

**Comunicación, Género Y Radio:  
Avances De Investigación En Un Campo Emergente.<sup>1</sup>**

Paula Morales MONGUILLOT<sup>2</sup>

Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba

**Resumen**

La investigación doctoral que presentamos se titula: “Violencia Mediática: Un abordaje socio semiótico sobre el tratamiento de las relaciones de Género en el discurso radiofónico” y se inscribe en un campo de estudio novedoso para la comunicología: El estudio del discurso radiofónico desde una perspectiva sociosemiótica en articulación con la perspectiva teórico feminista.

La materialidad de nuestro análisis es sonora y trabajamos con un corpus amplio, conformado por emisiones radiales de dos instituciones locales, en sus puestas al aire durante los meses de Septiembre y Noviembre 2011 y Marzo 2012, durante las segundas mañanas (8 a 13 hs), bajo el género periodístico magazine (género discursivo dialogal donde predominan pasajes de conversación, opinión, información y entretenimiento).

**Palabras clave:** relaciones de género - discurso radiofónico - participación ciudadana

**I. LA INVESTIGACIÓN**

La investigación doctoral que presentamos se titula: “*Violencia Mediática: Un abordaje socio semiótico sobre el tratamiento de las relaciones de Género en el discurso radiofónico*” y se inscribe en un campo de estudio novedoso para la comunicología: El estudio del discurso radiofónico desde una perspectiva sociosemiótica en articulación con la perspectiva teórico feminista.

La materialidad de nuestro análisis es sonora y trabajamos con un corpus amplio, conformado por emisiones radiales de dos instituciones locales, en sus puestas al aire durante los meses de Septiembre y Noviembre 2011 y Marzo 2012, durante las segundas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no V Coloquio Brasil Argentina de Ciências de la Comunicación. Río 2015.

<sup>2</sup> Lic. en Comunicación Social. Doctoranda en Estudios de Género. CONICET – C.E.A. – U.N.C.  
contacto: [moralesmpaula@gmail.com](mailto:moralesmpaula@gmail.com)

mañanas (8 a 13 hs), bajo el género periodístico *magazine* (género discursivo dialogal donde predominan pasajes de conversación, opinión, información y entretenimiento).

Uno de los dos programas analizados, “Juntos”, se escucha diariamente por LV3, emisora de Cadena 3 Argentina, con repetidoras en todo el país, y desde hace más de 30 años. En Córdoba emite a través de las frecuencias AM 700 y FM 106.9 y condensa la mayor audiencia del segmento (Ibope 2013: 255.000 oyentes). Por su parte el programa radial de AM 750 Radio Nacional Córdoba, “La Romería”, es un magazine co-conducido por la dupla mediática de los Romero, cuenta con una audiencia fiel que podríamos definir en un cronolecto adulto y culto, con formación política y participación ciudadana.

En base a las 728 horas de nuestro Universo Muestral, seleccionamos 120 siguiendo el criterio de fechas claves (14/09, Día Latinoamericano de la imagen de la mujer en los medios de comunicación, 25/11, Día Internacional contra la violencia hacia las mujeres y 8/3 Día Internacional de la Mujer Trabajadora), y complementando las mismas con el análisis de dos emisiones de la semana previa (y dos posteriores) a cada fecha clave.

En la muestra seleccionada definimos por *Unidad de Análisis* aquellos segmentos o piezas radiofónicas cuya particularidad reviste en el tratamiento en profundidad de un tema de interés y el despliegue de múltiples estrategias argumentativas para su abordaje. Nos referimos así a las *Columns de opinión*, y *Mesas de Café o Tertulias*, y las complementamos con una tercera UA del género participación: “*Llamados de Oyentes*”.

Esta investigación sobre las radios cordobesas se inscribe en un contexto de mediatización y cambios respecto de las legislaciones y políticas de comunicación en la región, como parte de un diálogo que le precede pero que –al mismo tiempo–, es condición que habilita la emergencia de nuevas preguntas en el campo de las ciencias sociales y humanas. Nos referimos al emergente campo de los estudios de *Comunicación Sociodiscursiva en Radio con Perspectiva de Género* en la región latinoamericana.

Trabajamos en una perspectiva transdisciplinaria desde Butler (2001:17), Angenot (2010:70) Bajtín (1982) y Verón (1996:68) y nos ubicamos en esta los estudios sobre comunicación radiofónica (Balsebre; Ammann; Alvarado Giménez; Haye).

Partimos del objetivo general de analizar las *estrategias discursivas* y los *mecanismos institucionales* que sostienen la naturalización de las relaciones de género en el discurso mediático, para desarrollar el tema de investigación que nos ocupa: *la construcción discursiva mediatizada de las relaciones de género desde el discurso radiofónico local*.

Recuperamos de la tradición sociosemiótica el estudio de los discursos mediáticos porque esta perspectiva discursiva, al indagar sobre el funcionamiento de la cultura, se opone al mecanicismo materialista y el idealismo lingüístico –constructivista–, para abordar el funcionamiento de los discursos sociales en su densidad material e histórica, atendiendo a las relaciones constitutivas con el sistema de reglas que los tornan inteligibles (Boria y Boccardi, 2013:15). Asumimos la perspectiva de análisis sociosemiótica como forma válida para el análisis de los fenómenos sociales, ya que no conduce a la mera descripción de los materiales, sino que nos orienta en el análisis sobre las operaciones de su producción (Verón). Partimos entonces del vínculo indisoluble entre las relaciones de poder –como relaciones de fuerza y por tanto como conjuntos de estrategias (Foucault)– y la producción de sentido socialmente construido (Verón; Angenot; Williams).

Abordamos la oralidad radiofónica para analizar el funcionamiento doxástico y los sentidos construidos desde la dimensión expresiva del lenguaje y su carácter connotativo. Nos preguntamos por *lo que no se dice*, y analizamos *de qué manera se dice lo que se dice* en las emisiones radiofónicas, desde qué géneros discursivo-periodísticos, y qué uso de los recursos técnicos se ponen en juego para construir significación política. Retomamos a Marc Angenot en sus aportes sobre la función principal de los discursos establecidos (Angenot:1998) que, concomitante con el *monopolio de la representación*, producen y fijan legitimidades, validaciones, publicidades (hacer públicos los gustos, las opiniones, las informaciones).

Partimos del criterio sociológico para la caracterización de los medios de comunicación (Verón, 1997:13–2004:194) que ubica la producción mediática en un mercado de bienes culturales a través de una mirada compleja, donde el medio si bien es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes, siempre está asociado a determinadas condiciones de producción y modalidades (o prácticas) de recepción en el contexto de los usos sociales (1997:13).

Como dispositivos de saber (Boria y Dalmaso:2003) los medios participan activamente en procesos de construcción discursiva de las subjetividades legitimando modelos, conductas y actitudes (2003:18) y cristalizan las prácticas humanas en determinados roles disponibles y esperables. El problema en estos procesos radica en que se constituyen como procesos estructurantes y modelan *representaciones* que se nos presentan como definiciones naturales. Para nosotros los medios son dispositivos de enunciación

mediáticos situados en marcos institucionales y condicionamientos políticos históricamente determinados (Verón: 1987).

En un contexto global de mediatización, los discursos producidos transversalizan la práctica y los sentidos socialmente asignados alrededor de diversos grupos socioculturales (en función de una distinción de clase, etnia, raza, edad y sexo), definen la agenda temática, resaltan voces legítimas, articulan dimensiones varias con el objetivo de construir marcos de inteligibilidad de los fenómenos sociales vividos.

El contenido mediático es pertinente porque se asocia a una estrategia enunciativa (Verón: 2001) y es así evidente que no hay producción de sentido sin puesta en escena. Es esa puesta en escena, una puesta en sentido de los registros significantes (imagen, voz, cuerpo) (2001: 77) que construyen lo real social. Sin embargo, en la red de discursos de un momento determinado podemos notar cómo *lo real* es siempre fragmentado y se convierte en lugar de *producción de diferencias*. Este mecanismo de construcción de lo real es lo que marca agenda, sedimenta estereotipos, y naturaliza la jerarquía en función de los sexos, y los medios operan como mediadores obligados de la *gestión política de las representaciones* sociales (Verón: 2004).

En este contexto la radio es un medio particularmente interesante para abordar la construcción del sujeto desde una interacción dialógica (Bajtín) como “mediatización del contacto” (Verón:2001) ya que se instituye como medio protagónico con presencia cotidiana y coloquial en la vida de grandes colectivos sociales.

Desde 2009 y a través de una serie de trabajos de investigación, extensión y docencia venimos abordando el medio radiofónico desde su dimensión institucional y enunciativa (Matta y Scaraffá; Ammann). A partir de este enfoque nos hemos propuesto investigar las modalidades de enunciación del lenguaje radiofónico –como sistema semiótico (Balsebre, 1994:27)–, donde se ponen en juego diversas estrategias, tópicas y retóricas. Entendemos así el medio radiofónico como un sistema semiótico que pone en juego los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, en relación con los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y la percepción del oyente.

Las voces presentes en el universo sonoro radiofónico analizado constituyen una materialidad discursiva altamente significativa. La palabra oral tiene riqueza, complejidad y fuerza expresiva, y su poder significativo radica en aspectos denotativos y también connotativos. El poder expresivo de la voz humana, la capacidad de reflejar la tradición oral

de los pueblos, de acompañar las temporalidades cotidianas y de operar como instrumento de imaginación e interacción colectiva la sitúan en un punto estratégico a la hora de reconocerle potencialidad de análisis. Al hablar de lo radiofónico como un lenguaje donde se inscriben, producen, reproducen y resignifican manifestaciones de nuestra cultura, analizado desde los enfoques interdisciplinares sociosemiótico y de género, estamos aportando al campo de los estudios en comunicación un acercamiento hasta el momento inexplorado: el lenguaje radiofónico, analizado a través de las violencias mediáticas, en clave de género y sociosemiótica.

Entendemos por *género* tanto una categoría explicativa (Scott en Lamas 2003) como una perspectiva. En el sentido categorial interpretamos por tal una forma primaria de relaciones significantes de poder, situada socio históricamente, (2003:330) que funciona como categoría explicativa que permite visibilizar un sistema de relaciones (Izquierdo, 1994:48) que –en función de una división sexual y jerárquica–, se organiza, se divide simbólicamente y se vive empíricamente. Este sistema de relaciones es conocido como sistema sexo-género y su potencial se presenta en el grado de naturalización que adquiere a través de lo que Butler denomina “*rejilla de inteligibilidad cultural*” (2001:38).

La perspectiva de género entonces se nos presenta no ya como un instrumental técnico aplicable al campo comunicacional sino como una mirada para revelar y evidenciar las relaciones injustas entre hombres y mujeres. La autora Caruncho Michinel (2010:16) explica que la perspectiva de género se conforma a través de tres ejes de visibilización:

**1) Sobre la construcción de un Sistema Sexo/ Género.** Donde la mirada focaliza los aspectos de la transformación humana y social que se han internalizado, las creencias depositadas en ciertos grupos (estereotipados), y cómo los estereotipos se convierten en prejuicios cuando se unen a generalizaciones cognitivas de la relación jerárquica de un género sobre otro a partir de las diferencias sexuales. Nuestro modelo social y moral (cultura occidental moderna) se construye sobre la categoría de la diferencia sexual, y a partir de ella reproduce valorativamente toda una serie de dicotomías que llevan consigo una jerarquización de las partes implicadas y una asociación de mujer con los términos menos prestigiosos de esa realidad dual (2010:18).

**2) Sobre el uso y la división de espacios.** Bien sabemos de la reproducción sociocultural de dos ámbitos con funciones sociales definidas en el ámbito público y el

privado. Sin embargo, el uso y la división de espacios con funciones sociales dependen del reconocimiento, valoración y jerarquización sobre lo público (2010:19) porque desconoce la existencia de un contrato sexual previo al contrato sexual ilustrado.

**3) Sobre las dinámicas de opresión.** En relación con lo anterior, el concepto de privado es anterior al de lo público, y no así su par complementario sino su condición de posibilidad.

Sanchez Leiva reconoce la potencialidad de esta perspectiva a la hora de visibilizar las reglas, lugares y actores sociales que emanan de esa organización social, y de los sistemas de significación que su práctica construyen (2007:62).

La perspectiva de género (sustentada en la teoría feminista) y en articulación con la sociosemiótica, habilita una mirada sobre el campo de estudios sobre lo radiofónico que articula el discurso radiofónico con otros campos constitutivos de lo social. Transversalizar la dimensión sexo–genérica en el análisis de lo radiofónico (en tanto lenguaje que pone en juego dimensiones referenciales, enunciativas e institucionales) implica mucho más que abordar la política editorial del medio (en términos de contenidos: problemas de mujeres, de identidad, de violencia) y de formas (lenguaje no sexista, lenguaje inclusivo). Supone justamente poder dar cuenta de su implicancia dialéctica.

La palabra enunciada, los modelos sostenidos y los márgenes de diálogo posibles son, en tanto mediáticos, dominio de lo público, y ponen en juego mecanismos de base del funcionamiento social a través de particulares modalidades del discurso radiofónico, porque los discursos masivos no solo divulgan los objetos representados sino también las reglas que rigen la representación y la interpretación (Sánchez Leiva, 2007:64).

Desde este planteo nos distanciamos de los estudios sobre el sexismo de la lengua para provocar una mirada insidiosa sobre aquellas dimensiones del lenguaje que lo constituyen como arena del sentido social, espacio de disputa de otras luchas sociales. Nos situamos en el plano del lenguaje para acceder desde allí a las condiciones socio históricas de producción del sentido y analizamos los macrofuncionamientos discursivos que sobredeterminan los micrfuncionamientos lingüísticos.

La dimensión significativa de la oralidad secundaria en radio adquiere relevancia en esta línea de investigación para repensar los regímenes de visibilidad/reconocimiento, e invisibilización/silenciamiento que constituyen las diversas matrices de inteligibilidad de nuestra cultura, actualizan los límites simbólicos del dominio público-privado de

participación ciudadana en el discurso mediatizado, resaltan el carácter andro hetero sexista de la cultura, de lo público y de lo político.

En este punto nos propusimos desarrollar teóricamente el concepto de VM como Red Semiótica donde el cruce de perspectivas nos permitiera ampliar los límites de las definiciones jurídico-normativas y, a su vez, darle carácter de especificidad a las VM radiofónicas en sus diversas modalidades.

## **II. ESTADO DE LA CUESTIÓN**

### **Ubicación geopolítica de la Violencia Mediática como categoría teórica y problemática socio cultural.**

En el marco de discusiones internacionales nos propusimos reconstruir las condiciones de producción socio históricas de la categoría VM para formular las preguntas de investigación y delimitar el alcance de esta primera etapa, a partir de un análisis histórico y contextual de los hitos (de habla hispana) que en materia jurídica, política y académica fueron configurando el campo de restricciones y posibilidades respecto de lo que hoy definimos como Violencia Mediática de Género (VMG).

Así, fuimos inscribiendo nuestro problema de investigación en un diálogo con las dimensiones/condiciones que consideramos fructíferas para la emergencia e inteligibilidad de la categoría son: Socio-políticas; Jurídico-normativas<sup>3</sup>; y Académico-científicas. Debido a la extensión de la ponencia, retomaremos la tercera de ellas.

#### **▪ CONDICIONES ACADÉMICO-CIENTÍFICAS**

Cuando hablamos de las VMG en radio debemos situar nuestras preguntas de investigación en el mapa de aquellas líneas teóricas de habla hispana –que durante y posteriormente a la segunda ola del movimiento feminista (es decir década del '60), y coincidente con el giro lingüístico en las ciencias–, han configurado el campo de Estudios en Comunicación y Género.

---

<sup>3</sup> Véase: “Mediáticas abiertas de América Latina: Discusiones pendientes sobre los sentidos asociados a la Violencia Mediática en la región”. Revista Trampa(s) de la Comunicación y la cultura. Marzo 2013; “Preocupaciones retóricas y políticas. Un abordaje sobre la categoría Violencia Mediática de Género desde dos legislaciones vigentes”. Revista Avatares de la comunicación y la cultura, N° 5. Junio 2013.



La categoría V. M. emerge a raíz de un largo proceso de problematización sobre la relación *mujer y medios*. Si bien los primeros estudios sobre VM abordan la influencia masiva de la t.v. en los años 40 en el contexto de los hogares (Herrera,B:1998), será en la década del ´60 cuando pasamos de los estudios de mujer a los de género, y se comienzan a cuestionar las representaciones socioculturales sobre las mujeres en el espacio público mediatizado.

En 1960 la creación en Francia del Centre d'études des communications de masses, aún no consideraba el ingreso del tema mujer como tema de las investigaciones (Sánchez Leiva, 2007:31). En la misma época, pero en la Universidad de Birmingham se va consolidando la corriente de los Cultural Studies (1950) y se crea el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (Williams, Hoggart, Thompson), donde sí se dio un impulso al tema Mujeres/medios. Así, las identidades sexuales comienzan a legitimarse como instrumento de análisis de la cultura difundida por los medios, y serán estudiadas en términos de subculturas, culturas alternativas y movimientos sociales.

En 1975 se realiza en México la Conferencia Mundial de las Naciones Unidas para el Año Internacional de la Mujer, y se aprueba un Plan de Acción Mundial para el Decenio de la Mujer, cuyo acápite sobre los medios de comunicación recomendaba el estudio del impacto de los medios en la población y la inclusión de mujeres en los diferentes estratos de empleo de las compañías de medios de comunicación.

En 1975 desde la Universidad de Chicago (EEUU) la Revista *Signs: Journal of Women in Culture and Society* se posiciona como un exponente en la investigación, y en Inglaterra tanto la literatura, como la historia, la sociología y el cine empiezan a incorporar el feminismo como objeto de estudio (2007: 31).

En los ´80 la academia estadounidense institucionaliza el programa de Women's studies en sus universidades y desde 1985 el "giro académico" hace que el tono crítico del activismo feminista contra los medios se pierda (Mattelart:2007). En 1992 se recrudece con un segundo giro academicista, ya asociado a los mercados editoriales mundiales de los women's studies. Será en esa misma época cuando el paradigma de los Derechos Humanos habilita un marco integral para la emergencia de la categoría Violencia Simbólica, que albergará las prácticas conocidas hoy como V. M.

La Mgter. Claudia Laudano, especialista en la temática, indica que la investigación y la teoría feminista referida a las posibilidades de acción de los medios en relación a sus



receptores/as –contemplando la dimensión de género–, puede resumirse en tres enfoques (2010:40):

El *enfoque determinista*, situado década del '70 con la marcada influencia del estructuralismo, la semiología y el marxismo, a través del cual el análisis feminista se centra en el estudio de las representaciones de los medios y en particular de las revistas femeninas como espacios privilegiados de reproducción de la ideología dominante, incluyendo los esquemas organizadores de la diferencia sexual.

En este, los medios “todopoderosos” regulan la identidad femenina al transmitir y reforzar pautas de comportamiento y expectativas diferenciadas (...) según los estereotipos de género vigentes (véase Mattelart 2007). Para Laudano (2010: 43) aquí la diferencia sexual es subsidiaria al análisis de clase y prácticamente todo lo procedente de los medios constituía una contribución a la opresión de mujeres y jóvenes (...) desde la dicotomía feminidad-feminismo (2010: 44).

Al respecto M. Mattelart (2007:42) indica que en 1968 había un interesante activismo por fulminar la ideología publicitaria y la mitología sexista de la modernidad mediática, y en rechazo a la institución mediática surge la creación de propios soportes de expresión.

Un segundo núcleo de debates se organizó desde principios de la década del '80, al problematizarse la relación que se presumía fija (determinada) entre textos y prácticas de recepción/consumo valorando las estrategias interpretativas de las audiencias (Morley 1996 en Laudano 2010) Este *enfoque centrado en la recepción y el consumo* mediático En este enfoque el género es considerado un organizador de sentidos significativo aunque no exclusivo (Laudano 1996) se pregunta por las implicancias del género en los procesos de consumo mediático (Ang 1996, en Laudano 2010) y pone en circulación una noción de poder ya no exclusivamente mediocéntrica sino desplazada en parte hacia el sujeto en prácticas concretas de consumo cultural dentro de otras actividades de la vida cotidiana (2010: 47). Desde una mirada posestructuralista la noción de sujeto como no unificado ni acabado, sino múltiple y en construcción a partir de la intersección de diferentes discursos y prácticas sociales, permitió pensar los medios de comunicación vehiculizando una cierta gama de definiciones de género, variable históricamente, que perfila posicionamientos de género preferentes aunque no monolíticos donde los/as sujetos se identifican de manera potencialmente contradictoria y según complejos mecanismos. Esta línea de sentido será la

precondición para los estudios de la década de los ´90 que vinculan producción mediática de sentidos y construcción de subjetividades (2010: 48)

Durante la década de los años 90 coexisten diferentes perspectivas teóricas feministas que abren debates complejos en torno a las nociones de poder, acción, sujeción, subjetividad y producción de sentidos en la vida cotidiana, a la vez que los enfoques precedentes continúan vigentes con ciertos ajustes, un giro singular en la tradición de análisis comunicacional (Robbie 1998 en Laudano 2010) surge en Europa como actualización de los estudios culturales británicos. En este punto Mattelart acara que comprender el medio de comunicación como un sistema de representación implica plantear las cuestiones de la lectura cultural y la lucha cultural por la creación de modos alternativos de narración, de producción y de distribución de la imagen (2007: 46).

Este *enfoque centrado en las revistas femeninas como articuladoras de las transformaciones culturales*, reintroduce una perspectiva sociológica en el análisis de las revistas femeninas y desde una perspectiva gramsciana de análisis cultural, procura entender y explicar la dinámica específica del cambio social en la vida cotidiana, a través de reflexiones que articulen dimensiones de lo social, lo político, lo económico, lo cultural y las implicancias de lo mediático. Sostiene al respecto: “necesitamos entender lo que sucede fuera de los medios para poder comprender también lo que sucede en los medios”. Además, analiza el espacio interdiscursivo de la producción editorial desde la participación de mujeres en el mercado laboral mediático desde el análisis de prácticas institucionales de la industria editorial para mujeres (2010: 49).

En el primer decenio del Siglo XXI el enfoque que predomina es posestructuralista. En este sentido podemos decir que la misma Laudano—retomando a Ieng Ang— habla de una serie de posiciones de sujeto y modos de subjetividad que producen efectos materiales concretos sobre la vida de las personas, construidas a través de diferentes textos. Estas reflexiones se inscriben en todo un marco epistémico que podríamos encolumnar en el pensamiento Butleriano, o *enfoque posestructuralista desde la performatividad del género*, donde las normas del género se sostienen por su misma reiteración.

En esta performatividad reconocemos la implicancia de los medios de comunicación, que intervienen en la articulación de las definiciones de género producidas en prácticas y discursos sociales, y pugnan por delimitar los sentidos sobre lo que se considera femenino y masculino en contextos específicos (Véase María Jesús Izquierdo 1994 y Teresa de Lauretis 1989). Mattelart (2007:29) hablará de nuevas matrices

conceptuales post-estructurales, post-feministas y post-modernistas en el marco de la crisis de utopías.

Podríamos también plantear la existencia de un enfoque que –en parte–, recorre los cuatro anteriores y que denominaremos *enfoque del Sexismo Mediatizado* (en la lengua y en el tratamiento periodístico informativo mayoritariamente a través de imágenes y publicidades). Se propone analizar lo que de ideología sexista hay en los medios y poner en valor flujos sexistas y contraflujos, confrontarlos y evidenciarlos en el análisis de prácticas periodísticas; y analizar el sexismo en los medios desde múltiples niveles. Al respecto Álvarez Pouza y Puñal Rama (2010) desagregan una serie de niveles de análisis respecto de este enfoque y se identifican como: la construcción del sistema sexo-género y los medios, la producción informativa y los mecanismos de estereotipación, y el Androcentrismo mediático en la construcción del arquetipo viril masculino. Mattelart recupera (2007) cuatro líneas actuales de investigación: la cuestión del poder en los medios, los modelos que los medios vehiculizan, la relación texto-sujeto, y el status del sujeto receptor en la producción de sentido.

El antecedente teórico más relevante sobre la Comunicación con Perspectiva de Género a nivel iberoamericano le corresponde a la investigadora española Pilar López Díez.

En nuestra investigación retomamos la producción teórica específica sobre Comunicación con Perspectiva de Género elaborada por autoras y autores latinoamericanos de escasa citación en los materiales previos, como es el caso de **Isabel Moya (Cuba)**, **Rebeca Madriz y Vicente Romano (Venezuela)**, **María Suarez Toro (Puerto Rico)**, y a nivel nacional Laudano C., Maffía D., Vasallo M., y Chaer S.

## COMUNICACIÓN, GÉNERO Y RADIO: ANTECEDENTES

El campo de la comunicación radiofónica con perspectiva de género es un campo incipiente, y nos son muchos los estudios al respecto. A nivel iberoamericano la Dra. López Díez realizó en 1996 su tesis doctoral y analizó magazines radiofónicos desde la perspectiva de género. Además fue quien posteriormente diseñó e implementó la transversalización de los servicios de Radio y Televisión Española, editando al respecto dos informes de envergadura y publicaciones de referencia: *Representación de género en los informativos de Radio y TV 2001 y 2005*.

Otros antecedentes en el tema son: el Informe andaluz sobre la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas, editado en 2010 por el Área de contenidos del Consejo Audiovisual de Andalucía, que sienta precedentes para posteriores análisis en el campo radiofónico.

Generalmente, los estudios que articulan radio y sociosemiótica analizan discursivamente la materialidad sonora y describen contenidos y tratamientos, como es el caso de Diana Munguia Chirino que investiga sobre el discurso amoroso en radio a través del análisis de canciones (UNAM:2012), o María Martínez Lirola, quien aborda la construcción discursiva de mujeres y menores inmigrantes en noticias radiofónicas (Universidad de Alicante:2011); y por otro lado encontramos estudios que proponen un abordaje del lenguaje radiofónico y del medio desde una perspectiva sociosemiótica (Balsebre:1994;Fernández:2008), pero ninguno de los precedentes realiza la articulación entre el género, la sociosemiótica y la radio.

Llama la atención que a pesar de los contundentes datos registrados sobre las representaciones de género en los informativos de radio, no haya en nuestra región un campo de indagación consolidado sobre esta intersección.

Nuestras poblaciones latinoamericanas siguen consumiendo –y cada vez más, produciendo– contenidos radiofónicos. La última Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital de Argentina<sup>4</sup> (2013) indagó acerca de los gustos, las preferencias, los usos y las percepciones y las valoraciones de los argentinos respecto de la cultura en general, y de los consumos culturales en particular, e indica que el 86% de la población encuestada escucha radio y el promedio de horas de escucha va de 1 a 3 diarias. En el campo de los debates públicos, la radio se ubica aún en un papel de vigencia en nuestras sociedades latinoamericanas, y aún más, de relevancia ya que trabaja con la palabra y, -a su favor y diferencialmente con otros medios- es en el juego del lenguaje radiofónico, entre la *palabra* y *el silencio*, donde se despliega un particular matiz de contacto y reconocimiento que podemos anticipar en el orden de lo indicial (el cuerpo, la humanización y corporeización de los discursos sociales), y el de la cotidianidad y sus temporalidades constitutivas.

A su vez, los índices de violencias de género constituyen hoy un indicador de urgencia en nuestra región, y los datos arrojados por el último informe (2010) del Proyecto

---

<sup>4</sup> Elaborada por la Secretaría de Cultura de la Nación, Sistema de Información Cultural de la Argentina.

Monitoreo Global de Medios<sup>5</sup>, todos indicadores de relevancia para la investigación y tratamiento de la problemática de las VMG en radio.

### III. NUESTRA PROPUESTA: LAS VMG EN RADIO COMO RED SEMIOTICA

Cuando asumimos el lenguaje radiofónico como un sistema semiótico (Balsebre:1994) pudimos desarrollar una mirada sobre la V.M. en perspectiva y superar los esquemas deterministas y funcionalistas de la representación del lenguaje y la imagen desde el género, asumiendo que, en tanto modalidad de la violencia simbólica, opera por acción y por omisión y se vincula interdependientemente con otros tipos de violencias de género.

Entendemos por V.M. aquel sistema complejo de carácter sociosemiótico donde se configuran mapas de sentido para la interpretación y actualización de la matriz de inteligibilidad de las relaciones de género. Nuestra interpretación excede la VM en tanto manifestación de forma y/o contenido.

La VM utiliza la plataforma mediática para su reproducción porque en ella convergen modalidades de enunciación, tópicos, retóricas, saberes técnicos e instrumentales, y tradiciones filosóficas y políticas, voces mediatizadas y tecnología de contacto.

Cuando iniciamos la investigación partimos del supuesto de que: “La V.M. habilitaría en el plano simbólico, la reproducción y naturalización de condiciones para el ejercicio de otras violencias de género en ámbitos sociales considerados privados (familia, relaciones interpersonales)”. El problema de la V.M. se nos presentaba como una *manifestación*<sup>6</sup> evidente de la actualización de esta tradición cultural.

Tras una revisión crítica de lo anterior hallamos necesario resaltar que es un complejo entramado de condiciones de producción discursivas (Verón: 1987) lo que articula, en el ámbito mediático, la legitimación sociocultural de la jerarquización de las relaciones de género en base a la diferencia sexual. Resituamos así la categoría V.M. en el plano de las manifestaciones de una *matriz androcéntrica y heterosexista* de nuestra cultura que es la que opera en las representaciones de las relaciones de género, en las condiciones de acceso de las mujeres al sistema mediático, en su permanencia, en los medios

---

<sup>5</sup> En 2010 se demostró que sólo el 24% de las personas sobre las que se lee en las noticias son mujeres (en Argentina este indicador asciende al 29%) y la diferencia de fuentes femeninas según el tipo de noticias presentadas sobre política, gobierno y economía sigue siendo altamente sexista.

<sup>6</sup> Lo que Sánchez Leiva define como una concepción representacionista o correspondencialista del lenguaje (2007:67).

disponibles para el desarrollo de condiciones de enunciación en equidad y en el tipo de reconocimiento del campo hacia la presencia significativa de mujeres en él.

Esta matriz actualiza su eficacia simbólica (Bourdieu: 2000) en la práctica periodística cotidiana y las huellas del discurso nos permiten abordar las manifestaciones de sus presupuestos fundantes, como así también su vigencia. El análisis de las prácticas periodísticas que en ella se desarrollan son expresiones de un *andro-hetero-centrismo semiótico mediatizado*, cuyo carácter semiótico radica en las potencialidades que tiene esa práctica en tanto performatividad del género desde el lenguaje, inscripto en el dialogismo social de la semiosis infinita. Este concepto da cuenta de procesos sociales que pasan por los medios y se actualizan allí, tomando formas características propias de lo mediático, pero siempre remitiendo a muchas otras dinámicas de lo social.

Ambos conceptos (androcentrismo y heterosexualidad) son centrales para la investigación y mantienen vigencia justamente al entrar en diálogo con miradas posestructuralistas, ya que tanto el concepto de androcentrismo de Moreno Sardá (2007) –que vincula género con raza, etnia, clase, edad–, como el de heterosexualidad en como régimen político (Wittig), tienen aún mucho por dialogar con la propuesta Butleriana de punto de ruptura.

Como sistema significante desborda los análisis centrados en la dimensión del lenguaje y nos habilita a repensar el discurso mediático desde los regímenes de visibilidad/reconocimiento que pone en juego, y los cruces con el dominio de lo público / privado y lo político que desarrolla. La VM opera como un sistema porque articula mecanismos de base del funcionamiento social bajo el principio funcional de la violencia de género: Aquella que restaura el orden simbólico a través de múltiples estrategias, combinando los elementos integrantes del sistema, a fin de reproducir su funcionamiento.

#### **IV. CONCLUSIONES PROVISORIAS**

A partir del estudio bibliográfico y del estado del arte podemos decir que las maneras en que lo mediático presenta las relaciones de género configuran un campo de constitución sobre lo políticamente habilitado de reconocimiento (y no), y sobre los márgenes y fronteras que delimitan el campo de la política, lo político, lo público y lo privado (Hipótesis IV).

La distribución de la palabra y el silencio excede el plano de la representación para inscribirse en tensiones profundas de lo social –como el reconocimiento y la naturalización–, intercalando planos de enunciación argumental y tecnologizada. Los marcos de inteligibilidad que la radio construye sobre las relaciones de género seguirían circunscribiendo ciertas identidades y prácticas al ámbito de lo privado y con ello, generarían una exclusión simbólica que estaría transversalizando todo el discurso social mediatizado y su código de funcionamiento en general (citación, fuentes, orden del discurso) (Hipótesis VI).

Es en esa presentación y representación de las relaciones de género donde además se actualizarían los límites del ingreso de discursos no hegemónicos al mundo de la política, actualizando aquellos que revisten determinadas y típicas definiciones de las relaciones de género (estables, funcionales, coherentes).

Quisiéramos cerrar la ponencia citando a Bourdieu cuando explica que la crisis de un lenguaje no se logra por quebrar sus representaciones, sino que representa el hundimiento de todo un mundo de relaciones sociales (1985: 75) y encontramos allí un área problemática para avanzar en la construcción de un campo de estudios que, reconociendo la particularidad del soporte mediático y su complejidad semiótica, pueda articular el conocimiento técnico con el político, transversalizando la perspectiva de género en el discurso radiofónico.

## REFERÊNCIAS

ALVARADO, J. R. (1994). **Hacia una etnografía de la comunicación oral**. AA VV II Foro Departamental de comunicación y educación Universidad Autónoma Metropolitana, México.

AMMANN, A. B. (2011). **El cuerpo de la voz en el medio radiofónico**. Congreso Valdivia. Inédito, Chile.

ANGENOT, M. y ROBIN, R. (1998). **Pensar el discurso social: Problemáticas nuevas e incertidumbres actuales. Un diálogo entre A y B**. Publicación interna de la cátedra de Análisis y crítica II. Escuela de Letras de la Facultad de Humanidades y Artes, U. N. R. Arg.

ANGENOT, M. (2010). **Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias**. Cap. La historia en un corte sincrónico: literatura y discurso social. Ed. UNC.Arg.

BAJTIN, M. (1982). **Estética de la creación verbal**. Siglo XXI Ed. 1ra ed. Español. 1982. Trad. Tatiana Bubnova. Cap. El problema de los géneros discursivos.



- BALSEBRE, A. (1994). **El lenguaje radiofónico**. Ed. Cátedra, Madrid
- BORIA A. (2009). *El discurso amoroso*. Ed. Comunicarte. Córdoba.
- BORIA A. y BOCCARDI F. (2013) “**Prólogo**” en **Prácticas Teóricas 1: lenguajes, sexualidades y sujetos**. pp.11-17. Ed. Ferreyra. CórdobaA.
- BORIA A. y DALMASO M. (2003) **Foucault y Bajtín: Reflexiones críticas acerca de la subjetividad**. En *Discurso social y construcción de identidades: Mujer y género*. Ed. C.E.A.- U.N.C.
- BOURDIEU, P.(1985). “**Lenguaje y poder simbólico**”, en *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ed. Akal. Madrid.
- \_\_\_\_\_ (2000). *La dominación masculina*. Ed. Anagrama, Barcelona.
- Butler, J. (2001). **El género en disputa**. Ed. Paidós UNAM, Mx.
- \_\_\_\_\_ (2004). **Lenguaje, poder e identidad**. Síntesis S.A., Madrid.
- CARUNCHO M. C. (2010). “**Ética y feminismo. Una aproximación al lenguaje de la teoría feminista**”. En *Claves para una información non sexista*. pp. 12-23. Álvarez Pousa, L.y Puñal Rama B. (Coord.) Ed. Atlántica. Santiago de Compostela, España.
- ÁLVAREZ P. L. y RAMA, B. P. (2010) “**Prólogo**”. En *Claves para una información non sexista*. pp. 6-10. Álvarez Pousa, L.y Puñal Rama B. (Coord.) Ed. Atlántica. Santiago de Compostela, España.
- DE LAURETIS, T. (1989). **La tecnología del género**. En *Essays on Theory, Film and Fiction*, Macmillan Press. London.
- FERNÁNDEZ, J. (2008). **La construcción de lo radiofónico**. La Crujía. Buenos Aires.
- FOUCAULT, M. (1997). **Nietzsche, la genealogía, la historia**. Pre-textos. Valencia.
- HAYE, R. (1995). **Hacia una nueva radio**. Ed. Paidós, Buenos Aires.
- HERRERA, B. (1998). “**Violencia en los medios**”. En *Anuario Ininco*. Ed. Univ. Central de Ve. Venezuela.
- IZQUIERDO, M. (1994). “**Uso y abuso del concepto de género**”. En *Pensar las diferencias*. (Mercedes Vilanova Com). Universitat de Barcelona. Barcelona.
- LAUDANO, C. (2010). “**Mujeres y medios de comunicación: reflexiones feministas en torno a diferentes paradigmas de investigación**”. En *Las Palabras tienen Sexo I*. Pp. 40 a 54. Chaer S. (comp). Ed. Artemisa Comunicación. Buenos Aires.
- LÓPEZ DIEZ, P. (1996). **Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género**. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Información (UCM). Madrid.

MARTÍNEZ LIROLA, M. (2011). **Estudio de la construcción discursiva de las mujeres y los menores inmigrantes en una muestra de noticias de radio**. Universidad de Alicante, España.

MATTA, M. y SCARAFÍA S. (1993). “**Las entidades enunciativas**” en **Lo que dicen los radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico**. A.L.E.R. Quito.

MATTELART, M. (2007). “**Mujeres Y medios. Memorias de un pensamiento crítico**”. En *Crítica feminista y comunicación*. Sánchez Leiva (coord.). pp. 29-53. Ed. Comunicación Social. Sevilla.

MORENO SARDÁ , A. (2007). *De qué hablamos cuando hablamos del hombre*. Ed. Icaria. Barcelona, España.

MUNGUÍA CHIRINO, D. (2012). **El discurso amoroso en la radio como estrategia comunicativa en control social sobre la mujer**. Tesis de Lic. en Comunicación Social. UNAM. México.

SÁNCHEZ LEIVA, M. (2007) **Crítica feminista y comunicación**. Ed. Comunicación Social. Sevilla.

SCOTT, J. (2003). “**Usos, dificultades y posibilidades de la categoría “género”**”. En *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*. Lamas (comp.) Grupo Ed. Miguél Ángel Porrúa. México.

VERÓN, E. (1987). **La semiosis social**. Gedisa, Barcelona.

\_\_\_\_\_ (1996). “**De la imagen semiológica a las discursividades. El tiempo de una fotografía**” en *Espacios Públicos en Imágenes*. Gedisa, Veyrat – Masson y Dayan (cooms). Barcelona.

\_\_\_\_\_ (1997) **Esquema para el análisis de la mediatización**. En *Revista Diálogos de la Comunicación*, pp. 28-37. Buenos Aires.

\_\_\_\_\_ (2001). **El cuerpo de las imágenes**. Grupo Editorial Norma. Bs. As.

\_\_\_\_\_ (2004). **Fragments de un tejido**. Gedisa. Barcelona.

\_\_\_\_\_ (2013) **La semiosis social 2**. Ideas, momentos, interpretantes. Ed. Paidós. Bs. As.

WILLIAMS, R. (1980). **Marxismo y literatura**. Ed. Península. Barcelona.

WITTIG, M. (1978). **El pensamiento heterocentrado**, Disponible en <http://www.herramienta.com.ar/cuerpos-y-sexualidades/el-pensamiento-heterocentrado-1978>