la realidad actual dejen de producirse como banderas políticamente válidas y, más que otra cosa, se apliquen y se conviertan en situaciones, significados y representaciones “palpables” para estos individuos, a través de los objetivos que han acompañado las ciencias mencionadas: conocer, reconocer, compartir lo producido mental y simbólicamente, actuar e interactuar en un nuevo conjunto de creencia, valores, supuestos, prácticas y situaciones y reflejarse sus necesidades en nuevos espacios comunicativos.

ANEXO A

CUADRO DE PROGRAMAS

Es importante señalar que la aparición de programas que en sus estructuras hablan sobre sexualidad y diversidad sexual, específicamente la homosexualidad, surgen en la década de los años 90, de los cuales, los programas Mejorando tu vida diaria y Triple G han logrado llegar al año 2006, mientras que Sexproz y Sobre la Mesa, son de reciente creación.

MEDIA NOCHE EN BABILONIA

Tipo de Estación	Pública
Frecuencia	1060 AM, Radio Educación
Temática	Diversidad Sexual
Horario	Domingos, 23:00-24:00 h, Semanal
Conductor	Tito Vasconcelos
Estructura	1ª Parte: Presentación del programa, Noticias acerca de la Comunidad Gay, se hacen comentarios sobre dicha información y ocasionalmente presenta invitados, promoción de productos y servicios dirigidos a este grupo. 2ª Parte: Presentación de la sección dirigida a lesbianas, Noticias acerca de la Comunidad Gay, se hacen comentarios sobre dicha información y ocasionalmente presenta invitados, promoción de productos y servicios dirigidos a este grupo.

VAMONOS ENTENDIENDO

Tipo de Estación	Comercial
Frecuencia	940 AM, XEQ, Radiópolis
Temática	Sexualidad
Horario	22:00-23:00 h, Semanal
Conductor	Caamaño Carvajal
Estructura	<ul style="list-style-type: none">▪ Presentación del conductor, del programa y el tema a tratar.▪ Presentación de los invitados y

	desarrollo del programa. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lectura de llamadas. ▪ Comentarios. ▪ Despedida e invitación para sintonizarlo la próxima emisión.
--	---

ANIMAL NOCTURNO

Tipo de Estación	Comercial
Frecuencia	940 AM, XEQ, Radiopolis
Temática	Sexualidad
Horario	22:00-23:00 h, Semanal
Conductora	Anabel Ochoa
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación de la conductora, del programa y el tema a tratar. ▪ Desarrollo del programa a través de las consultas del público ▪ Comentarios ▪ Lectura de llamadas. ▪ Comentarios finales ▪ Testimonios en vivo ▪ Canalizaciones a instituciones y personas que ofrecen servicios médicos. ▪ Despedida e invitación para sintonizarlo la próxima emisión.

VOCES EN LA INTIMIDAD

Tipo de Estación	Comercial
Frecuencia	900 AM, XEW, Radiopolis
Temática	Sexualidad
Horario	22:00-24:00 h, Semanal
Conductora	Anabel Ochoa
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación de la conductora, del programa y el tema a tratar. ▪ Desarrollo del programa a través de las consultas del público ▪ Comentarios ▪ Lectura de llamadas. ▪ Comentarios finales ▪ Testimonios en vivo

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Canalizaciones a instituciones y personas que ofrecen servicios médicos. ▪ Anuncios de pareja, amistades, etc. ▪ Despedida e invitación para sintonizarlo la próxima emisión.
--	---

MEJORANDO TU VIDA DIARIA

Tipo de Estación	Comercial
Frecuencia	1260 AM, Radio Acir, Grupo Acir
Temática	Sexualidad
Horario	13:00-15:00 h, diario (horario en el que se transmitía inicialmente. Se apunta que en la actualidad, termina a las 16:00 h, y las repeticiones se hacen también en FM, en el 88.9 y, en ambas, el horario no es específico en determinados períodos.
Conductora	Anabel Ochoa
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación de la conductora, del programa y el tema editorial a tratar. ▪ Desarrollo del programa a través de las consultas del público ▪ Comentarios ▪ Lectura de llamadas. ▪ Reporte del tráfico y clima ▪ Corte informativo ▪ Testimonios en vivo ▪ Canalizaciones a instituciones y personas que ofrecen servicios médicos. ▪ Contactos de pareja, amistades, etc. ▪ Despedida e invitación para sintonizarlo la próxima emisión.

TRIPLE G

Tipo de Estación	Comercial
Frecuencia	96.9 FM, W Radio, Televisa Radio
Temática	Comunidad Gay
Horario	22:00-24:00 h, Semanal
Conductores	Eduardo Iniеста y Renato Henkel
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inicio de la emisión con música. ▪ Presentación de los conductores. ▪ Presentación del tema a tratar y presentación de los invitados y especialistas. ▪ Música. ▪ Desarrollo del tema ▪ Corte comercial ▪ Música. ▪ Recomendaciones varias ▪ Música. ▪ Llamadas al aire sobre el tema ▪ Despedida e invitación para sintonizarlo la próxima emisión.

SEXPROZ (Sexualidad en tu propia voz)

Tipo de Estación	Pública
Frecuencia	1060 AM, Radio Educación
Temática	Sexualidad
Horario	18:00-19:00 h, Semanal
Conductor	En esta caso, es un hombre y una mujer que fungen como moderadores
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación del programa y el tema a tratar. ▪ Música. ▪ Presentación de los invitados y especialistas. ▪ Desarrollo del programa por los invitados. ▪ Presentación de la sección de pregunta para los radioescuchas: "El Baúl". ▪ Preguntas y Comentarios entre las llamadas del público, los invitados y los especialistas. ▪ presentación de una dramatización del tema en

	<p>desarrollo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Consultas y opiniones ▪ Respuesta a “El Baúl”. ▪ Presentación de una cápsula con recomendaciones ▪ Canalizaciones a instituciones y personas que ofrecen servicios médicos. ▪ Despedida e invitación para sintonizarlo la próxima emisión.
--	---

SOBRE LA MESA

Tipo de Estación	Pública
Frecuencia	660 AM, Radio Ciudadana, Grupo IMER.
Temática	Sexualidad
Horario	10:00-11:00 h
Conductor	
Estructura	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación del programa y el tema a tratar. ▪ Presentación de los invitados. ▪ Noticias sobre sexualidad, generadas durante la semana anterior. ▪ Comentarios por parte de especialistas acerca de dicha información. ▪ Música. ▪ Despedida e invitación para sintonizarlo la próxima semana.

ANEXO B

OPERACIONALIZACIÓN

De las variables para conocer “cuáles son las necesidades informativas para el diseño de una agenda temática de un programa de radio comercial dirigido a la Comunidad Gay, en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México, que pueda complementar su identidad y contribuir a su integración social”.

CONCEPTOS	CATEGORÍA	INDICADORES	ÍNDICES
<u>Identidad y su Contexto Social</u> (“En la construcción interactiva o realidad intersubjetiva, las identidades sociales requieren de <i>Contextos de Interacción</i> estables, constituidos en forma de ‘mundos familiares’ de la vida ordinaria, conocidos desde dentro por los actores sociales no como objetos de interés teórico, sino con fines prácticos”).	1. Contexto Endógeno	1.1. Creencias	1.1.1. Religiosas
		1.1. Tradiciones	1.2.1. Bienestar físico y emocional
		1.2. Expectativas	1.2.2. Aceptación Social
	2. Contexto Exógeno	2.1. Cultural	2.1.1. Escuela
		2.2. Social	2.1.1. Familia 2.1.2. Amigos 2.1.3. Grupos y/o clubes de reunión 2.1.4. Tiempo libre
		2.3. Económico	2.3.1. Trabajo Formal 2.3.2. Autoempleo
<u>Sujetos</u> (Comunidad gay)	3. Ubicación Geográfica	Estado de México	Municipios conurbados ubicados al norte de la Ciudad de México

		Ciudad de México	
		3.1. Edad	3.1.1. Adolescente 3.1.2. Joven 3.1.3. Adulto 3.1.4. Mayor
	4. Capital Económico	4.1. Nivel Bajo	4.1.1. Obrero 4.1.2. Empleado
		4.2. Nivel Medio	4.2.1 Profesional
		4.3. Nivel Alto	4.3.1. Empresario
	5. Capital Cultural	5.1. Nivel básico	5.1.1. Primaria 5.1.2. Secundario
		5.2. Nivel Medio	5.2.1. Preparatoria 5.2.2. Carrera Técnica
		5.3. Nivel superior	5.3.1. Universidad 5.3.2. Maestría 5.3.3. Doctorado

<u>Medio de Comunicación Masiva</u>	Uso y confiabilidad de los medios de comunicación	Periódicos y revistas	
		Internet	
		Televisión	
		Radio	Horario Frecuencia Otros medios de sintonización Conductor
<u>Necesidades Informativas</u>	7. Acontecimientos y/o Hechos desconocidos por el público	7.1. Científicos	7.1.1. Innovaciones en el campo de la sexualidad, específicamente, la homosexualidad, 7.1.2. VIH/SIDA y otras infecciones de transmisión sexual
		7.2. Culturales	7.2.1. Cine de Arte 7.2.2. Teatro 7.2.3. Teatro 7.2.4. Pintura 7.2.5. Danza 7.2.6. Música 7.2.7. Otros

		<p>7.3. Políticos</p>	<p>7.3.1. Propuestas de los Partidos políticos 7.3.2. Participación activa en ONG's 7.3.3. Participación abierta en Partidos Políticos 7.3.4. Organización y participación en eventos para dar a conocer las propuestas de la Comunidad gay 7.3.5. Marchas y/o Desfiles</p>
		<p>7.4. Entretenimiento</p>	<p>En este sentido se habla de manera general y en particular, con la relación a la temática gay.</p> <p>7.4.1. Cine comercial 7.4.2. Música comercial de todos los géneros 7.4.3. Antros 7.4.4. Moda (vestuarios y accesorios) 7.4.5. Teatro 7.4.6. Revistas de espectáculos 7.4.7. Programas de televisión 7.4.8. Programas de radio 7.4.9. Otros</p>
		<p>7.5. Derechos Humanos</p>	<p>7.5.1. Derechos sexuales y reproductivos</p>

			<p>7.5.2. Derechos de los niños</p> <p>7.5.3. Derechos de las personas portadoras del Virus de Inmunodeficiencia Humana/Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (VIH/SIDA)</p>
		7.6. Sexualidad	<p>7.6.1. Diversidad Sexual</p> <p>7.6.2. Filias y fobias</p> <p>7.6.3. Perversiones</p> <p>7.6.4. Erotismo</p> <p>7.6.5. Otras</p>
		7.7. Religiosos	<p>Opinión y orientación de distintas prácticas devotas acerca de la homosexualidad como lo pueden ser:</p> <p>7.7.1. Judía</p> <p>7.7.2. Cristiana</p> <p>7.7.3. Católica</p> <p>7.7.4. Otras</p>
		7.8. Holísticos	<p>En relación a alternativas que les permitan, según sus necesidades, un bienestar interno.</p> <p>7.8.1. Terapia psicológica</p> <p>7.8.2. Yoga</p> <p>7.8.3. Meditación</p> <p>7.8.4. Medicina Natural</p> <p>7.8.5. Otras.</p>

ANEXO C

TRANSCRIPCIÓN DEL GRUPO DE DISCUSIÓN: LA COMUNIDAD GAY Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LA RADIO.

Día de aplicación: 6 de julio de 2006

Moderador: Prof. Enrique Pimentel

Investigador: Erik Amalio Rivas

Participantes: 5

Lugar de aplicación: instalaciones de "La Casa de la Sal, A.C."

Duración aproximada: una hora cuarenta minutos.

MODERADOR: bien, a partir de ahora se va a grabar esto. Voy a empezar a...Primero, ¿qué les gusta?, en general, ¿qué hacen?

PARTICIPANTE 1: Pues a mí me encanta el arte, la literatura, la escultura, la opera, también me gusta salir a bailar y tomar con los amigos, por que no, básicamente, todo aquello que tenga que ver las personas con las que yo deseo estar.

MODERADOR: Muy bien, te gusta bailar y son cuestiones, aparentemente, diferentes, porque cuando estás viendo una obra, es movimiento y cuando estas bailando (interrupción)

PARTICIPANTE 1: Es que es completamente opuesto porque te puedes ir a sentar a ver, por ejemplo, "El oro del Rin" y quedarte impresionado al escuchar a una soprano o a un tenor y decir: wow, decir: esto me encanta, también puedes salir con tus amigos e irte a sentar a tomar un café e incluso hablar del pelo de su perro, entonces no puedes encerrarte en el ser un típico "nerd" o persona que se va hacia la cultura, tampoco volverte la típica persona que no tiene nada mas allá de lo que es una apariencia o un grupo social.

MODERADOR: a veces, esas conversaciones, a veces triviales, son las más ricas, ¿no?, ¿qué mas les gusta?, ¿qué mas hacen?

PARTICIPANTE 2: a mi me gusta, por lo regular, hacer ejercicio, leer poco, escuchar la radio, me encanta la radio, especialmente; me enfoco a programas sobre lo que es información.

MODERADOR: muy bien,

PARTICIPANTE 2: y música, un poco

MODERADOR: ¿sabes bailar?

PARTICIPANTE 2: un poquito

MODERADOR: ¿qué te gusta?

PARTICIPANTE 3: bueno, así como lo planteas, te podría contestar, dependiendo del estado de ánimo, de la situación en la que me encuentre, pero así que me gusta, pues trato de estar bien, esa frase tan trillada, no: vivir la vida; pero pues sí, hay días en que estoy en plena hueva y me la paso viendo la tele desde las 8 de la mañana hasta las 8 de la noche, hay que días que sí tengo ganas de salir y, voy al cine a ver alguna función; del cine, sí me da tiempo, voy al teatro, trato de ir a cenar, me gusta salir mucho; por lo regular, los fines de semana es lo que hago, ir a Querétaro, Puebla, lugares cerca de aquí y, también cuando hay una fiesta no me pierdo una fiesta y cuando hay fiestas familiares me divierten mucho: estar con los sobrinos, mis hermanos

MODERADOR: ¿eres hogareño?

PARTICIPANTE 3: ... sí. Si también cuando coincido con un amigo vamos a tomar una copa, más bien es refresco porque casi no tomo, pero si me voy a tomar una cerveza y hay fines de semana que si me agarra el antro y ya me voy de antro, pero bueno, depende del estado de ánimo y también como ande.

MODERADOR: ¿qué te gusta (Raúl)?

PARTICIPANTE 4: ah, bueno, yo como soy actor pues me gusta el arte, pero como espectador me gusta más la danza que el teatro, me encanta ver la danza, también me gusta mucho oír la radio porque no tengo tele, entonces oigo programas de información en Radio Educación y Radio UNAM y los programas acerca de superación personal y esoterismo en otra estación. También me gusta mucho hacer ejercicio, me gusta leer, ahorita estoy leyendo a Pablo Cohelo. Ya ir a los antros... a bailar casi no (RISAS) entonces, si se presta la circunstancia pues si bailo, sobre todo si ponen música de los 80's, pero me gusta más ir a tomar cerveza en las cervecerías del centro y, también me gusta mucho ir a caminar de noche, por ejemplo, ayer caminé, estuve caminando de noche y ya estaba la luna casi llena y fue una noche bien tranquila, preciosa.

MODERADOR: que cada vez se menos se hace, pero en provincia se da mucho esto. ¿Qué te gusta?

PARTICIPANTE 5: pues mira, a mi más que nada, me interesa más lo que es la ciencia y en cuanto a mi carrera me gusta leer en periódicos y revistas sobre qué avances ha sobre la ciencia, específicamente, por ejemplo en el caso del sida que hay de nuevo, no sé, cocteles nuevos que se dan e ir revisando alguna que otra cosa

MODERADOR: ¿todo sobre tu carrera?

PARTICIPANTE 5: bueno, aparte de mi carrera, sobre la ciencia en específico me gusta leer Muy Interesante y ese tipo de revistas y aparte como ahí viene bibliografía, pues a veces sí ando consiguiéndola para ampliar el conocimiento de todo esto, también me gusta ir a teatro, cuando se puede; me encanta el cine, me gusta platicar en el café con mis amigos, ir al museo; hacer otras cosas, que no nadamás las actividades o el gusto de la gente gay que es más de antros, cuartos oscuros y cosas así, creo que hay mas cosas en que divertirse, en que esparcirse. Creo que es de corte generacional, porque ya gente un poco mayorcitos como que vemos la vida de diferente manera y ya no nadamás es el antro y una cosa, sino ya es ir al cine, ir a un museo; digo, porque a lo mejor los chavos de ahora, los más jovencitos ven el antro como el único escaparate gay, ¿no?; siendo que te puedes esparcir en otros lugares ¿no?, que no nadamás se encajona una parte para la distracción o para el esparcimiento gay ¿no?

PARTICIPANTE 1: claro que sí, (Saúl) pero también toma en cuenta que mucha gente, y principalmente las nuevas generaciones, no tienen esa, bueno, se sienten como presionados exteriormente, entonces acuden más al antro gay o a lugares plenamente o sabiendo que son lugares gay para evitar cierta discriminación, para sentirse más seguros; es cierto que toda la nueva generación no la sacas de Jeans, por ejemplo; o de lo que ahora es Rebelde, que es muy respetable creo, que para mi gusto no me gusta, prefiero escuchar a Regina Orozco; pero eso no significa que toda la nueva generación sean niños huecos, hay niños de 18, 15, eh, de 24 años, de 20 años; yo tengo 25 y no me considero una persona hueca. Tengo un compañero, un amigo que tiene 28 años y lo único en lo que piensa es toparse con el wey de uno ochenta, ojos azules, mega cuerpazo, con cartera llena, carrazo y no sé que tanto, pero desafortunadamente, si yo fuera la persona o el estereotipo que el buscara yo no le haría caso porque yo buscaría alguien interesante, ¿no?

MODERADOR: ¿cómo ven esta situación?

PARTICIPANTE 3: bueno, los gustos; obviamente somos generacionales, pero por ejemplo, cuando yo digo: a mí me gusta ir al cine; pero preferentemente no voy a los de ambiente, o sea no, más bien voy al cine por la película, o sea, no voy al cine para ver si hay ambiente o no hay ambiente. Yo creo que la gente que dice ir a un cine de ambiente, independientemente de la película que esté o lo que esté pues o del tema que sea, no van a ver la película, solamente va a tener encuentros o a ligar. Yo creo que, bueno, igual y a mí ese día se me ocurre y voy a ese cine ¿no?, pero por lo regular no lo hago, pero no lo critico, pero si todos los días y cada fin de semana están yendo a ese cine a ligar y todo eso, yo creo que eso si ya es cuestionable, o sea hay que ir, como que hay que ampliar más la visión de los lugares de ambiente, o sea, lo que llaman ahora antros. Obviamente, la gente que va a un antro de ambiente dice que va al antro por el antro, pero obviamente va a ver si liga ¿no?

MODERADOR: Hilario, tu ¿en dónde te diviertes?, a parte de estar ahí en la enfermería

PARTICIPANTE 2: Participante: bueno, yo soy una persona, soy muy joven, pero soy una persona que se mantiene muy ocupada. Yo a parte de trabajar y de estar en hospitales o en privados, de estar con pacientes, en particulares; para divertirme, por lo regular, me divierto mucho en mi casa, yo prefiero, si hoy descansara, por ejemplo, bañarme, descansar, salir a correr y de divertirme, salir con amigos, por lo regular, amigas; y un rato de distracción y regresar y ya, a estar un poco tranquilo porque eso de estar en hospital es estresante, definitivamente. De ir a un antro a un parque, a un lugar donde esté más tranquilo pues prefiero el parque, ¿por qué? porque me relajo un poco más; es respetable quien va, pues yo no puedo, al contrario, me encantaría ir pero, a veces, estar ocupado siempre no me permite, pero hago esas actividades.

MODERADOR: hay un aspecto que quisiera evaluar, tú hablas de que es también generacional esto de dónde se divierten, que tomo para divertirme, qué veo, por ejemplo, si consumo Rebelde, o si consumo una música gruperera o una música x, en particular, ¿cómo ven ustedes a eso que se ha llamado como la Comunidad gay?, ¿qué hace en México algo que se conoce como la Comunidad gay?, ¿existe o no existe?, ¿qué hace?, además de la marcha

PARTICIPANTE 5: Comunidad como tal, creo que no hay, comunidad como individuos decisivos que tenemos una preferencia por así decirlo, pero comunidad como tal no porque, que nos organicemos para algo todos juntos, no, porque por ejemplo, hace tres o cuatro meses, un ejecutivo de Coca Cola que lo corrieron por ser gay, por decir su preferencia sexual y, pues, prácticamente que yo leí unos magazines y todo esto, no había apoyo que le diéramos como comunidad, digo es para que todos nos hubiéramos unido y saben que: vamos a boicotear Coca Cola y no la consumimos y consumimos Pepsi e ir al antro y dame Pepsi y no me des Coca para que vean que sí hay comunidad, que sí hay unión , pero pues, cuál, ¿no?, cada quien anda por su lado y por su rollo ¿no?

PARTICIPANTE 1: sería como “Un día sin mexicanos” ¿no?, pero sería “un día sin gays”

PARTICIPANTES. ¡Ándale! (CONSENSO)

MODERADOR: ¿podría impactar?

PARTICIPANTE 1: La ciudad se detendría, o sea, los medios culturales se tendrían que detener, grandes ejecutivo, muchos de Televisa tendrían que detenerse, muchos del INBA se tendrían que detener, mucha gente que conozco gay del metro se tendría que detener, muchos médicos gays se tendrían que detener, incluso, albañiles, plomeros; un gay no solamente puede ser el presidente, como el querido hijo de Zedillo; sino también cada vez muchísima gente gay, barrenderos, demás; entonces tan solo hay que, si la comunidad gay se uniera y se detuviera, te juro que media ciudad se detendría.

PARTICIPANTE 5: pues sí

PARTICIPANTE 3: lo que yo creo es que, por ejemplo, para variar el término de “comunidad” también es de importación ¿no?, o sea y efectivamente, hay comunidades: está la Comunidad de San Francisco, la Comunidad de Paris, o sea que no es el hecho del consumismo; o sea, aquí en México la comunidad, desafortunadamente la comunidad es consumista y lo vemos en lo más notable que podría ser la marcha; pero por ejemplo, en la comunidad gay en San Francisco o de Paris, que son quienes siempre han llevado la bandera en cuanto a derechos homosexuales, o sea, ahí sí bloquean, ahí si tienen palabra en los parlamentos con los diputados y aquí no. O sea que la comunidad gay, poniéndola así en términos de la defensa de los derechos o de identidad homosexual, es neta y exclusivamente, el consumismo; porque los que se hacen representantes de la comunidad gay son los antros, las marcas que tiene que ver de alguna u otra manera con lo homosexual y el consumismo.

PARTICIPANTE 1: Pero yo creo que sí tenemos representantes de la comunidad gay en México, algunos ya muertos como Salvador Novo, pues bien podríamos mencionar a Horacio Franco. Sí tenemos grandes representantes de la comunidad gay actual y gente que realmente es muy loable, pero el problema ya no es tanto tener un representante, sino hacer que la gente gay tome conciencia de defender a la gente gay. A mí me toco ver como a un muchacho en el metro, el chavo estaba besando a su novio; algo que yo considero que tienen todo el derecho a hacer, independientemente yo no soy para decir aquí no, aquí sí, o sea el puede besarlo donde él quiera porque es algo enteramente normal y la legislación actual del distrito lo permite; vi como el policía lo detuvo, lo jaló. Cuando yo me metí a tratar de defenderlo diciéndole que podríamos acudir a Derechos Humanos a levantar un acta en contra del policía por discriminación, lo cual le podía costar hasta el trabajo al policía; el chavo simplemente, dijo: no, no así déjalo. Agarró de la mano a su novio y salió huyendo. Yo compre una bronca gratis, pero en realidad, sí toda la gente gay atendiera y conociera sus derechos, se valora como lo que es y dejáramos a un lado tanto complejos, realmente podríamos llegar a ser una muy buena comunidad, como la comunidad de San Francisco que vive en el barrio de Castro y que es el barrio más caro de todo San Francisco.

MODERADOR: Tú dices Colectivo, ¿por qué colectivo y no comunidad?

PARTICIPANTE 4: Porque es un intento de comunidad, porque todavía es un grupo social o como se diga de una preferencia sexual, de la orientación sexual específica a la que pertenecemos pero no podemos decir que somos comunidad por lo que están diciendo: que no nos apoyamos. Yo he sabido, yo nunca he ido ha San Francisco pero he sabido que, como los judíos, nos ocurre lo mismo que; tienes necesidad de un dentista vas con uno que sea gay, que tienes necesidad de un panadero vas con un que sea gay y así se van haciendo y así se va formando la comunidad, eso era lo que hacían los judíos cuando llegaban a una ciudad, entre ellos mismos se apoyaban.

MODERADOR: O sea hay una autoreproducción de la comunidad (CONSENSO)

PARTICIPANTE 3: Si estoy de acuerdo, pero lo que yo creo es que hablar de homosexual habría que hablar también, que no todo los homosexuales, o sea, aunque estemos en todas parte, que fue el lema de los 80's: estamos en todas partes; y porque estamos en todas partes todos tenemos diferentes intereses, o sea, en ciudades grandes, volviendo otra vez a San Francisco se ha logrado romper esa idea de clase y han logrado sacar demandas como comunidad, como homosexuales interclase y aquí en México no se puede, o sea en México, si bien dentro del Código Civil no está penalizada la homosexualidad, pero todos sabemos que vivimos en una sociedad corrupta, entonces, por ejemplo el hecho de que no esté prohibido que yo me esté besando con mi novio en donde yo quiera, en un lugar público, en un lugar privado; eso no implica que no sea susceptible de corrupción.

MODERADOR: ¿Qué tendría que pasar para que se volviera comunidad, para que justo existiera en la comunidad un respeto evidente, un respeto de facto hacia los derechos, que existiera una identidad de parte de esta comunidad? Porque la percepción que tengo es que no hay, está en intento...

PARTICIPANTE 4: Pero sí hay intento, apenas está comenzando, los que estamos a la vanguardia somos los que estamos recibiendo golpes, los que picamos piedra somos los que más nos esforzamos, pero bueno. En los 80's, que yo recuerde, no te podías besar en la Zona Rosa

PARTICIPANTE 3: ¡Ni mucho menos que alguien te saliera a defender!
(RISAS)

PARTICIPANTE 1: Mira, en el 2000, afortunadamente, de hecho; esta legislación en el D.F., ya se quitaron lo que son las faltas a la moral, ahora solo te pueden detener por el artículo 8 de lo que viene siendo la ley orgánica del D.F., pero tiene que haber un denunciante civil, un policía como tal no te puede detener.

PARTICIPANTE 4: ¿Un qué?

PARTICIPANTE 1: Un denunciante civil. Yo como civil, veo por ejemplo, a Saúl y a Hilario besarse; ¡ya los casé, hombre, ni modo! (RISAS)

PARTICIPANTE 5: ¡Y nos denuncia!, ¿no? (RISAS)

PARTICIPANTE 1: O sea, yo puedo decir: saben que para mí es algo molesto, ofensivo y lo puedo denunciar, pero claro está que yo llego allá, yo puedo denunciar a la persona que me está denunciado a mí por discriminación, ya que en este artículo que es el 182 en la segunda sección en la parte de la Bis constitucional, establece que cualquier personas, cualquier funcionario público que te discrimine y que te haga a un lado o te trate de hacer daño por solamente ser homosexual, por que es un ... hacia judíos, raza, genero, religión, o sea, es un articulo que abarca realmente todo lo que es la discriminación, establece que a un policía lo puedes denunciar, queda encarcelado, pierde su trabajo y paga lo que vienen siendo una multa.

MODERADOR: ¿Por qué la discriminación?, estamos hablando de un México nuevo, de un nuevo país.

PARTICIPANTE 1: Porque habría que ponerles el cerebro a la mitad.

MODERADOR: ¿Cómo? (RISAS)

PARTICIPANTE 3: Yo creo que es un poco falso lo de volviendo tu vista a lo de las demandas de la comunidad. Nos fuimos, bueno, la gente que enarbola ahora lo que podría ser la defensa de los derechos de los homosexuales, como que desvirtuó lo que significa tolerancia y lo que significa aceptación. La gente de los 80's, nunca exigimos tolerancia, o sea siempre pedimos aceptación y yo creo que es ahí poco donde justamente, es falsa la aceptación de la homosexualidad en México y falsa porque nadamás es en las grandes ciudades y entre comillas.

MODERADOR: ¿Somos todavía muy mochos?

PARTICIPANTE 1: Pero es que solamente en las grandes ciudades te puedes decir gay, o sea no puedes hablar de una persona que vive, por ejemplo, ¿Qué te gusta? Zacatlán de las Manzanas, una persona que vive allá va a decirle a todos: oye soy gay; y me catalogan gay por el solo hecho de con quien me acuesto; porque yo considero que es un etiqueta, no creo que exista la preparación adecuada todavía; si en la ciudad de México que es la ciudad más cosmopolita de todo el país, de toda Latinoamérica tenemos discriminación, y la verdad es que la mayor discriminación que tenemos como gente gay no es de la gente heterosexual, sino es de la gente gay.

PARTICIPANTE 3: Es justamente lo que decías, es falsa esa de que la homosexualidad ya está aceptada porque no, si como tú dices, si el gay, del pueblo que dijiste no le importara venirse a ir a una ciudad grande para vivir su... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 1: Mucha gente gay ha emigrado a las ciudades grandes porque la ciudad te da el anonimato, o sea, son tantas gentes, tantas hormigas que en realidad una mas una menos vale, pero de verdad, la mayor discriminación que tenemos es de la comunidad gay. La comunidad gay, o sea, ¿cómo le dicen a la gente que liga en el metro? Metrera,...

PARTICIPANTES: Metrera

PARTICIPANTE 1: ... y la que liga en la Alameda, alamedera; aún en los mismos antros de la Zona Rosa, antrera (RISAS)

PARTICIPANTE 5: locas, vestidas, etcétera

PARTICIPANTE 1: Pero, si tenemos división dentro de los antros

PARTICIPANTE 4: Y los leather no duden ver a las vestidas

PARTICIPANTE 1: Y donde aún así tenemos lo que son los antros fashion, los antros medios que son algo así como la Gaita y lo peorcito

PARTICIPANTE 4: que es como...

PARTICIPANTE 1: como Cabaretito (RISAS)

PARTICIPANTE 3: Yo creo que viene esto un poco a tratar de enfocar al homosexual como que nadamás es diversión, o como que nadamás estamos dentro del ghetto, y no es cierto, o sea, los homosexuales no todos vamos a estar en el ghetto y no todos son los que van a... por muy fashion o por muy, al tito, independientemente de eso eres homosexual.

PARTICIPANTE 1: Pero por supuesto, y eso es algo que no se va a quitar

MODERADOR: Haber, vamos a dejar hablar a Saúl

PARTICIPANTE 3: la discriminación venga de que el fashion esté haciéndole el feo al otro

PARTICIPANTE 1: Nooo

PARTICIPANTE 3: De la discriminación sexual es de lo que vendría la discriminación de clase.

PARTICIPANTE 1: Mira, yo te lo puedo asegurar

PARTICIPANTE 5: Es que mucho de la discriminación, precisamente hace que no seamos comunidad, que en vez de comunidad seamos puros grupos de leather, que si las vestidas, que si las locas, que si demás; quesque cuando tratamos de que nos defiendan, cuando nos defiendan, ahora si que ahí estamos buscando haber quién nos defiende, y desgraciadamente es por eso que no hay esa comunidad

MODERADOR: Fíjate, eso sí lo entiendo, pero la parte de la discriminación de afuera, o sea, este discursos del mexicano, del macho, del heterosexual, ¿cómo ven esa discriminación?

PARTICIPANTE 1: Eh, muchos machos también dentro del estado (RISAS)

PARTICIPANTE 5: Porque es un problema educacional, más de generación de generaciones atrás en donde pues el hombre era el que tenía que jugar con carritos y las mujeres con muñequitas y el hombre que jugaba con muñequitas pues era puto, entonces, pues afortunadamente ha habido cambios o habido gente que se ha atrevido a decir: no pues a mí me gusta jugar con muñecas y ha habido otros que: no pues a mí me gusta vestirme de mujer y, entonces, ya la cosa como que no cuadra en las generaciones. Afortunadamente, digo, el Internet nos ha beneficiado en algunas cosas y en otras no, digo, ¿en qué sentido? que quiero hacer unas páginas porno, ¿quien sabe en que benefician? Pero bueno, que haya un libertad ¿no?, si quieres las ves si

quieres no las ves; ahora por ejemplo que dicen: no, que los candados para que los niños no vean, es más no los van a ver ahí, los van a ver en el Internet de la esquina (RISAS), digo, ya no es posible, digo los padres que quieran detener una expresión sexual, cuando ahora los hijos sino compran la revista pues comprar la película y se van a la casa del amigo ¿no?, pues ¡qué padre!

MODERADOR: Entonces, ahí tengo claro esto: no existe, intenta existir la comunidad, hay una serie de factores, sin embargo estamos aquí, manifestándose. Les decía la marcha...

PARTICIPANTE 4: Ahí estamos todos, bueno, por lo menos ahí

PARTICIPANTE 1: Hay algunos que se quedan en las banquetas, pero... (RISAS) ya es parte del juego...es divertido.

MODERADOR: Acabas de hablar de Internet, ahora vamos a pasar a otro, a ir llegando hacia la cuestión que nos interesa, hacia la cuestión de los medios. Me gustaría que ustedes evaluaran los medios en México ¿cómo son?, ¿qué tipo de libertad tienen?, ¿si dentro de los medios se permita hablar de los temas gays?, si no, ¿hay credibilidad, no hay credibilidad?, así en general, ¿qué opinan de los medios de comunicación en este país?

PARTICIPANTE 1: Es que para lograr que un medio puede hacer entender a los demás qué es la comunidad, qué es la gente gay, ya no qué es la comunidad, qué es ser gay; estaría muy difícil, estaría muy difícil porque tendría que ser un canal en específico para eso, para abarcar todo lo grandes que es esto porque no es; por ejemplo Diálogos en Confianza, que es un muy buen programa en el 11 aborda este tema, pero la verdad, es que cuando llega a abordarlo y lo llego a ver es así de: les faltó, o sea, les faltó porque yo lo veo desde el otro punto de vista ¿no?, yo soy gay y vivo como gay y digo: les faltó esto.

MODERADOR: Y luego que ya lo redujeron de horario ¿no?, entonces dura...

PARTICIPANTE 5: No, ya lo... a las diez y media...

MODERADOR: Pero duraba menos

PARTICIPANTE 5: ... ah, lo redujeron media hora

MODERADOR: Duraba como dos horas, si, si.

PARTICIPANTE 1: Y luego por ejemplo, ay, había otro canal muy bueno, que era el canal 40, también tenía temas interesantes ahora, de repente ya no encuentras nada bueno que ver en televisión; en la radio tal vez encuentras cosas interesantes, a veces no.

PARTICIPANTE 3: Yo creo que, en términos generales así como tú lo planteas, los medios de información aquí en México, yo creo que siempre están, en general, afortunadamente hay excepciones, siempre están manejando la

imagen es cuestiones de la homosexualidad como el estereotipo, o sea, el estereotipo gay, o sea, el mesero, o el estilista o el artista, pues mis respetos a Televisa (RISAS) y esta profesión, pero yo creo que viene un poco a desvirtuar realmente, no porque si un conductor serio de un programa... De la Torre...

PARTICIPANTE 5: Javier Alatorre, Javier Alatorre

PARTICIPANTE 3: ...si él, realmente fuera un conductor que se manejara como gay, siento yo que les daría en la torre a toda es bola de... los que están atrás de él ¿no?, o sea, atrás de él en el sentido de desvirtuar el chisme, este, lo plástico, ¿no?, la basura, que con sus excepciones, también Javier Alatorre no me cae bien como locutor pues, pero sale de todo esto. Y podemos ir hablando así, yo creo que en cuestiones de programas siempre ha habido, a excepción de programas que de vez en cuando salían en el 40 y en el 11 donde de alguna y otra manera, es la imagen del homosexual, pero, de arquitecto, escrito, periodista, albañil, pero siempre situándonos dentro de la sociedad, no así el chistosito o el...

MODERADOR: Si, si, si

PARTICIPANTE 1: Pero en los medios ha habido también gays interesantes, por ejemplo en la telenovela de Mirada de Mujer...

PARTICIPANTE 4: ¿En la uno o en la dos?

PARTICIPANTE 1: ... sacaron a un gay interesante, ah, La Vida en el Espejo, cierto...

PARTICIPANTE 5: el único digno, digamos

PARTICIPANTE 1: Es el único, o sea, no de hecho también Oscar de la O, el de la O, también del 13, hizo un gay interesante en una novela que se llamaba Hombres; una loca pero pues existe

PARTICIPANTE 4: Es que no tenía pareja, no tenía pareja

PARTICIPANTE 3: Siempre neurótico, chillón

PARTICIPANTE 1: Es que por eso estábamos dentro de las enfermedades diactales,

PARTICIPANTE 3: RISAS

PARTICIPANTE 1: Por eso...

PARTICIPANTE 3: No, pero ya nos sacaron de ahí,

PARTICIPANTE 1: Claro, pero eso fue porque la neurosis del gay era por la persecución. (RISAS)

MODERADOR: ¿Por qué no ves la tele?,

PARTICIPANTE 4: Porque no tengo tele (RISAS)

MODERADOR: ¿No tienes porque no la has podido comprar o se te descompuso, se te calló o por que no te gusta ver la tele?

PARTICIPANTE 4: Porque no la he podido comprar, pero sí me gusta ver, cuando vivía en Morelia, paso poco tiempo con mi familia, allá veían televisión por cable, y veía por cable el 11 y el 22 y el 22 sí sacaba programas interesantes, aparte de los programas culturales y todo eso, sacaba programas acerca de gente gay, o sacaba, como en Diálogos en Confianza es muy respetable y todo, pero siempre nos saca así como en análisis, como en laboratorio, a mí me gustaría ver como Queer as Folk o como otras series

PARTICIPANTES: RISAS Y MURMULLO

PARTICIPANTE 5: Si ves que apenas hay apertura...

PARTICIPANTE 1: Fíjate que saliera un tipo diciendo que en el preparatoria ya se tiró a media preparatoria, oye nooo.

MODERADOR: Pero el gobierno sí puede permitir eso ¿no?

PARTICIPANTE 1: Ah, no pero lo que pasa es que realmente son mujeres, son mujeres...

PARTICIPANTE 3: Ahí se ejerce parte de la discriminación

PARTICIPANTES: No, sí pero es que no puedes discriminar

PARTICIPANTE 3: Por ejemplo, yo no sé si aún todavía exista esa ley no escrito en Televisa; estaba eso de que: el día que sepan que eres gay, ese día te despiden de televisa y eso duró mucho tiempo

PARTICIPANTE 5: Sí

PARTICIPANTE 3: No sé si todavía siga

PARTICIPANTE 5: A lo que voy, primero ver, quiénes son los dueños de comunicación...

PARTICIPANTE 1: Sí, un gay

PARTICIPANTE 5: ... Quiénes son los dueños de comunicación escrita, televisión, revistas, parte de ahí le pueden y cuál sería le van a dar ese enfoque o limitar, limitar en cuanto a noticias y ya que existen los gay o qué, pues vamos a hacerles un programa como el de Diseñador ambos sexos, donde eres como...

PARTICIPANTE 1: Era una loca

MODERADOR: Haber vamos a dejar hablar a Hilario, ¿cómo ves la radio?, tú dijiste que te gusta la radio

PARTICIPANTE 2: La radio es importante y me encanta porque a veces escucho a Maxine, y habla acerca de situaciones y es respetable esta señora porque se dirige a las personas del ambiente gay con respeto y nunca he escuchado alguna mala referencia de la comunidad gay

PARTICIPANTE 3: No, y si ella dijera todo lo que sabe...

PARTICIPANTE 2: Yo he escuchado...

PARTICIPANTES: RISAS

PARTICIPANTE 2: ... e incluso en cable, también sale ella y ya se ve y ay, wow, es lo más maravilloso, me cae bien, se expresa bien acerca de la comunidad gay y nunca he oído un comentario en contra de; a veces cuando no puede ir quizás más allá de, lo único que dice: pues todo mi respeto a esta comunidad, con todo el respeto. En otros aspectos, otros programas en radio no he escuchado, en el aspecto de esta Maxine, no sé qué tenga pero es una mujer talentosa y que mezcla no sólo chisme, sino que también mezcla cultura, mezcla clases sociales y también respeta mucho.

PARTICIPANTE 3: De hecho su equipo de trabajo parece que son puros gays

PARTICIPANTE 2: Si

PARTICIPANTE 3: A lo que yo hablo es justamente eso, hay buenos programas ¿no?, y creo que, bueno no sé realmente cuáles sean sus preferencias pero por ejemplo, yo he sabido de programas; no lo escuche, de locutores que hablaban; no sé si todavía sigan de programas gay; pero por ejemplo hace tres o cuatro años... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 1: Viernes gay ¿no? El de Rene

PARTICIPANTE 3: ... que iba igual de la pura trivialidad, pura plasticidad ¿no? Pero si, ahorita no sé realmente, pero por ejemplo está una Patricia Kelly, que habla de sexualidad y tiene unos respetos, o sea mis respetos por como gente que sabe sobre sexualidad y más sobre de derechos y comportamiento homosexual y, bueno había otra personas en Radio Educación, Emilio Eregendi que hablaba abiertamente sobre homosexualidad. El nunca se dijo homosexual, no sé si era o no era.

PARTICIPANTE 4: Era casado

PARTICIPANTE 1: Eso no garantiza nada (RISAS)

PARTICIPANTE 3: A lo que quiero decir es de que yo en radio he escuchado a gente hablar sobre derechos sexuales y homosexuales que hasta donde yo sé no son del ambiente

MODERADOR: En televisión, ¿no sucede así?, si comparamos televisión contra radio, ¿Qué ventajas, desventajas tienen para hablar de...?

PARTICIPANTE 5: Porque creo desgraciadamente no se que les corten o algo, por el lenguaje, o sea todavía decir en televisa: pene, vagina; imagínense, o sea, todavía. Hace poco estaba oyendo en el radio que como a las, en el programa de la mañana del 2 que estaba Andrea Legarreta, estaban sacando algo de juguetes sexuales y en la radio estaba oyendo, después el comentario que como a esa hora estaban sacando ese tipo de cosas y los niños podían ver; ¡señores!, es por ahí donde la educación empieza porque después empiezan con los mitos, con las falsas informaciones y después vienen enfermedades, embarazos...

MODERADOR: Para estas temáticas, ¿televisión o radio?

PARTICIPANTE 1: Eh, pues mira, la televisión también ha tenido personajes muy interesantes para esto, Lolita Ayala, por ejemplo;

PARTICIPANTE 3: ¿Lolita Ayala?

PARTICIPANTE 1: Si hablar, no habla de sexualidad como tal, pero al menos le da un espacio a la marcha del orgullo lésbico-gay y es un espacio más largo que el que pasa con López Doriga, que dice: 20 mil jotitas reunidas, ¿no?, y punto; o sea también lo dan muy breve. Algo que tú podías ver de la marcha en el 40, en las noticias del 40 que incluso había veces que dedicaban casi todas las noticias para la marcha...

MODERADOR: ¿Antes de Proyecto 40?

PARTICIPANTE 1: ... Antes de Proyecto 40, cuando todavía 40 valía la pena...

PARTICIPANTE 5: Era Ciro Gómez Leyva

PARTICIPANTES: Era CNI ¿no?

PARTICIPANTE 1: ... Y Lolita Ayala le da un buen espacio y habla sobre de ello, habla sobre respeto, es una persona que realmente está involucrada no solamente en el apoyo hacia animales, mujeres con cáncer sino en muchos otros sentidos, hacia el apoyo de evitar discriminación y demás.

PARTICIPANTE 3: Yo creo que en este sentido, tan todavía está tan discriminada la palabra homosexual o está tan negada que la gente salga del clóset que, obviamente, todos sabemos que los ejecutivos de televisa y tv azteca, tienen por ahí uno; sino ellos, tienen uno o dos familiares que son gays

PARTICIPANTE 5: O ellos (RISAS)

PARTICIPANTE 3: Pero no hay realmente un programa o un comentarista que hable realmente de nuestras inquietudes, como...

PARTICIPANTE 5: Porque desgraciadamente, como es el canal 2, el canal de la familia, ¿cómo van a aceptar gente gay?, o sea, es ir en contra de su ideología, de lo que han creado ellos, si se supone que es para reunir a la familia: el papá, la mamá... y cómo van a reunir a dos par de jotos, oye (RISAS), es ahí lo que muchos de ellos, imagínate que de repente se empiecen a salir del closet actores o conductores; sabes que, a la calle (CHASQUIDO DE DEDOS).

PARTICIPANTE 1: Pero es que también somos familias

PARTICIPANTE 5: O.k., lo entiendo de ese lado, pero es que... Pero es que...

PARTICIPANTE 3: Pero no la familia que ellos quieren sacar a...

PARTICIPANTE 1: Sí, también tenemos hijos, son nuestros perros (RISAS)

PARTICIPANTE 5: Es que la concepción moralista en la que están ellos fundamentados o el pilar moralista no te va a aceptar una familia disfuncional...

PARTICIPANTE 1: ¿Es también cuando hablábamos de discriminación?

MODERADOR: Si, después de él ¿no?

PARTICIPANTE 1: Cuando hablábamos de discriminación, también es cierto que la discriminación viene por medio de los medios, ¿por qué?, porque nos ponen como las loquitas, la jotitas, como los tipos que traemos no sé... las camisas sin mangas y que caminamos como si nunca hubiéramos tenido columna vertebral y la verdad es que no y, precisamente, somos una familia, somos una familia que les guste o no existimos.

PARTICIPANTE 5: O.k., de ese punto de vista sí, pero los pilares en los que ellos están formados, o sea vamos a suponer desde el punto de vista de ellos cosa que no entre dentro de su círculo no va a entrar fácilmente.

PARTICIPANTE 1: Es que están formados así porque hemos permitido que estén formados así...

PARTICIPANTE 3: Justamente, porque no hay una comunidad

PARTICIPANTE 1: ¡Exacto!, porque cuando gente de México lo enfrentara, o sea, si el mexicano dejara de ver esas cosas tan tontas para utilizar la cabeza y decir: sabes que, ya tus programas moralistas ya no me satisfacen; ellos tendrían la obligación de cambiar, pero como ni nosotros lo exigimos ni ellos lo quieren dar las cosas siguen igual...

PARTICIPANTE 5: Pero es que mientras haya rating para esos programas

MODERADOR: Vamos a dejar... o.k.

PARTICIPANTE 4: Lo que yo quería decir es que sí hay un programa de radio específico para el intento de comunidad gay que se llama Triple G, que pasa los martes, pasaba los martes hasta hace muy poco tiempo y eran dos horas y era en un canal de televisa que es XEW, W Radio, y hablaban ahí abier... y era de...

PARTICIPANTE 5: de 9 a 11 ¿no?

PARTICIPANTE 4: ... de 11, de 10 a 12 de la noche, los martes y ahí sí se hablaba abiertamente y se decían esas palabras...

MODERADOR: A eso me refiero, sí en la televisión abierta ¿se puede hablar de un programa con contenido?, ¿si es factible en este tipo de sociedad? Porque me dices que hay específicamente uno en la radio...

PARTICIPANTE 1: De hecho hay un canal

MODERADOR: ¿Por qué si en radio y por qué no en televisión?

PARTICIPANTE 1: De hecho sí hay un canal...

PARTICIPANTE 4: ... y en televisa, no sé por qué, o sea, por qué Televisa sí permite en radio y no en televisión y ahora ya lo va a cambiar a los sábados ese programa y lo va a reducir...

PARTICIPANTE 5: que el presupuesto y...

MODERADOR: entonces, ¿en radio sí se puede hablar y en televisión no?

PARTICIPANTES: Sí, por que...

PARTICIPANTE 1: de hecho, hay en televisión un canal gay para los mexicanos, pero lo trae televisa para Sky, pero es un canal gay, o sea, habla sobre temática gay, los conductores son gays, te hablan de chismes gay. Encuentras por ejemplo, La Roña que está saliendo ahorita en el 4 que, aunque es otro estereotipo de la comunidad, es muy divertida porque es una draga...

PARTICIPANTE 3: pues en parte ¿no?, somos chistositos

MODERADOR: pero, ¿por qué en radio sí y en tele no?

PARTICIPANTE 3: yo creo que es parte de la abertura, ¿no? es bueno, les doy permiso en radio porque finalmente de 10 a 12 en la XEW, quién los va a escuchar, pero es... (RISAS)

PARTICIPANTE 4: hablaba mucha gente heterosexual, llegaban a hablar niños también.

PARTICIPANTE 3: los programas de Patricia Kelly, también eran en la noche y hasta donde yo sé, sí tenía mucha... pues es que la gente está ávida de este tipo de programas alternativos, de temas que de alguna u otra manera nos interesa ¿no?

PARTICIPANTE 1: pero de verdad, ¿a cuánta gente le llega la tele y a cuánta gente le llega el radio?

MODERADOR: ¿Será una desventaja?

PARTICIPANTE 1: es una desventaja para la radio porque mucha gente es visual no es auditiva, entonces la mayoría de la gente en México es visual, prefiere ver movimiento aunque no entienda nada y claro...

PARTICIPANTE 3: la gente escucha mas radio, este, prefiere ver tele y ahí me voy a ver un poco elitista, pero la comunidad si ve más tele que escucha radio.

PARTICIPANTE 1: no, de hecho... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 5: porque hay determinados, creo horarios en donde el raiting se compara qué es lo que jala más si el radio o la tele; en este caso tele, yo creo que a ellos, digo, voy en el aspecto de moral, que no lo pueden pasar porque les va a llegar infinidad de llamadas telefónicas: que por qué llegan a pasar ese programa de degenerados, que por qué llegan a pasar esto, que por qué llegan a pasar lo otro y simplemente, desgraciadamente, no sé qué tanto, en este caso gobernación, qué tanto permita este tipo de programas en tele. En radio, pues como que sí la veo.

PARTICIPANTE 3: No, yo creo que no es tanto eso ¿no?, yo a lo que me refiero es de que bueno, yo creo que un programa serio, o sea no se sienta aburrido, sino serio, contenido, o sea que hable de nuestra sexualidad porque la sexualidad gay es muy diferente a la sexualidad heterosexual, o sea nuestra sexualidad nosotros la tenemos que ir a...; o sea si los heterosexuales la tienen que ir aprendiendo en el camino con libros e imágenes, uno que otro consejo del cuate o sea, nosotros la tenemos que ir aprendiendo a escondidas, solos, de alguna u otra manera no hay algo que oriente a la gente a saber de nuestra sexualidad ¿no? o sea para saber qué es el ano, por ejemplo; bueno, entonces de alguna y otra manera yo creo que un programa serio que hable sobre sexualidad, sobre el amor, sobre nuestros comportamientos, nuestros sentimientos, cómo enfrentar el rechazo, cómo enfrentar la homofobia sutil, la homofobia agresiva; o sea yo creo que eso sí le daría miedo a los dueños comunicación, cuando una persona seria, responsable; bueno que tenga la característica de Javier...

PARTICIPANTE 4: Alatorre

PARTICIPANTE 3: ... De la torre, hablando de estos temas yo creo que ahí es en donde la gente... ¡imagínate es como que lo más..., todo mundo sabe que es gay y nunca...!

PARTICIPANTE 4: él nunca lo ha dicho

PARTICIPANTE 3: nunca lo ha dicho, no ha tocado el tema, además.

PARTICIPANTE 5: imagínate en la tele diciendo: relaciones sexuales anales, ¡ay, todo mundo dice!: ¡ay es un degenerere!

PARTICIPANTE 3: ¿no sé si esto lo pasen en la radio?

PARTICIPANTE 4: si, todavía lo pasan...

PARTICIPANTE 3: ah, fíjate, o sea qué bueno.

PARTICIPANTE 4: a ha, e incluso ellos mismos, los conductores son gays, son gays ellos

PARTICIPANTE 1: aash, (RISAS)

PARTICIPANTE 5: e inclusive hace unos años había un programa gay, pero pues así como que no era de muy buena calidad, era Media Noche en Babilonia con Tito Vasconcelos, lo llegué a escuchar algún tiempo, no era de mi gracia porque para mí no me caía bien el señor por sus ideas...

PARTICIPANTE 3: fue alternativo, en su época fue alternativo

PARTICIPANTES: si,

PARTICIPANTE 1: de hecho, fue en su época, pero de hecho ahorita en Internet, bueno no sé si se le pueda llamar radio a programas que hay Internet, hay un programa que se llama Pink Radio y es muy bueno, y de hecho también...

PARTICIPANTE 3: ¿de quién es, de Tito?

PARTICIPANTE 1: No, no, no es de Tito Vasconcelos, por eso es bueno (RISAS) es muy bueno, lo encuentras en radio en lo que viene siendo para la comunidad gay, pones www.pinkradio.com

MODERADOR: y ¿de dónde será?

PARTICIPANTE 1: bueno, no estoy muy bien enterado de dónde es pero si es de la comunidad... es de México

MODERADOR: Porque esa es otra cuestión, está la radio, está la televisión

PARTICIPANTE 5: Internet

MODERADOR: Internet ¿no?, tú hablabas hace un momento de Internet

PARTICIPANTE 2: Internet, también

MODERADOR: ¿qué quisiste decir? Te interrumpo

PARTICIPANTE 2: no pues sí, porque en realidad ahí también puedes bajar información, incluso eso de la, hablar acerca de que no se podía hablar; creo que había tres formas de conseguir información, ahora ya está el Internet; y en cuanto a muchas cosas ¿no? y yo oía que hablaban de discriminación hace un momento. Mira la discriminación es en sí de quien la toma. Yo por ejemplo, voy en la calle y me dicen: puto. Si yo soy una persona que le va hacer caso a una persona tonta, ignorante y que no sabe ni qué es eso y yo le hago caso, yo estoy peor que él, definitivamente, en primera y en segunda yo como persona me voy a dar a respetar tal y como soy; a mi en mi trabajo, por ejemplo, me dice: ay, este oyes Hilario, es que tu se me hace que... si lo soy o no es mi vida personal, en primer lugar, en segundo lugar yo ejerzo mi profesión con respeto y no involucro una vida personal o sexual, personal y en profesión es muy diferente; no que es que te debes de aprovechar, mira...

PARTICIPANTE 4: de aprovechar, ¿de los pacientes?

PARTICIPANTE 2: ... exacto; entonces sí tu lo haces, adelante pero yo no ¿por qué? porque yo lo veo con profesionalismo y con respeto, sobre todo con respeto, porque muchos creemos que porque tú eres estilista le puedes acariciar la cabeza al señor ¿no? o porque tú eres médico le agarras el glande, el prepucio a un hombre, el pene y el hombre bien dejado ¿no?, o sea, nada que ver, o sea; en cuanto a respeto y en cuanto a lo que es discriminación, la discriminación siempre la va a haber y la ha habido porque estamos en un país pequeñísimo en información, pequeñísimo en muchos aspectos , y si hablamos de información y si hablamos acerca de lo que es la discriminación, la discriminación la vas a encontrar en todos lados incluso en tu propia familia.

PARTICIPANTE 1: pero si supiéramos bien las palabras con las que nos discriminan no nos dolería tanto

PARTICIPANTE 2: Exacto

PARTICIPANTE 1: Porque si supiéramos por ejemplo que el joto viene de los tipos que algunos en algún tiempo estaban encerrados en Lecumberri, en la crujía J y que ahí encerraban a toda la gente gay porque en ese tiempo sí era un delito, de ahí salió que la gente de la crujía J eran los jotos. Si te dicen joto... yo nunca estuve ahí (RISAS)...

PARTICIPANTE 4: una señora la invitaron al programa ese que te estoy contando, así a hablar...

MODERADOR: ¿en triple g?

PARTICIPANTE 4: ¿eh? Si en triple G, y le dijo un tipo: oiga señora, si usted tuvo un hijo joto, ¿por qué no volvió a tener otro hijo? (RISAS)

MODERADOR: hablando de... ¿i.e. otros programas hay?

PARTICIPANTE 5: hay uno en general de sexualidad, Anabel Ochoa, digo mis respetos, habla muy bien, aclara dudas, incluye a la comunidad gay; claro, no es exclusivamente de la comunidad, habla sobre sexualidad

PARTICIPANTE 3: habla con respeto a la...

PARTICIPANTE 1: si lo hay, no como lo dije, pero bueno

PARTICIPANTE 4: poco si ha de haber, poco pero hay

PARTICIPANTE 1: hace años salió en, me parece que era en el 99.5 en la radio, durante 24 horas, hablando de pura sexualidad en un programa. Hubo un maratón, de hecho, me tocó escuchar como una tipa llamó y se masturbó, lo cual se me hizo encantador; aunque no me excitan las mujeres que dicha que ella pueda disfrutar de su sexualidad de ese modo, aunque un poco voyeurista yo también, verdad; pero...

MODERADOR: en este sentido, sí me está quedando claro que si en radio se puede transmitir esto ¿no?, ¿qué será?, ¿qué tendrá el medio radio para que...?

PARTICIPANTES: porque no lo ves (**CONSENSO**)

PARTICIPANTE 1: porque no lo ves, no tienes ese ataque visual y auditivo, entonces, es más probable; la gente oye y no escucha y eso está comprobado; y la gente que trabaja en radio lo sabe. Saben que los programas inteligentes tienen muy poca gente porque hay muy poca gente que se detiene a escuchar. Lo que pasa escuchándose todo el día, no sé, Pásame la botella o algo así. La gente cuando se detiene a escuchar realmente la radio es porque encuentra un programa que vale la pena.

MODERADOR: muy bien, entonces, está Patricia Kelly, Anabel Ochoa, Triple G, eh...

PARTICIPANTE 4: Diálogos, ah bueno... ¿de radio?

MODERADOR: No, no en general, haber de radio ya dijimos Triple G, de radio qué mas, en radio en Internet, Maxine, ¿qué más en radio?

PARTICIPANTE 1: GI Radio, Radio Gay México que también es de Internet,

MODERADOR: ¿lo han oído?, en televisión

PARTICIPANTE 5: Diálogos en Confianza, la verdad porque creo que, desgraciadamente, por el tiempo, por lo que quieren, por la lucha que ha dado; el tiempo es muy reducido pero creo que sí es un buen programa y aborda los temas; digo que sí les hace falta mucho; un tema da para un programa como de 5 o 6 horas ¿no?

PARTICIPANTE 3: pero diálogos en confianza no es...

MODERADOR: exclusivamente íntimo

PARTICIPANTES: No, no.

PARTICIPANTE 1: es que pueden abordarlo, hay programas como el Show del insomnio que cuando van sobre la cama hablan sobre sexo y sobre demás, o sea y...

MODERADOR: ¿tú decías algo Raúl?

PARTICIPANTE 4: el noticiero de Lolita Ayala...

MODERADOR: aquí habría que diferenciar...

PARTICIPANTE 4: ...pero son puros inclusiones

MODERADOR: inclusiones...

PARTICIPANTE 2: pero incluye

MODERADOR: incluye, pero no hay exclusivamente para...

PARTICIPANTES: No

MODERADOR: y si en radio

PARTICIPANTES: y si en radio, es obvio

PARTICIPANTE 4: y los locutores son.

MODERADOR: ¿ustedes cuáles escuchan? vamos a enfocarnos a radio, ¿cuál escuchan?, porque una cosa es decir: yo creo que por ahí o creo en Radio Educación; ¿Qué escuchan de programas de radio que traten la temática gay o dedicados?

PARTICIPANTE 3: o sea, por ejemplo, yo me enfoco más la estación no a los programas. En determinada hora escucho Radio Educación en el transcurso de la mañana y hay locutores o temas que hablan sobre sexualidad y sobre homosexualidad; básicamente cuestiones de mujer y...

MODERADOR: Radio Educación de ahí los programas

PARTICIPANTE 3: de ahí los programas

MODERADOR: ¿tendrás algún programa favorito en otra estación?

PARTICIPANTE 3: en Radio UNAM escucho el programa, a media noche, no recuerdo cómo se llama, pero también hablan sobre sexualidad y toca el tema homosexual, hasta donde yo sé el locutor no...

MODERADOR: ¿algún programa comercial?, no sé Hoy con Mariano...

PARTICIPANTE 3: no, bueno igual en la XEW a Patricia Kelly

MODERADOR: ¿qué estación es esa?

PARTICIPANTE: parece que es el 1260

PARTICIPANTE 5: escucho más a Anabel Ochoa y la escucho en lo que es la retransmisión de las 12 de la noche en adelante...

MODERADOR: a las tres de la mañana

PARTICIPANTE 5: a las tres de la mañana, sí

MODERADOR: ¿y otro?

PARTICIPANTE 5: bueno, el de Triple G, lo escuchaba pero luego a veces, por andar en otros asuntos (RISAS) ya no, lo deje de escuchar, pero al principio sí; dije: bueno, qué milagro que Televisa, bueno en radio, ya mínimo ha puesto esta opción ¿no?

PARTICIPANTE 3: ¿quiénes son los locutores?

PARTICIPANTE: Renato Henkel y Sergio... Eduardo Iniesta; a veces bastante pasaditos

MODERADOR: ¿alguna estación...?

PARTICIPANTE 4: pero bueno.

MODERADOR: ... comercial,

PARTICIPANTE 5: comercial...

MODERADOR: ¿que te guste escuchar?

PARTICIPANTE 5: digo qué, ¿respecto a...?

MODERADOR: sí, cualquiera

PARTICIPANTE 5: pues las de música

MODERADOR: ¿cuál?

PARTICIPANTE 5: ¿qué?... la de Huevos...

PARTICIPANTE 1: Digital 99.

PARTICIPANTE 2: Stereo Joya y luego el de la Z, de los adoloridos, ese programa me gusta oírlo, me da risa a veces, pero a veces son cosas muy interesantes, o sea, dirían por ahí: no, pues yo con mis problemas y luego más problemas oyendo ahí; pero no, te distrae un poco de tu rutina, a mí me distrae porque a esa hora me estoy bañando y estoy oyendo la Z, 11 de la noche... los adoloridos...y yo dije: hay que dolor... (RISAS)

PARTICIPANTE 1: no es el jabón son las lagrimas (RISAS)

PARTICIPANTE 2: y ya escucho y hay cosas que en realidad yo me; me gusta porque también luego hablan gays, lesbianas, ¿sí?, o sea, por ejemplo que, sufrí de que mi pareja me dejó, por ejemplo, y dices: qué interesante que estos por lo menos escuchan la radio; y dices: ah, no soy el único dejado (RISAS), o sea en ese aspecto, y ese programa el de 91 punto... 93.5 que es este ¿puro amor? La hora de... puro amor; Luis Miguel, pura música romántica, comerciales.

MODERADOR: en Stereo Joya ¿escuchas algún programa en específico?

PARTICIPANTE 2: este no, radio. El que más escucho es el que te digo porque a esa hora llego y me meto a bañar pero pongo la radio.

MODERADOR: Programas comerciales...

PARTICIPANTE 5: más bien estaciones. Escucho lo que es Beat, Stereo 100, Mix FM que es 106, Alfa; digo es lo más usual en música.

MODERADOR: me contabas que no te habías comprado la tele, ¿qué programas con temáticas, ya me dijiste que escuchas Triple G, pero además qué otras estaciones o programas de radio escuchas?

PARTICIPANTE 4: bueno Triple G, porque no hay otra opción; pero programas específicos, ¿los nombres de los programas?

MODERADOR: si

PARTICIPANTE 4: hay uno que se llama Lecturas de desarrollo humano y otros géneros más, antes de eso una señora que se llama Rosa Argentina pero no sé cómo llama su programa; tiene una meditación y luego tiene también desarrollo humano y una astróloga antes de ese programa, que es psicóloga...

MODERADOR: ¿qué estación es?

PARTICIPANTE 4: Radio Centro 1030 y en Radio UNAM, en Radio Educación a unos hombres que son politólogos pero no sé cómo se llama el programa; que es Ricardo Ochoa..., Ricardo Rocha y Miguel Ángel Granados Chapa, creo que lo repiten en la noche, pero también, Javier Solórzano...

PARTICIPANTE 5: Javier Solórzano.

PARTICIPANTE 4: si, que hablan mucho de política

MODERADOR: pero son de izquierda ellos

PARTICIPANTE 4: si, y así como que yo me voy con esa finta, como de la izquierda...

MODERADOR: ¿radio comercial?

PARTICIPANTE 4:... pues nada más Radio Centro 1030

MODERADOR: no sé, stereo joya, esto de...

PARTICIPANTE 3: ¿no... hay ya estaciones que pasen música agradable? ¿no?

PARTICIPANTE 5: depende el género que prefieran

PARTICIPANTE 1: Madonna se respeta en cualquier momento (RISAS)

PARTICIPANTE 5: e incluso para todos los políticos

MODERADOR: ¿qué otros programas?

PARTICIPANTE 1: yo no escucho Triple G porque no tenía la conciencia ni si quiera de que existiera, nunca había escuchado sobre de él, voy a tratar de localizarlo. En la noche cuando estoy conectado a Internet lo que escucho es Pink Radio o alguna otra opción que me envíen mis amigos mediante el Chat, así de: sabes que esta estación está interesante. En la mañana casi siempre me despierto escuchando dos estaciones básicamente o tres, por mucho; ya sea bien Digital 99, Huevos; que me encanta la Chofas, tiene muy buena música, te pasa desde el horóscopo, te lee la película, del periódico, es una mujer muy interesante; una voz muy agradable, ponen buena música, también me pongo a oír lo son Los 40 principales y ya en el medio del día, si voy en el carro, tengo a escuchar lo que es Mix FM porque pues también me gusta, tienen muy buena música de los 80's y pues...

PARTICIPANTE 5: ochentas, noventas y...

PARTICIPANTE 1: sí, de hecho yo crecí con mis hermanas y la mitad de es música la conozco de pi a pa.

PARTICIPANTE 5: ahorita que dice, por ejemplo, de este programa de Huevos, en ocasión llamó un chavo que... estaba buscando pareja o amigos y demás, ¡no hombre!, le han llovido de llamadas a la fulana esta, de protesta, bueno, unas cuantas de apoyo y unas de protesta, que dijo: bueno, aquí yo no voy ni a crucificar ni a bendecir, aquí es un programa de libre expresión y tampoco voy a permitir que se le ofenda a la persona. Y dije: bueno, al menos ahí sí la chava se refirió...

PARTICIPANTE 3: ahorita que tocaste eso, hay un programa, no me acuerdo como se llama; pero has de cuenta que el locutor te conecta con otra persona, entonces, lo alcance a sintonizar y, era un chavo que quería darle serenata a su chavo, entonces, el locutor lo agarró a... o sea no supo que hacer y salió del aire, entonces cuando regresa, lo agarró a cotorreo; pero le dice el chavo: es en serio, o sea me terminó, quiero volver con él; y el locutor sacadísimo de onda porque no era el que: oye, pues regresa con él y mira que... Y ¿por qué terminaste? No, por que, no sé si el chavo se vistió de mujer o quería vestirse de mujer, entonces su pareja le dijo que no, que si se vestía de mujer lo terminaba y lo terminó; entonces el locutor no sabía qué hacer, no sabía qué hacer: o sea, es que mira... cuando logró conectarse con su pareja lo puso a cotorreo; le dice: no, mira se va a ver bien y...

MODERADOR: o sea los locutores no saben... si

PARTICIPANTE 3: esa relación; no saben, bueno en una relación heterosexual, hubiera aconsejado a la chava, al chavo como lo hacen... y no aquí no; no supo que actitud tomar ante esa situación.

PARTICIPANTE 1: y es que lo más curioso que eso siempre le pasa a un hombre, porque a mi me tocó escuchar también en Friends Connection, que también lo lleva Sofía; ahorita que recuerdo ese programa pasa en la noche; donde tú puedes ligar, conectarte y demás; ese fue el caso de un chavo que llamó porque andaba buscando novio, de hecho hablo un aventado que le dijo que sí, que si quería todo con el otro y se me hace muy bueno porque, de hecho, yo las veces que me he topado con ese tipo de información es que cuando a un hombre le toman ese tipo de circunstancias, le es más difícil, más complicado, ¿por qué?, porque hasta cierto punto todavía tiene el tabú de ser hombre...

MODERADOR: a pesar de que es un locutor preparado... (RISAS)

PARTICIPANTE 1: ... pero pues no es gay, entonces, el hecho de que en la mayoría de la gente heterosexual el hecho de ser hombre y no ser gay son cosas así como de que: o.k, yo entiendo, te respeto, pero... ¿qué te digo?, o sea ¿cómo te digo que eres audaz para comprender?...

PARTICIPANTE 3: capaz de comprender

PARTICIPANTE 1: ... exacto. Yo no puedo abrir la boca sin que digan: ay, mira a ese también la reversa le funciona, bueno... (RISAS)

PARTICIPANTE 2: aquí yo quería comentar algo: yo quiero creer que los locutores están muy bien preparados, no todos, pero a excepción de algunos como en el caso del conductor del programa de Los adoloridos, mis respetos para ese tipo, ¿Por qué? Porque ese tipo sabe cómo reaccionar ante estas circunstancias, no se qué sea, pero lo sabe hacer, incluso a la chava que habló que era lesbiana que veía posibilidades con otra chica; les habló muy bien, tan bien que llegaron a un acuerdo...

PARTICIPANTE 1: pero es que eran lesbianas... ¡exacto!

PARTICIPANTE 2: ... pero voy a eso...

PARTICIPANTE 1: apoya a una lesbiana, a una mujer y te va a funcionar exactamente el mismo porque tu como hombre puedes a una mujer aconsejarle sabiendo que es lesbiana, pero tú como mujer y escuchando una lesbiana públicamente entras en un grave conflicto, no toda la gente actúa igual...

PARTICIPANTE 2: o.k... pero yo también quiero llegar a esto: de que estaba yo bien parado, porque también no fue el único caso. Yo todas las noches lo oigo, porque te digo, llego a esa hora y me meto a bañar (RISAS), y entonces oí el programa; y no sólo han sido lesbianas, también han sido gays y créeme que me quedo...

MODERADOR: ¿si creen que están preparados los locutores, en general?...

PARTICIPANTE 4: yo puedo decir algo de eso. Yo hice el examen de locutor, cuando fui hacer... hay dos tipos de credenciales: si tienes secundaria te dan la B y si tienes preparatoria te dan la A, o sea con esos dos estudios te dan el examen, te dan unas, eso era en los 90's, te dan a estudiar la ley de...

MODERADOR: ¿de radio y televisión?

PARTICIPANTE 4: te dan la ley televisa, ahora; pero daban la ley anterior a estudiarla y todo lo demás lo tenías tú que aprender por tu cuenta. Te daban una guía para aprender a pronunciar idiomas: alemán, inglés, francés; que eran los más conocidos o que son los más comunes y luego te hacían preguntas de política, no sabías tú qué?, entonces tú tenías que aprenderte los nombres de los gobernadores, de los secretarios de estado, de los presidentes, etcétera; y luego acababa el examen y ellos mismos te decían: esta es una carrera como todas, les vamos a dar su título, pero ustedes tienen la obligación de prepararse en todos los aspectos porque van a ser locutores. Los que iban para cronistas de fútbol hacían (RISAS) exactamente el mismo examen... y los cronistas de fútbol no saben muchas cosas (RISAS)... o sea, es para todos, los que ya van preparados, los que llevan una cultura pues ya la tienen, los que no...

PARTICIPANTE 1: estoy seguro que no.

MODERADOR: entonces, para programas de radio los locutores ¿estarían o no estarían facultados?

PARTICIPANTE 3: Yo creo que en cuestiones de sexualidad, así en términos generales, más sobre homosexualidad, yo creo que no

PARTICIPANTES: No, no

PARTICIPANTE 1: yo creo que como un 70%. Yo creo que muchos locutores sí saben qué es la homosexualidad, utilizan lo que es el respeto, no anteponen

como una persona que esta exponiéndose en la radio, de un modo u otro eres una imagen, aunque no lo veas es una imagen. No puedes discriminar a alguien públicamente, ni puede hablar en contra de alguien públicamente, tiene que actuar de la manera más equitativa, de la manera más lógica y yo creo que eso lo hace una persona preparada; porque tienen que aprender a controlar y, aunque no tenga todas las respuestas está manejándose como el puede porque en realidad no conozco a alguien, fuera de un gay que sepa tratar a otro gay.

MODERADOR: Faltan aquí dos temas, ya entramos a la cuestión de los programas. Imagínense ustedes que nuestro compañero Erik, quiere lanzar un programa especializado, en temática gay, en una estación de radio pero no cualquier estación, una radio donde se escuche la gente, una radio de índole comercial: la XEW, Radio Joya, no sé, ¿cómo lo verían?

PARTICIPANTE 5: en primera yo tendría que ver a qué radiodifusora le puede permitir poner un programa de radio gay, porque no todas van a permitirte, empezando por ahí y qué temas vas a tratar, digo, porque si va a ser pura jotería pues que hago; tres semanas y... nomás no.

PARTICIPANTE 1: ah, no yo creo que ahorita la jotería duraría más en un programa...

PARTICIPANTE: si, si yo también creo...

PARTICIPANTE 3: de pura jotería te lo darían con la mano en la cintura y con todos los promocionales...

PARTICIPANTE 5: pero fíjate, pura jotería a qué se está reduciendo, a algo más banal, en cambio si fuera un programa serio ¿a qué gente vas a invitar?, digo, tendrías que tener diferentes secciones en programas: sabe que, esta semana de cultura, habría una exposición el tal museo, voy a dar dos pases dobles para quien me conteste esta pregunta y se los doy, a parte de cine gay, sabe que: se estrenó ésta en cartelera comercial...

MODERADOR: Cars ¿no? y algunas otras

PARTICIPANTE 5: por ejemplo ¿qué otra cosa?...

PARTICIPANTE 4: de VIH

PARTICIPANTE 5: hablar sobre VIH,

PARTICIPANTE 2: sobre infecciones de transmisión sexual

PARTICIPANTE 5: exacto, qué ONG's se pueden anunciar en tu programa. Saben qué, me hablo fulano de tal, está con este problema; puedes acudir a esta ONG, o sea que se vea un programa de radio que aporte algo, no que sea lo mismo...

PARTICIPANTE 2: aha.

PARTICIPANTE 1: pero yo creo que si tu quieres durar en la radio; es muy buena propuesta, estoy completamente de acuerdo que tendrías que mezclar las dos cosas.

PARTICIPANTE 2: si,

PARTICIPANTE 4: si, tener

PARTICIPANTE 2: si, tener variedad como dicen por allá

PARTICIPANTE 1: haber, para que pudieras tener un horario factible, tendrías que tener un buen programador de música, tomando en cuenta todos los gustos de la comunidad gay, o sea, que son fáciles y entendibles y son muy básicos, o sea, toda la gente gay, creo que escuchamos lo mismo. Tendrías que poner, hablar desde la nueva tendencia de tal, o ah, esto está de moda, pero también hablar de: ahorita hay una nueva exposición. Yo sugeriría que se pudieran mezclar los dos; porque la gente sí le hace falta cultura, actualmente,...

PARTICIPANTE 5: educación

PARTICIPANTE 1: ... mucha, mucha cultura, pero realmente si te pones hablarles de cultura los vas a tedar, entonces...

PARTICIPANTE 5: no se trata de que sea el programa intelectualoide del Distrito Federal, pero no caer en la joteria; por ejemplo el programa de Alfredo Palacio es una vil basura, y no sería eso porque te quemarías...

PARTICIPANTE 3: bueno, además él no se conduce como homosexual, el se conduce como heterosexual...

PARTICIPANTES: ... (RISAS), es quimera...

MODERADOR: ¿es factible, es posible, qué trabas tendría, qué posibilidades?

PARTICIPANTE 3: yo creo que la gente homosexual estamos como que, necesitamos programas serios, pero no aburrido, un tutti frutti; de chile, de mole y... por ejemplo, yo creo que sí es increíble, pero los chavitos de ahora no saben quién es Jean Janet, Salvador Novo, bueno... ya ni Monsivais, o sea ya, no es posible

PARTICIPANTE 4: ¿quién es Carlos Pellicer? (RISAS) En el Taller estaban dando unas platicas que se llaman Los Martes del Taller y un chavito que ahora está en la comunidad, no me acuerdo quién; estaba muy interesado en ayudarles a estos cuates y dijeron: vamos a hablar de Carlos Pellicer, y el chavito con toda su inocencia dijo: ¿quién es Carlos Pellicer? (RISAS)

PARTICIPANTE 3: pero pregúntales cuál es el último éxito de...

PARTICIPANTE 5: RBD... te lo contestan

PARTICIPANTE 3: el último paso de RBD o de Madonna (RISAS), no o sea, yo creo que mientras tu vayas viendo a los chavitos y de que, además no eres el único gay en el mundo cuando te comienzas a descubrir y no sabes si cortarte las venas o irte a metrear, entonces, si es necesario saber que no eres el único gay, o sea que hay otras alternativas, que te vas descubriendo. Como te decía hace rato, al ser homosexual lo tienes que descubrir por ti mismo, o sea tienes que aprender cómo ligar, cómo defenderte, a cómo si decides ser gay de clóset cómo ser de clóset; si decides ser abierto cómo ser abierto; o sea nadie de eso te enseña, lo vas aprendiendo en la calle. Entonces yo siento que hay algo que te va dando tips, que te va diciendo: sabes que no estás solo o que puedes ir a tal exposición para que veas que los homosexuales han existido en toda la historia o sea, que ni tus maestros ni tus padres te lo dicen; entonces yo siento que esa información en una estación de radio yo siento que si es necesario.

MODERADOR: entonces, ¿si sería factible?

PARTICIPANTES: si, si

PARTICIPANTE 1: si sería factible pero lo veo muy difícil

MODERADOR: ¿por qué?

PARTICIPANTE 1: permisos, horario, gente. Las trabas no te las estoy poniendo, yo soy muy realista, va a ser muy difícil, no es imposible porque imposible será morir y revivir, volver, pero si, pues va a ser muy difícil, ojala lo logre...

PARTICIPANTE 3: hay gente en la radio pensante. Necesita gente pensante como él.

PARTICIPANTE 1: pero es que todos necesitamos gente pensante, todos necesitamos gente que tenga valores, que sepa hacia donde va; pero el problema es muchas veces nuestra sociedad antepone sus ideales, antepone su comercio a ello y va a ser difícil, por eso digo: va ser difícil pero no imposible.

PARTICIPANTE 5: por eso era lo que te decía: a qué radiodifusora piensas ofrecerle tu producto porque no todas te van a ver con buenos ojos.

PARTICIPANTE 4: de hecho, habría que hacer una visita a todas

PARTICIPANTES: a todas

PARTICIPANTE 5: haber, cuál es chicle y pega.

PARTICIPANTE 1: si no, la mandas por Internet, hay mucha gente que tiene acceso a Internet y que realmente puedes ser una difusión, incluso, fuera de México, con que nadamás metan tu página, ingresen a ella. Entonces

realmente va a ser difícil pero no imposible y desacuerdo con algo que dijo... Manuel...

PARTICIPANTE: Manuel

PARTICIPANTE 1: ... no toda la gente gay joven somos tontos

PARTICIPANTE 3: no, no lo dije; si dije que todos los jóvenes eran...

PARTICIPANTE 1: que toda la nueva generación, no todos los jóvenes somos tontos...

PARTICIPANTE 5: a lo que se refiere es que de repente llega un niño de 16 años a una exposición y se va aburrir, llega a un concierto de RBD y va a estar feliz. No te digo que sean todos, es un porcentaje... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 1: es que ese es el problema, que realmente, no podemos seguir diciendo que toda la comunidad gay o es muy inteligente o es muy tonta (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 5: digo, no se trata de que sean inteligente o tontos, sino que, en cuanto a educación ves por dónde se están yendo: por más fácil o por lo que sea un poco más pensante (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 1: hay gente gay que tiene más tiempo de enseñarles, esa es nuestra responsabilidad. Yo cuando me acepté como gay veía a Francis en la televisión y decía: ¡por Dios, yo no me quiero vestir!, y tenía pavor de decir: mira, soy gay.

PARTICIPANTE 3: pero es la imagen que tienen

PARTICIPANTE 5: pero cuantos muchos no hay que sí quieren parecerse a Francis.

PARTICIPANTES: murmullos

PARTICIPANTE 1: pero afortunadamente en el camino me encontré gente que en lugar de llevarme, por ejemplo, a pelearme por la última talla chica de la camisa de Zara, me llevaban a una muy buena exposición, vamos; y aunque a mi me gustaba ya de por sí el arte, te soy honesto, cuando tenía 16, 17 años, 18 estás en una etapa muy moldeable, muy cambiante.

PARTICIPANTE 5: digo, afortunadamente, te encontraste con gente que tenía un poco más de educación y un poco más de cultura (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 3: entonces, ¿la radio podría sustituir a esa gente?, que le hace falta para orientarse...

PARTICIPANTE 1: yo creo que también, pero es nuestra responsabilidad, ya no podemos decir que el niño que se descubre como gay llega a la Zona Rosa

y encuentra a la mitad de todos quebrados, va a decir: ¡ah, Dios mío, voy a tener que ser quebrado! Y asume un papel que tal vez él no quiere y que cuando tenga 22, 25 años, entonces va a decir: sabes que es algo que no quería, voy a empezar a ser yo.

PARTICIPANTE 3: yo creo que, igual y no es tan así, o sea no me estoy refiriendo a los jóvenes homosexuales, yo pienso que en general a cualquier gente joven, no ven más allá del momento.

PARTICIPANTE 5: como los puede haber con educación como los puede haber sin educación así.

MODERADOR: haber, imaginemos tu programa, por ejemplo, ¿qué tipo de música se pondría?

PARTICIPANTE 5: ahora si que las llamadas son las que mandan, el público es el que manda: desde electrónico, ranchero...

PARTICIPANTE 2: pop

PARTICIPANTE 5: ... para mi novio le dedico ésta y puede ser...

PARTICIPANTE 3: no, yo pienso que puede ser alternativo, está bien que el público manda pero, bueno, si puedes poner una hora de... no sé....

PARTICIPANTE 5: no porque si no empiezas a imponer, entonces...

PARTICIPANTE 2: si

PARTICIPANTE 5:... entonces van a decir: este cuate pone lo que quiere, sabes que, no lo oigas

PARTICIPANTE 1: ah, no pues si, es muy bueno eso

PARTICIPANTE 5: es por eso que el público lo que manda, o sea, ustedes son los que mandan, hánlenos, así ponen RBD, Madonna,...

PARTICIPANTE 2: música de los 80's

PARTICIPANTE 5: ... música de los 80's, la Banda Machos,

MODERADOR: ¿quién conduciría este programa?, tú hablabas de Triple G, en donde unos conductores muy...

PARTICIPANTE 4: y había un programador de música,

MODERADOR: ... este programador, entonces, sabe qué tipo de música va a poner ¿no?

PARTICIPANTE 4: este programador era buga, supuestamente y se lo caculeaban, imagínate; y a veces lo regañaban por la música que ponían, o sea, también es difícil porque ni a ellos les gustaba la música

MODERADOR: entonces, si tendría que pensar...

PARTICIPANTE 4: pero de todas maneras, yo creo que si es un programa de música yo creo que quedaría de todos modos en una ocasión... o que: usted díganos que música...

PARTICIPANTES: qué música les agrada

PARTICIPANTE 4: ... pues yo creo vas a perder mucho tiempo en ponerles la música que les agrada.

PARTICIPANTE 5: no, o decirles que las va ir poniendo como van llegando, será para el próximo programa.

MODERADOR: ¿quién tendría que conducir?

PARTICIPANTE 4: tendría que ser una persona gay... para mí gusto

PARTICIPANTE 5. Un comunicólogo gay (RISAS)

PARTICIPANTE 1: yo pondría tres personas gay que representarían los tres grandes divisiones de la comunidad gay...

PARTICIPANTE 2: haber, ¿cuáles serían? (RISAS)

PARTICIPANTE 1: podrían ser, por ejemplo, me dicen que Triple G tiene dos tipos fashion...

PARTICIPANTE 4: aha

PARTICIPANTE 1: ... no toda la gente gay se considera dentro del rango fashion y terminan detestándolo. Podría yo poner una persona desde el que te diga: ay, si ayer me fui a jotear... a donde fuera, o sea, abarcar realmente lo que es la comunidad. Desde si vamos por estereotipos, desde el tipo fashion, el tipo que no es obvio pero que es inteligente y demás, hasta el típico jotito...

PARTICIPANTE 4: o un hombre grande

PARTICIPANTE 1: que podría ser inteligente...

PARTICIPANTE 4: un hombre como de 50 años

PARTICIPANTE 3: que quisiera

PARTICIPANTE 3: que escogiera...

PARTICIPANTE 5: aquí también, gobernación qué tanto permitiera el vocabulario de la gente, también en ese aspecto ¿no?

MODERADOR: porque de alguna u otra manera ya está ¿no? Triple G tuvo que enfrentarse a todo eso.

PARTICIPANTE 5: pero tienen cierta línea que no les permite decir: verga; en el radio. ¡Oiga sabe que! No les van a permitir eso, o sea, les van a llamar la atención: sabes que, modera tu vocabulario, puedes decirlo de otra manera.

PARTICIPANTE 4: si lo dijeron, alguna vez lo dijeron, o no me acuerdo si era otra palabra, pero una palabra altisonante, pero luego dijeron: ¡ay, nos van a llamar la atención!

PARTICIPANTE 5: exactamente

PARTICIPANTE 3: fíjate que yo he escuchado el programa, no me acuerdo ahorita el canal, pero hay programas que por ejemplo, locutores que están tocando un tema, obviamente conocen el tema y todo eso, y se les va: chinguen su madre o echar desmadre o me vale verga y, son locutores alternativos que, obviamente, nunca los van a contratar en Televisa, pero es un forma de hablar y de expresar la vida tal cual es el en diálogo. Yo también lo que estoy viendo que, por ejemplo, hablar de la comunidad gay es como si todos tuviéramos de 14 a 30 años o de 14 a 25 años; dentro del consumismo igual, yo como vendedor, nadamás me voy a dirigir a estas personas: homosexuales de 15 a 30 años. Pero yo creo que tenemos gente que rebasamos esas edad, incluso los ghettos y los antros están condicionados para gente de 15 a 30 años, y yo siento que si hay un programa alternativo o se está haciendo algo pensante también debería visualizarse que hay gente diferente: de 31 años 50 y no hay esa... por ejemplo, ahorita se me ocurre el tema de homosexualidad y vejez, por ejemplo o, homosexualidad y soledad; que no se visualizan.

MODERADOR: la cuestión de la sexualidad es muy recurrente, ¿qué otros temas?

PARTICIPANTE 5: ahora si que aumentándole. El consumismo es de lo 15-30; mientras te dura la belleza estás en auge, estás en los antros, puedes consumir, pero quién se acuerda de los viejos y digo, para allá vamos todos

PARTICIPANTE 1. Aunque no lo queremos creer (RISAS)

PARTICIPANTE 5: y para allá vamos todos, pero desgraciadamente: ¡ay, pues paquetes de fin de semana en Acapulco! Y así como quedan relegados a algo un poco más específico, pero que dicen: que se van a las discos o algo; claro, a los mejor a ese tipo de gentes ya no les interesan ¿por qué? Porque ya lo vivieron, pero sí sería importante tratar esos temas, también.

MODERADOR: ¿qué otros temas?

PARTICIPANTE 1: pero yo creo que si va a ser todo un canal para la comunidad gay, pon un programa para las lesbianas

MODERADOR: imagínate que no lo podemos hacerlo, que sea nadamás un programa... ¿cuánto duraría?

PARTICIPANTE 1: mínimo dos horas, una hora no se puede, mínimo dos horas y le daría un día a las lesbianas.

PARTICIPANTE 2: ¡claro!

PARTICIPANTE 4: o podría ser una semana hombres y una semana mujeres

PARTICIPANTE 1: no porque mucha gente sería así de: ay, no es que esta semana van a estar las lesbianas y ¡qué hueva, no!

PARTICIPANTE 2: les daría un día.

MODERADOR: sería un programa para la comunidad gay...

PARTICIPANTE 5: exactamente

PARTICIPANTE 1: que incluyera... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 5: ... bisexual, eh... (INTERRUPCIÓN)

MODERADOR: mínimo dos horas

PARTICIPANTE 1: mínimo dos horas

MODERADOR: o dos horas...

PARTICIPANTE 5: porque no sé en cuanto sea el costo para...

MODERADOR: que tuviera diversas temáticas, ¿qué otras temáticas?

PARTICIPANTE 5: ¿en cuestión de sexualidad?

MODERADOR: creo que hay esta cuestión de sexualidad, enfermedades de transmisión, VIH; como que son temas muy recurrentes en muchos programas...

PARTICIPANTE 2: cultura, educación

MODERADOR: cultura, educación, ¿específicamente para la comunidad?

PARTICIPANTE 2: yo me refiero a educación porque en muchas de las ocasiones en la comunidad gay no sólo son homosexuales intelectuales, ¿estamos de acuerdo?...

PARTICIPANTE: aha

PARTICIPANTE 2: ... una; dos, nos vamos a encontrar profesionistas solamente, también albañiles, homosexuales que se dedican al quehacer del hogar por ejemplo trabajando como sirvientas; pero ahí enfocándonos muchos a lo que es educación, no tengo la palabra correcta...

PARTICIPANTE 3: alfabetización

PARTICIPANTE 2: ... alfabetización, por ejemplo (INTERRUPCIÓN)

MODERADOR: cultura, alfabetización

PARTICIPANTE 2: necesario, necesario

MODERADOR: cultura, alfabetización, temas particulares como homosexualidad y vejez, homosexualidad y soledad, ¿qué otra?

PARTICIPANTE 5: promiscuidad

MODERADOR: promiscuidad

PARTICIPANTE 1: yo hablaría de homosexualidad y niñez

PARTICIPANTE 2: aha, porque luego dicen: es que yo veo o he encontrado a mi niño que juega con muñecas ¿no? y siempre

PARTICIPANTE 5: se me hace raro (RISAS)

PARTICIPANTE: aha

MODERADOR: mesas redondas, notas... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 5: invitar a un especialista en este caso, si porque mesa redonda, ¡imagínense! así como estamos, de qué todos hablan; inclusive uno en el radio dice: ¿qué es lo que dijo? ¡Que se calle ese que no me deja oír lo que dijo el otro!, entonces...

PARTICIPANTES: (RISAS)

PARTICIPANTE 5: que invitara a uno o dos especialistas y que se hablara turnadamente del tema para que tuviera un poco más de seriedad el asunto.

MODERADOR: ¿qué más tendría que tener para que fuera atractivo?

PARTICIPANTE 1: libros

PARTICIPANTE 2: música

PARTICIPANTE 3: estereotipos

PARTICIPANTE 1: a mi lo que me gustaría es que se hiciera una lectura, por ejemplo; hay mucha gente gay que en realidad es muy sensible y por ejemplo: sabes que, un espacio hablando de libros y de cultura, se le diera difusión a muchos escritores, actores gays; por ejemplo en México, muy poca gente conoce a Constantino Cabardis, que es un excelente poeta y se murió hace mucho y hace casi 200 años, pero es bellísima su poesía y sigue siendo contemporánea.

MODERADOR: por ejemplo, puedo saber de un círculo de escritores, un escritor que pudiera, tal vez, aportar a esta... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 5: integrarse al equipo y sabes que: ayúdame y te incluyo en el equipo y ayúdame en las recomendaciones de literatura gay y por qué no, otro tipo de literatura contemporánea; no nadamás es enfrascarse a lo gay (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 2: no

PARTICIPANTE 3: hace alrededor de un mes estuvo en México, una persona muy importante dentro del movimiento homosexual europeo, vino a presentar un libro sobre homofobia...

PARTICIPANTE 4: ¿Pedro Ceròn o quién?

PARTICIPANTE 3. Es Rubén... Bolinillo o Bolillo, es un argentino que está viviendo en Francia; el fue quien argumentó todo el debate de las sociedades de convivencia que se aprobaron ahora en París y la gente que iba a sus conferencias, el 90% era heterosexual...

MODERADOR: ¿a sí?, ¿faltó difusión?

PARTICIPANTE 3: ... muy pocos homosexuales. Mmm, no creo

PARTICIPANTE 1: mmm, créeme que yo soy un fiel revoltoso que va en todo lo que tiene que apoyar la comunidad

PARTICIPANTE 3: pues créeme que te perdiste de muy buenas conferencias.

PARTICIPANTE 4: oye, ¿también sería Horacio Franco?

PARTICIPANTE 3: pues ese tipo de información manejarlo también.

PARTICIPANTE 4: oye, hablando de eso Horacio Franco también tiene mucho público heterosexual, yo he ido a dos conciertos de él en el Centro de las Artes y va mucha gente... (INTERRUPCIÓN)... van muchas mujeres

PARTICIPANTE 5: el grupo de danza La Cebra

PARTICIPANTE 4: La Cebra, también, va público heterosexual

PARTICIPANTE 5: público heterosexual

PARTICIPANTE 1. Yo conozco a muchos bugas que van al grupo Los Lobos a jugar, de hecho, te voy a decir una cosa: yo creo que, estábamos hablando de un programa gay, pero en realidad nos habíamos olvidado de la parte buga ¿no? ¿Quién de aquí no tienes amigos bugas? o sea, yo creo que más de la mitad de mis amigos son bugas y son con los que me voy a chelear, hago las cosas que no puedo hacer con mis amigos gay. Yo creo que también nos estábamos olvidando de eso y es cierto lo que casi en el comienzo mencionaban: que en los 80's, era imposible, tal vez, ver a un chavo a otro chavo besarse, pero tal vez para nuestra generación nos tocó tener amigos heterosexuales que, pues ya no tenemos que ocultarnos tanto; que nos aceptan más y que pues de un modo ellos saben que eres gay y que, al mismo tiempo de enterarse que eres gay tratan de investigar más, tratan de saber más, tratan de enterarse...(INTERRUPCIÓN)

MODERADOR: pero aquí la cuestión sería: el programa estaría dirigido a la comunidad gay y, obviamente sí lo podría escuchar cualquier persona, está abierto ¿no?

PARTICIPANTE 3: bueno, sería otro tema: homosexualidad y mis amigos bugas ¿no?

PARTICIPANTE 1: a eso me refería, a eso me refería (RISAS)

MODERADOR: ¿qué otras necesidades? (RISAS)

PARTICIPANTE 3: porque finalmente (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 1: los bugas o no sé

PARTICIPANTE 3. Porque finalmente, a mi me gusta la compañía de bugas, mis amigos o sea, tengo más amigos bugas que amigos gays; en el sentido de irme de parranda o de irme al cine o de una fiesta, por lo regular siempre son más amigas que hombre; pero bueno, sus parejas de ellas, de alguna u otra manera siempre lo han visto. Y es diferente el comportamiento de tus amigos bugas de tus amigos homosexuales.

SUPERVISORA: perdón, un momentito, necesitamos empezar a cerrar por...

MODERADOR: si, yo también voy a cerrar, nadamás déjame decirles de esa manera: ¿qué otra necesidad de información tendrían para este programa?

PARTICIPANTE 2: como necesidad también sería importante que invitara su programa a los padres de familia que tiene hijos homosexuales. Es muy importante la opinión de los padres en estos casos porque en muchas ocasiones hay padres de familia que no aceptan a sus hijos por ser homosexuales y, en algunos casos, los llegan a aceptar; o sea, también sería importante y también sería muy importante involucrar ahí, un gay indígena ¿por qué no?, ¿sí?

MODERADOR: esa sería otra temática

PARTICIPANTE 5: prostitución

MODERADOR: rápidamente, dime alguna temática de la que se tendría que hablar ahí y no se ha dicho aquí, algo que a ustedes les hubiera gustado que saliera en la radio, en un programa y que los programas carecen

PARTICIPANTE 4: una dramatización, aunque sea de 15 minutos

PARTICIPANTE 1: lo que me hubiera gustado escuchar en la radio y que no he escuchado sería una persona aceptar que es gay y que invite a los demás a aceptarlos y que pueda ser una conversación por teléfono hablando de cualquier tema.

PARTICIPANTE 5: sería un sacerdote hablando de sexualidad y religión

PARTICIPANTES: uyyy, RISAS

PARTICIPANTE 1: ¡te queman el programa!

MODERADOR: es decir, temas tabúes

PARTICIPANTE 5: temas tabúes y explorarlos

PARTICIPANTE 3: al ras de lo que ya te he mencionada, yo creo que a mi inspira de hecho, ha habido programas que lo han tratado; por ejemplo, Emilio Eregendi, hablaba mucho de la cuestión poética de la vida, o sea, de: quitémonos ya la máscara de pobrecitos de nosotros y demostrar, justamente, ese termino que usa mucho ahora y que no me gusta nada: el gay ¿no?, ver que tenemos una vida propositiva a partir de nuestra preferencia.

MODERADOR: ¿qué nombre le pondrían al programa?

PARTICIPANTE 2: mundo gay

PARTICIPANTE 3: acoto uno de escritores que fueron poetas, literatos que hicieron mucho por la cultura mexicana. Nunca se declararon homosexuales, pero toda la gente sabía que eran... (INTERRUPCIÓN) los contemporáneos; por lo que implica y por la palabra que es

PARTICIPANTE 1: G radio, los 41, entonces también (RISAS)

PARTICIPANTE 3: es muy ochentero

PARTICIPANTE 1: G radio

PARTICIPANTE 5: ¿Gay 21?, por lo del siglo 21

MODERADOR: Gay 21

PARTICIPANTE 2: yo tengo otro nombre... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 1: yo el 33...

PARTICIPANTE 2: ... El arcoiris nuevo

MODERADOR: vamos ya a despedir, le agradezco infinitamente sus opiniones, son valiosísimas para Erik, para mí en lo particular también. ¿Algo que quieran decir?, las últimas palabras...

PARTICIPANTE 1: hay que pensar... (INTERRUPCIÓN)

PARTICIPANTE 4: pues que te salga bien la tesis (RISAS), que la acabes pronto

PARTICIPANTE 1: para hacer hay que pensar y realmente que buena tesis te vas a aventar y... pues espero escucharte pronto en la radio y no... pues ya te escucharé en Internet (RISAS).

PARTICIPANTE 2: pues yo también, y gracias por invitar y pues que todo lo que deseas se realice con bien y sobre todo no te olvides de la gente indígena, hay mucha gente homosexual que está siendo discriminada e incluso asesinada; te invito a que no te olvides de ellos.

PARTICIPANTE 3: yo creo que es como una gente que de alguna u otra manera siempre ha estado preocupada por lo que sería la cuestión homosexual, yo creo que es necesario, como contesté hace un rato, que te lleven propuestas, siempre y cuando sean pensantes y estén englobando a una cuestión educativa, porque en cuanto más educación tengamos sobre nuestros vidas y nuestros derechos homosexuales, más podríamos defender.

PARTICIPANTE 5: exactamente, algo que dijo sobre la educación, digo, ya esa es la nos va a unificar un poco más como comunidad o intentemos poco a poco ser una comunidad, podamos defendernos y así en un futuro se pueda realizar la sociedad de convivencia. Si la gente no está educada, no está informada a dónde vamos a llegar; digo, si los bugas o la gente heterosexual no está educada, todos los atropellos, todas las cosas que hacen por no estar informados y educados... yo creo que en nuestro caso hay que educarnos, hay que progresar, no nadamás quedarnos en licenciaturas: que sea posgrado, que sea maestría, que sea diplomado, o sea ir por más, no nadamás quedarnos en una sola cosa.

MODERADOR: muchas gracias a todos, muchas gracias licenciada...

SUPERVISORA: no, al contrario, muchísimas gracias a todos por participar, por estar aquí, por estar siempre al pie del cañón. Es como una discusión sumamente importante y créanme que yo también me llevo muchas cosas de ustedes y se los agradezco mucho por dejarme compartir estos espacios, muchas gracias.

MODERADOR: muchas gracias.

REFERENCIAS

- Bateson, Gregory (1982), *La nueva comunicación*, Gernika, Barcelona. El telégrafo y la orquesta.
- Batres, Vietnika, (2004), *El negocio gay en México, a la caza del dinero rosa*, La Revista, p.19.
- Beuchot, Mauricio (1997), *Perfiles esenciales de la hermenéutica*, Instituto de Investigaciones Filológicas, UNAM, México.
- Boudon, Raymond (1978), *Los métodos en sociología*, Argentina, El Ateneo.
- Candela y Vázquez, (1988), p. 128.
- Duch, Luis (2004), *Estaciones del laberinto. Ensayos de antropología*, Barcelona.
- Goffman, Erving (1968), *Estigma. La Identidad deteriorada*. Amorrortu editores, Buenos Aires.
- Farré, Martí (1993), *Sexualidad*. Capítulo 17, Ser diferentes. Océano, Barcelona.
- García Fernández, Manuel; Ibáñez, Jesús; Alvite, Francisco (1986), *El análisis de la Realidad Social. Métodos y técnicas de investigación*, Alianza Editorial, Madrid.
- García Canclini, Néstor (1993), *El consumo cultural en México*, CNCA, México. Capítulo 1. El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica.
- Giménez, Gilberto (1997), "*Materiales para una teoría de la identidades sociales*", en *Frontera norte*, vol., 9, Núm. 18, julio-diciembre, México.
- González, Jorge A. (1994), *Más culturas. Ensayos sobre realidades plurales*, CNCA, México. Capítulo 2. Los frentes culturales. Las arenas del sentido. Frentes culturales urbanos. La construcción de hegemonía en la ciudad.
- Hobsbawn, Eric (1994), "*Identidad*", *Revista internacional de filosofía política*, Mayo. No. 3, UAM I/ UNED, Madrid.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos (1986), *Manual de periodismo*. Tratados y manuales Grijalbo, México.
- Pimentel Bautista, Enrique (2002), *Trazos llenos de sentido*, Tesis de licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, ENEP Acatlán, UNAM, México.

- Riesenfeld, Rinna (2002), *Papá, Mamá, soy Gay*. Una guía para comprender las orientaciones y preferencias sexuales de los hijos. Grijalbo, México.
- Rodríguez Gómez, Gregorio (1996), *Metodología de la investigación cualitativa*, Aljibe. México, Capítulo dos. Métodos de investigación cualitativa.
- Tamayo y Tamayo, Mario (2004), *El proceso de la investigación científica*. Limusa Noriega Editores, México.
- Thompson, John B. (1998), *Ideología y cultura moderna*, UAM Xochimilco, México. Capítulo tres. El concepto de cultura, Capítulo cuatro. Transmisión cultural y comunicación de masas.
- Thompson, John B. (1998), *Los medios y la modernidad*. Una teoría de los medios de comunicación, Paidós. Barcelona.
- Vilar, Josefina y Gómez Voguel, Lourdes (1998). *El sonido de la radio*. UAM Xochimilco. Instituto Mexicano de la Radio y Plaza Janés, S.A. de C.V. y/o Plaza y Valdés. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. Capítulo IV. Propuestas metodológicas para realizar proyectos de emisión.
- Winocur, Rosalía (2002), *Ciudadanos mediáticos*. La construcción de lo público en la radio. Gedisa Editorial, Barcelona.

BIBLIOGRAFÍA ADICIONAL

- Baz, Margarita (1998), *Encrucijadas metodológicas*. La tarea analítica en la construcción metodológica, UAM Xochimilco, México.
- Cremoux, Raúl (1989), *La legislación mexicana en radio y televisión*. UAM Xochimilco, México.
- Fernández Rivas, Lidia ((1998), *Encrucijadas metodológicas*. Construyendo el problema de investigación, UAM Xochimilco, México.
- Festinger, León; Kate, Daniel (compiladores) (1975), *Los métodos de investigación en las Ciencias Sociales*, Paidós, Buenos Aires.
- Galindo, Jesús (1999), *Sabor a tí*. Desde la cultura y más allá de la cultura. Notas sobre algunas reflexiones metodológicas, Universidad Veracruzana, México.
- Jaidar Matalobos, Isabel (1998), *Encrucijadas metodológicas*. El apasionante arte de investigar, UAM Xochimilco, México.
- Méndez, Héctor y Bird Alejandro (2000), *Guía para realizar la pregunta de investigación*, Doctorado en educación e innovación tecnológica. Universidad Virtual del ÍTEMS. México.