

10 años de estudios sobre la radio: un modelo de abordaje integral para el análisis de la TPGS

*10 anos de estudos sobre o rádio: um modelo de
abordagem integral para a análise da TPGS*

*10 years of studies on the radio: a comprehensive
approach model for the analysis of TGPS*

Paula Alicia Morales

Resumen

Muchas veces alumnos, tesisistas e incluso investigadores/as con trayectoria en el campo del análisis de los medios y las mediaciones, los discursos y sus modalizaciones nos preguntamos cómo trabajar un análisis integral de la materialidad sonora, cuando pareciera ser inaprehensible y sus dificultades poco tuvieran que ver con las tecnologías de registro, sino más bien, con la ausencia de metodologías de estudio pensadas para este medio. Este artículo se propone presentar los recorridos y derivas que desarrollé desde 2011 a la fecha, para configurar un modelo de abordaje integral sobre la Transversalización de la Perspectiva de Género en Radio, sus principales herramientas metodológicas y algunos ejemplos de caso, a modo ilustrativo de posibles vías de acceso para una cartografía del medio.

Palabras clave: Violencia Mediática; Transversalización de la Perspectiva de Género; Radio.

>> Como citar este texto:

MORALES, Paula. 10 años de estudios sobre la radio: un abordaje integral para el análisis de la TGPS. **Radiofonias – Revista de Estudios em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 13, n. 01, p. 8-39, jan./abr. 2022.

Sobre a autora

Paula Alicia Morales

paula.morales@unc.edu.ar

<https://orcid.org/0000-0002-8037-5579>

Doctora en Estudios de Género, Diplomada en Medios de Comunicación, Violencia Intrafamiliar y Equidad de Género, y Diplomada en Desarrollo Humano con Perspectiva de Género y Derechos Humanos por la UNC. Su proyecto postdoctoral se tituló “Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización” (CONICET 2017-2019). Actualmente es docente de la FCC UNC, directora del CiPeCo (Centro de Investigaciones en Periodismo y Comunicación) FCC UNC, y miembro del Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo.

Abstract

Many students and even researchers with experience in the field of media analysis and media coverage, discourses and their modalities, ask themselves how to work on a comprehensive analysis of sound materiality, when it seems to be elusive and its difficulties have almost nothing to do with recording technologies, but rather, with the absence of study methodologies designed for this medium. This article intends to present the paths and drifts that I developed from 2011 to this date, to configure a comprehensive approach model on the Mainstreaming of the Gender Perspective in Radio, its main methodological tools and some case examples, by way of illustrative of possible access routes for a cartography of the environment.

Keywords: Media Violence; Gender Perspective Mainstreaming; Radio.

Resumo

Muitas vezes estudantes e, até pesquisadores, com experiência no campo da análise e cobertura midiática, dos discursos e suas modalidades se perguntam como trabalhar uma análise compreensiva da materialidade sonora, quando ela parece elusiva e suas dificuldades pouco tem a ver com as tecnologias de gravação, mas sim com a ausência de metodologias de estudo pensadas para este meio. Este artigo pretende apresentar os caminhos e derivas que desenvolvi desde 2011 até à data de hoje, para configurar um modelo de abordagem compreensiva sobre a Integração da Perspectiva de Gênero no Rádio, as suas principais ferramentas metodológicas e alguns exemplos de casos, a título ilustrativo de possíveis vias de acesso para uma cartografia do ambiente.

Palavras-chave: Violência na mídia; Integração da perspectiva de gênero; Rádio.

Introducción

Muchas veces nuestros/as alumnos, tesistas e incluso nosotras/os mismas/os nos preguntamos cómo trabajar un análisis integral de la materialidad sonora, cuando pareciera ser inaprehensible -por fugaz y desanclada de las grafías de la escritura-, y surgen dificultades que poco tienen que ver con las tecnologías de registro, sino más bien, con la ausencia de enfoques teórico-metodológicos para este medio.

Este artículo se propone presentar los recorridos y derivas que desarrollé en una década de trabajo –desde 2011 a 2021– para configurar un *modelo de abordaje integral* sobre la transversalización de la perspectiva de género en radio, sus principales herramientas metodológicas y algunos ejemplos de casos de investigación analizados, a medida que el modelo iba tomando forma y consistencia. A continuación, se presentan lo que fueron emergiendo como puntos de partida, interrogantes, hipótesis y posibles vías de acceso para su desarrollo, verificación y validación.

Puntos de partida

Nuestro punto de partida fue identificar y analizar las diversas modalidades en que se presentaban en el discurso radiofónico las Violencias Mediáticas de Género (en adelante V.M.G.). Para ello aplicamos un abordaje socio semiótico. Durante el período de 2011-2017 desarrollé un trabajo investigativo que titulé "*Violencia Mediática: Un abordaje socio semiótico sobre el tratamiento del Género en el discurso radiofónico*" y fue publicado como tesis doctoral, en el marco de dos becas de investigación financiadas por las agencias SECYT y, posteriormente, CONICET. Allí analicé un corpus de emisiones radiofónicas de los meses de septiembre y noviembre de 2011, y marzo de 2012, con el fin de comprender cómo en aquellas dos emisoras locales (Radio Nacional Córdoba, pública-estatal, y Radio LV3, privada-comercial) se expresaban las Violencias Mediáticas.

Nos interesaba conocer cuál era el tratamiento de las relaciones de

género que presentaban ambas radios y –comparativamente- poder distinguir un estado de época, un conjunto discursivo de tópicos y retóricas recurrentes que nos acercase al funcionamiento doxástico de aquellos años. De esas radios tomamos segmentos de conversación y comentario radiofónico, columnas de opinión y llamados de las audiencias –emitidos durante las segundas mañanas, de 8 a 12 hs–, e hicimos un especial recorte para configurar la muestra, analizando algunas fechas claves de la agenda feminista que aparecieron en el material recopilado.

Por entonces nos preguntamos ¿Qué sentidos sociales construía el discurso radiofónico de nuestro corpus¹ sobre las relaciones de género? ¿Desde qué modalidades de enunciación las dos emisoras analizadas elaboraban y mediatizaban sentidos, saberes y presupuestos de nuestra cultura alrededor de las relaciones de género?, y ¿Qué mecanismos de base del funcionamiento social (Verón, 2004) se ponían en juego, operaban?

En este recorrido consideramos tres dimensiones para el análisis sociosemiótico del discurso. La primera fue la dimensión *Institucional* (que metafóricamente llamamos “Hablan los que saben”) y remite a los objetivos y políticas de programación, propios y convencionales de los dos tipos de radios que analizamos (comercial y estatal), y las estrategias de vinculación con las audiencias que en este marco proponían ambas emisoras. La segunda fue la dimensión *Referencial* (“Lo que se dice”), el orden de lo dicho y lo callado en el discurso, así como también los temas que logran participación en las agendas radiales. Finalmente la dimensión *Enunciativa* (“Quiénes y cómo”), para comprender el decir y sus modalizaciones, la construcción de figuraciones, tópicos y retóricas, y estrategias discursivas.

Algunos conceptos se volvieron claves para este recorrido. El de *figuraciones* fue uno, fundamental. Tomado de la obra de Elías (1990), nos

¹Es pertinente señalar que en ese proyecto investigativo el recorte geográfico de alcance del corpus era el de la provincia de Córdoba (Argentina), y ambas emisoras emitían desde y para el territorio cordobés. Sin embargo, la pregunta es extensible a las radios de otras localidades y países, de acuerdo al recorte muestral que se defina en las investigaciones que apliquen el modelo.

permitió preguntarnos por aquellas formas de organización social que nos hablan del género en la cultura y que configuran sentido a las relaciones sociales en función de la dimensión genérica de las prácticas y su significación, entendiendo por figuraciones a los diferentes aspectos sociales que creamos en nuestras interacciones en todos y cada uno de los ámbitos que forman una sociedad. Para Elías una figuración es un instrumento conceptual que nos ayuda a interpretar los sentidos que en determinados contextos han cobrado pregnancia y han funcionado como estructurantes de la forma de organización de la vida social.

Así también, la noción de *géneros discursivos* como condensaciones relativamente estables del discurso (BAJTÍN), facilitó entender cómo en el interior de cada uno de ellos hay variaciones que remiten a los fenómenos de competencia interdiscursiva. Esos movimientos son reconocibles a través de estrategias discursivas que delatan las operaciones típicas de cada género, y las modificaciones que el dispositivo de enunciación produce en función del contexto. A través de dichas estrategias y reconociendo en las marcas del discurso las huellas de su producción, pudimos reconstruir las gramáticas de producción e identificar qué relación (de índole ideológico) presentaban esas condiciones de producción de la enunciación, con lo que efectivamente salía al aire.

Las hipótesis

Con el material fichado, comenzamos a indagar sobre la relación entre la práctica periodística, las manifestaciones de los presupuestos fundantes de la cultura, y una serie de situaciones naturalizadas que podemos sintetizar en el orden del acceso de las mujeres al sistema mediático, su permanencia, el desarrollo de condiciones de enunciación en (in)equidad y en el tipo de reconocimiento/desconocimiento del propio campo respecto de la presencia significativa de mujeres en él. Comprender cómo estas cuestiones se relacionaban, y asumir que efectivamente se relacionaban entre sí, fue nuestra

primera hipótesis.

De este modo nos metimos de lleno en abordar la relación entre la presencia o ausencia de mujeres en el discurso radiofónico, con las tópicas y retóricas que las incorporaban o las excluían, y las modalidades de negociación presentes en el diálogo radiofónico; también la medida en que esta relación de variables generaban un espacio simbólico de disputa donde cotidianamente se definían y redefinían los márgenes de construcción de sentido sobre el acceso de subjetividades femeninas y feminizadas al mundo de lo público. Estos sentidos –construidos discursivamente y restaurados en la práctica cotidiana– actualizan los límites, riesgos y costos del ingreso de identidades genéricas no masculinas al debate público, que caracterizamos como altamente androcéntrico y consagrado como del dominio de los iguales. Esta fue otra de nuestras hipótesis guía en el trabajo investigativo, y posteriormente se constituyó como una categoría de análisis bajo el nombre de “andro-hetero-centrismo mediatizado” (MORALES, 2015).

Los supuestos

Sucintamente, podríamos decir que de aquel primer momento extrajimos una conclusión fundamental. La Violencia Mediática tal y como la entendemos aún hoy, es una expresión mediática de las violencias de género. Esta afirmación condensa una serie de sentidos sobre lo violento y sus manifestaciones, y articula determinados *temas* y *tratamientos* mediáticos con la práctica que incurre en V.M. Esta concepción de principios del decenio 2011-2021 se correspondía con un enfoque jurídico (como manifestaciones de las violencias de género) o como su expresión en un tipo particular de ámbito –el mediático–, y es propia de aquella idea que emerge en la década del ´40 y se centra en el abordaje de la influencia masiva de la T.V. (sobre las infancias) en el contexto de los hogares norteamericanos (HERRERA, 1998). En la legislación de este comienzo de decenio la Violencia Mediática era entendida, según la definición legal de carácter nacional en vigencia durante el período analizado (2011-2012),

como una modalidad de la Violencia Simbólica hacia las mujeres. La Ley nacional 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales fue promulgada el 1 de Abril de 2009, y reglamentada el 20 de Julio de 2010, y en su artículo 6 acápite f precisa al respecto como V.M.:

“Toda aquella publicación o difusión de mensajes e imágenes estereotipados a través de cualquier medio masivo de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva la explotación de mujeres o sus imágenes, injurie, difame, discrimine, deshonre, humille o atente contra la dignidad de las mujeres, como así también la utilización de mujeres, adolescentes y niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construya patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia contra las mujeres”.

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. Aun así, los resabios del paradigma que considera las V.M. como expresión de las V.G. aparecían como los modelos teóricos y epistemológicos disponibles para pensar la reconocibilidad social de producción y reproducción del género y sus violencias constitutivas en los medios.

Tres décadas más tarde los estudios sobre la V.M. en el campo radiofónico, de 1996 en adelante, nos permitirían complejizar la mirada y desarrollar un análisis más integral. Varias autoras y autores latinoamericanos de escasa citación en los materiales previos, fueron referencias obligadas² para nuestra investigación. Retomando los trabajos de la investigadora española Pilar López Diez, como antecedentes teóricos relevantes sobre la Comunicación con Perspectiva de Género en Radio (a nivel iberoamericano) y a la luz de los iniciales estudios en el campo, estábamos en condiciones de hacer un planteo

² 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. 25 Al respecto véase Camerlo S., y Amado Suarez A.; Fernández Hasan V.; Ferrero S., González V. y Vega Kart A.; Uzin M.; Bianciotti M.; Lagunas C.; Lencina K.; Balestrin A.; Gregorio Gil; Andrés del Campo Susana; Mancipas Chávez, Rosalía; Lledó, Eulalia (1992); Sánchez Leyva (2007); Tannen, Deborah (1996); De Miguel C. (2004); Fiol A., Logiodice L. y Rugna C.; Rovetto F; Puñal Rama, A.; Castro Vázquez O.; Rodigou M.; Carballido G (2010).

distinto: Era necesario comprender las V.M. como un complejo e interconectado Sistema de condiciones y condicionantes, más allá de expresiones clasificables y tipologías plasmadas en los contenidos escuchados y clasificados como violentos.

Nuevos planteos

Cuando hablamos del lenguaje radiofónico como un sistema semiótico (BALSEBRE, 1994: 27) entendemos que el medio pone en juego, a través del lenguaje, 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.

A partir de ese planteo desarrollamos un punto de vista sobre las V.M. que pretendía superar los esquemas deterministas y funcionalistas de la representación del lenguaje y la imagen desde el género. Esta mirada asume que la V.M. –como modalidad de la violencia simbólica–, opera tanto por acción como por omisión, e interdependientemente con otros tipos de violencias de género.

Para nosotros las Violencias Mediáticas de Género operan como un sistema significativo que articula mecanismos de base del funcionamiento social bajo el principio funcional de las violencias 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.

Las V.M.G. utilizan la plataforma mediática para su reproducción porque en ellas convergen modalidades de enunciación, tópicos, retóricas, saberes técnicos e instrumentales, y tradiciones filosóficas y políticas, voces mediatizadas y tecnología de contacto.

La V.M.G. es por tanto una categoría que da cuenta de un complejo sistema semiótico cuya potencialidad operativa radica en la diversidad de relaciones complejas que establece *entre* tres dimensiones: la violencia, el género, y lo mediático. Como sistema significativo 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, lo privado y lo político.

Cuando iniciamos nuestro recorrido de investigación decíamos, partimos del supuesto de la V.M.G. como una *manifestación* evidente de la actualización de esta tradición patriarcal, sexista y androcéntrica del campo mediático. En términos de Sánchez Leiva, una concepción representacionista o correspondencialista del lenguaje (SÁNCHEZ LEIVA, 2007: 67). Tras una revisión crítica pudimos desarrollar las dimensiones de análisis que nos permitieron hablar de un complejo entramado de condiciones de producción discursivas (VERÓN, 1987) que articula, en el ámbito mediático, la legitimación sociocultural de la jerarquización de las relaciones de género en base a la diferencia sexual.

Resemantizamos así las *manifestaciones* de V.M. para entenderlas como *configuraciones* de la 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 e identidades sexo-genéricas no masculinas al sistema mediático, en su permanencia, en los medios 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.

El análisis de las prácticas periodísticas que en esta matriz se desarrollan nos permite dar cuenta de las expresiones de un *andro-hetero-centrismo 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.

Pensar las V.M. en esta clave -y semantizarlas *Violencias Mediáticas de Género como Sistema Semiótico*- nos permitió nutrir a su vez las categorías de andro y heterosexismo, considerándolas no ya como dos dimensiones de la cultura sino en tanto matrices de inteligibilidad que transversalizan la cultura y en ese mismo acto, performativamente, la definen y habilitan/restringen prácticas modeladoras de sentido. La transversalidad de ambos conceptos (en lugar de su desagregación) permite pensar la estereotipia mediática y el

lenguaje sexista como las puntas del iceberg, y relacionar la V.M.G. con *otras modalidades* de violencia que coexisten en la misma matriz. Nos referimos por ejemplo a la violencia obstétrica, económica, laboral, etc.

El análisis del sistema mediático desde la categoría de las V.M.G. es complejo, pero no porque revista de operatorias inclasificables, sino porque pone en juego -simultáneamente-, una serie de dimensiones interdependientes propias del orden del género, de la V.G., y de lo mediático. Es precisamente allí donde radica la potencialidad del concepto de V.M.G. como sistema semiótico.

Enfocar el problema de las V.M.G. como una sumatoria de *manifestaciones de la violencia* nos haría ver el árbol y perdernos de la perspectiva del bosque. Benjamín Arditi (1991) explica que la totalidad social debe poder ser vista desde la perspectiva del archipiélago, donde la totalidad sería equivalente a un diagrama o mapa rizomático de puntos nodales o centros de fuerza que también son, a su vez, construcciones rizomáticas.

De este modo, el lenguaje, los medios técnicos, y los marcos de reconocibilidad de los que disponen las audiencias son puntos nodales donde se tensionan y distienden las articulaciones posibles entre género, violencia de género y medios de comunicación. Como ya dijimos, hablamos entonces de *configuraciones* en lugar de *manifestaciones* de las V.M.G.

En este enfoque las tácticas y estrategias de poder y resistencia que entran en juego frente a estas V.M.G. ya no son mediáticas, sino mediatizadas. El efecto de las violencias no es entonces sólo producto de las combinatorias internas de su lenguaje, sino del complejo entramado de relaciones previsibles, y de sus puntos de fuga y resistencias.

De este modo llegamos a producir una clasificación sumamente rica de Estrategias retórico-discursivas que pudieran dar cuenta del complejo sistema de relaciones significantes como Violencias Mediáticas de Género, que dimos por llamar las *Estrategias Retóricas de las V.M.G. en radio*:

Las citas. O de la iterabilidad del signo

El Estereotipo. O el arte de la simplificación

La invisibilización

El ocultar Mostrando

Todas Nosotras. De lo inclusivo-excluyente

Sobre-nominación

El insulto

El chiste y la burla sarcásticos. Exotizar las diferencias

La pregunta y la repregunta. El hostigamiento sutil

La triple cara de la repetición. La regla, la parodia y la política

¿Sensacionalismo o sensibilización? Retóricas del melodrama

La consecuencia y la complementariedad. El huevo o la gallina

El desnudo de la voz. Despojar al aire

La amenaza

El silencio cómplice

Para identificar, describir y configurar una serie de dimensiones y mecanismos que conforman las lógicas de las V. M. G., retomamos a Ayala (2010), quien desarrolla una línea de indagación centrada en el tratamiento informativo diferenciado entre hombres y mujeres basada en observaciones anteriores donde la autora había observado detenidamente ámbitos significativos de la producción periodística gráfica. A los fines de indagar sobre la cultura profesional periodística y específicamente respecto de las desviaciones en el tratamiento diferenciado por razón de género, identifica diferentes niveles de responsabilidad en la reproducción de estereotipos. Así, las dinámicas profesionales fueron registradas en cuatro niveles:

1. Mecanismos debidos a la organización empresarial.
2. Mecanismos debidos a la cultura profesional periodística.
3. Mecanismos debidos al contexto sociocultural.
4. Mecanismos debidos a la idiosincrasia particular de cada periodista.

Indistintamente respecto de la numeración, los cuatro niveles dan cuenta

interdependientemente de un tratamiento informativo asimétrico para hombres y mujeres que predispone las condiciones para la reproducción de estereotipos de género.

En 2019 iniciamos una segunda etapa en el desarrollo de nuestro enfoque. Retomamos estos aportes de Ayala y los complementamos con tres conceptos centrales que operan de cronotopía sobre la materialidad de nuestro campo, la radio: *El tiempo de la palabra* en radio, las *categorías Profesionales* de las y los intervinientes en la comunicación (roles) y el *sistema de ubicaciones* (horizontales y verticales, simétricos-asimétricos).

Implementamos estas categorías en el análisis de otras emisoras, ambas pertenecientes a un mismo multimedio universitario –nos referimos al Multimedio SRT de la Universidad Nacional de Córdoba–, en sus frecuencias AM 580 y FM 102.3. Lo hicimos en el contexto de la beca postdoctoral CONICET que permitió el desarrollo de la investigación titulada “Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización” (2017-2019).

El carácter estructural de la desigualdad de género en el campo laboral, las dinámicas de precariedad, desamparo y sus efectos diferenciales sobre las mujeres tienen un efecto diferencial sobre las mujeres y las personas LGTTBIQ+. Comenzamos entonces a considerar cada vez con más peso el contexto y las condiciones de producción discursivas en el marco del alcance de la categoría V.M.G. mencionada. El fenómeno del impacto diferencial del género en las trayectorias laborales de las mujeres, conocido como brecha laboral de género, y los consecuentes estadios, metaforizados como “pisos pegajosos”, “escaleras de lodo” y “techos de cristal”, son dimensiones del problema (Tannen Deborah, 1994; García de León Ma. Antonia, 2002; López Diez, Pilar, 2005) se volvieron centrales para un nuevo avance en el desarrollo del modelo integral de análisis que desarrollamos.

En el período 2017-2019 el total de profesionales empleados/as en los 4 medios privados de comunicación más relevantes de la provincia de Córdoba, citados en el informe producido por Chaer y Pedraza (2018) eran

porcentualmente:

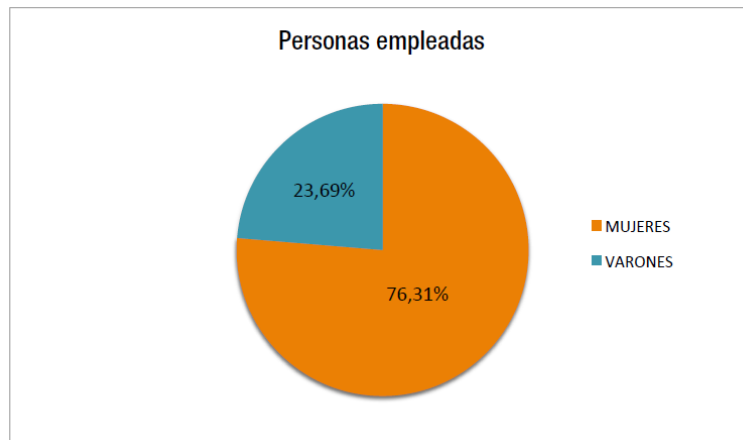


Gráfico N° 1. Título: Personas Empleadas. Fuente: Informe "Organizaciones de medios y género" Igualdad de oportunidades para mujeres y personas LGTTBIQ+ en empresas, sindicatos y universidades" (CHAER S. y PEDRAZA V.; 2018), p. 96.

Y en comparación Córdoba-Buenos Aires, el porcentaje de egreso de las carreras de comunicación en universidades públicas y el acceso al mercado laboral en el campo de la comunicación social y el periodismo tenía un porcentaje similar entre las provincias, y un desfase muy drástico en función de la variable género de sus profesionales:

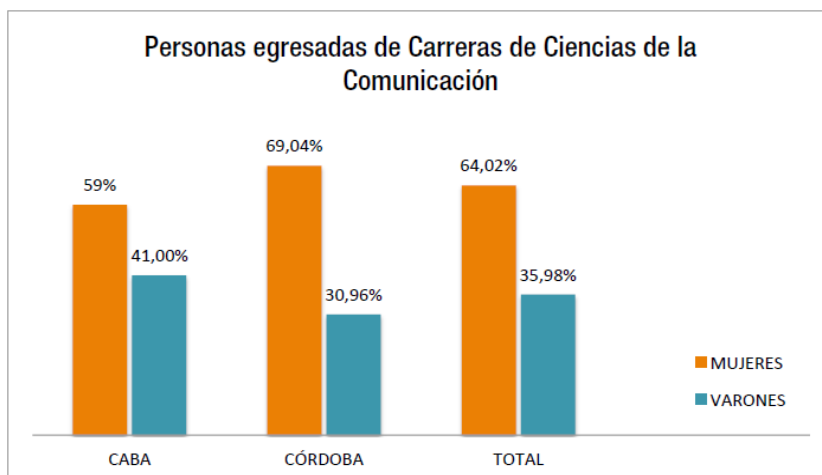


Gráfico N° 2. Título: Personas egresadas de carreras de Ciencias de la Comunicación. Fuente: Informe "Organizaciones de medios y género" Igualdad de oportunidades para mujeres y personas LGTTBIQ+ en empresas, sindicatos y universidades" (CHAER S. y PEDRAZA V.; 2018), p. 145.

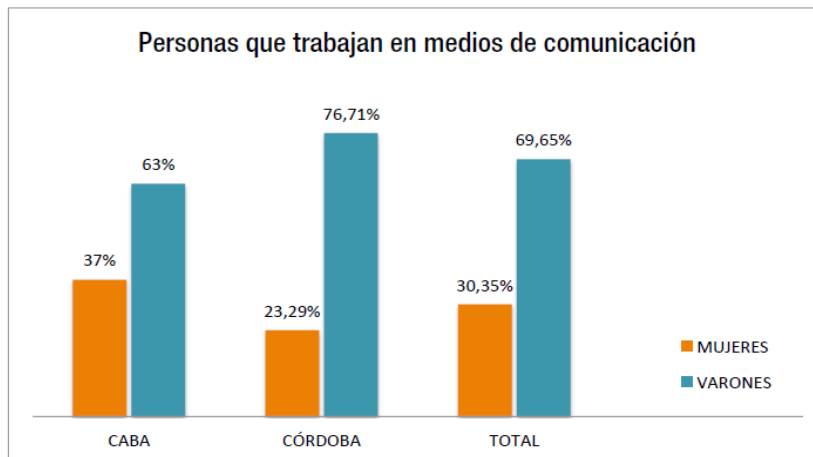


Gráfico N° 3. Título: Personas que trabajan en medios de comunicación. Fuente Informe "Organizaciones de medios y género" Igualdad de oportunidades para mujeres y personas LGTTBIQ+ en empresas, sindicatos y universidades" (CHAER S. y PEDRAZA V.; 2018), p. 140.

Este panorama nos permitió desarrollar la *dimensión Institucional* que en la primera etapa de la década de trabajo no había logrado la relevancia que los datos contextuales ameritaban, y que la nueva categorización de las Violencias Mediáticas como Sistema Semiótico habilitaban.

Fue entonces que identificamos 4 Operaciones Retóricas Discursivas y fichamos su aparición siguiendo las 4 clasificaciones propuestas por Ayala (2010).

La TPGS en Radio

La respuesta al carácter estructural de las desigualdades de género en los ámbitos laborales y productivos, ha sido internacionalmente promovida desde el paradigma de la Transversalización de la Perspectiva de Género (TPG), y esta noción se ha instalado como un interrogante cada vez más presente en los estudios de la cultura mediática, la sociología de las comunicaciones, los estudios del lenguaje y los estudios de género. Transversalizar la perspectiva de género es un proceso estratégico de índole sociocultural y político que surge como objetivo de los organismos internacionales (BEIJING, 1995) frente a las demandas del movimiento de mujeres global y pretende dar respuesta a las inequidades de género. Implica acciones en el orden de legislación, políticas y/o

programas, en todos los ámbitos y niveles, en pos de crear capacidades institucionales para la implementación de acciones positivas y la participación ciudadana. Su abordaje requiere aún de una profundización conceptual acorde a un paradigma interdisciplinario y, a la vez, de la articulación de metodologías de análisis situadas.

Nuestro enfoque retomó los aportes de Caruncho Michinel (2010), que sostiene que la perspectiva de género se conforma a través de tres ejes de visibilización: la construcción de un sistema sexo/género (2010: 18), el uso y la división de espacios (ámbito público y privado) con funciones sociales que dependen del reconocimiento, valoración y jerarquización sobre lo público (2010: 19), y finalmente, sobre las dinámicas de opresión. A partir de estos tres ejes, y con el recorrido previo, pudimos llegar al diseño (e implementación) de un Sistema de Indicadores para el abordaje de la TPGS en radio.

El Sistema de Indicadores

El Sistema de Indicadores (en adelante S.I.) es un detallado conjunto de indicadores que permite el abordaje de la dimensión institucional y enunciativa de las emisoras desde el enfoque de género. Fue desarrollado entre 2017 y 2019 en el marco de la investigación postdoctoral mencionada y se basó en los indicadores GSMI de UNESCO sobre medios de comunicación, los correspondientes al Monitoreo Global de medios de la WACC, los indicadores de CEPAL que han inspirado los criterios de ISOQUITO y sus actualizaciones, los indicadores de progreso (2015) de la OEA mediante el Protocolo San Salvador, la guía de indicadores BDP ESP (MESECVI), los indicadores del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) de Costa y los de la agencia GIZ, expuestos en su guía para la elaboración de un sistema de seguimiento basado en resultados sensibles al género (ALEMANIA, 2014).

El S.I. adopta la información recogida desde un enfoque cuantitativo apoyado principalmente en la técnica de registro y fichaje de emisiones sonoras (Subcorpus 1), lo articula a un trabajo de análisis cualitativo del discurso, y lo

pone a dialogar con un conjunto de entrevistas abiertas a profesionales (Subcorpus 2) que se añaden al material disponible.

Permite el registro y clasificación de las variables correspondientes a la Dimensión Institucional de los discursos analizados (las emisiones y las entrevistas).

También permite ubicar la construcción de las imágenes de enunciadore/as y destinatarios/as que se construyen en las emisiones al aire; las estrategias y los presupuestos y sobreentendidos que emergen respecto de las condiciones de desarrollo profesional y temas de la agenda de género, todo esto correspondiente a las dimensiones Referencial y Enunciativa.

Desde una perspectiva sociodiscursiva la construcción del *corpus de análisis* que es insumo para nuestro S.I. implica el trabajo en dos registros. El primero es sonoro y corresponde a una muestra de la programación de emisiones radiofónicas. El segundo es un compendio de entrevistas a profesionales del medio. De este modo constituimos:

Un primer Subcorpus, conformado por un *Universo Muestral* (UM) compuesto por las emisiones de programas al aire, durante tres meses, en las emisoras seleccionadas, a fin de obtener un universo muestral variado, manteniendo el balance de emisiones matutinas, vespertinas y nocturnas, en semana y fines de semana.

En nuestras investigaciones el U.M. fue conformado por una cantidad considerable de horas de registro, a partir del cual se elaboraron siete (7) *Unidades de Análisis* (UA), mediante el criterio de selección de segmentos o piezas radiofónicas cuya particularidad remite al género periodístico en el cual se presenten. Distinguimos entonces: 1) Segmentos de apertura y cierre de programas, 2) Columnas de opinión, y Mesas de Café o Tertulias, 3) Diálogo radiofónico, comentarios y opiniones entre conductores/as y co-conductores/as, 4) Entrevistas, 5) Crónicas y/o móviles, 6) Música, 7) Publicidad. Esta organización del material nos permitió registrar, a modo ilustrativo, la siguiente distribución del conjunto de ambas emisoras del multimedia universitario abordado:

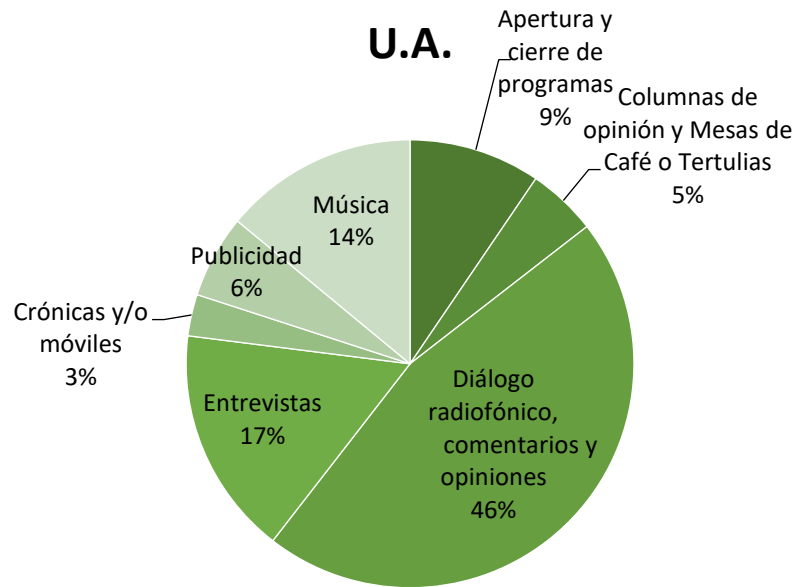


Gráfico N° 4. Título: Unidades de Análisis. Fuente: "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

Desde una *Dimensión cuantitativa* en este Subcorpus se registran la duración de los fragmentos seleccionados, la proporcionalidad en función del tiempo total de emisión, la cantidad de voces intervinientes, el sexo de las voces, la jerarquización de temas tratados, su tratamiento, enfoques involucrados, y tiempo por tema tratado.

A partir de allí se realiza un trabajo descriptivo en base al método comparativo, bajo el procedimiento de observación-escucha, y de transformación de los datos en información, y se implementa una ficha modelo que ayuda a su registro.

En la *Dimensión cualitativa* se identifican las tópicos generales y de recurrencia, los géneros y formatos en los que aparecen, y se busca representatividad tipológica por medio del método de "saturación de categorías". Así, se elaboran tipologías iniciales (*Clusters*).

Con estos procedimientos estamos aplicando el esquema del Sistema Semiótico Radiofónico (BALSEBRE, 1994: 27) al análisis socio-discursivo de las piezas radiofónicas, desde la materialidad propia del corpus, lo cual a su vez nos

permite registrar los resultados en una ficha modelo (Ficha N° 2) que incorpora las diversas estrategias y modalidades del decir –específicas del discurso radiofónico–, como así también los posicionamientos del enunciador ante lo que se dice (MATA y SCARAFÍA: 1993), el predominio de géneros discursivos y jerarquización temática, el sistema de ubicaciones, turnos, y tiempos del habla en función de una perspectiva de género (entre otras dimensiones, incluye la división sexual del trabajo en la rutina del medio, representación de mujeres y hombres como personas mencionadas o entrevistadas y tiempo hablado, representación de género según profesión/ocupación, la presencia de las mujeres y hombres según los temas tratados en las noticias, la forma en que los informativos les presentan, presencia de periodistas que cubren las noticias respecto a sus compañeros) (LÓPEZ DIEZ, 2001, 2005), entre otros.

Un segundo subcorpus, que corresponde a entrevistas a profesionales en ejercicio en los medios incluidos en el estudio, y actores institucionales y académicos del campo. La exploración de carácter cualitativo se elabora mediante entrevistas abiertas y en profundidad, abordando sus trayectorias laborales y sentidos emergentes de la TPGS.

Parte de un especial hincapié en el análisis del discurso situado institucionalmente, de una caracterización de las emisoras en un mapeo comparativo durante el período en cuestión, incluyendo las políticas institucionales de producción, los objetivos explícitos e implícitos y su ubicación dentro del mercado mediático, y se enfoca en indagar sobre las trayectorias laborales de las/los profesionales del medio desde un análisis sociodiscursivo de los sentidos atribuidos a los impactos del fenómeno que se requiera investigar vinculado a las trayectorias profesionales.

Validación metodológica y resultados

Este esquema metodológico ha permitido –en el marco de la investigación postdoctoral mencionada–, reconocer los roles sexuados y su distribución en la programación de las emisoras, así como su asociación a

géneros periodísticos, de opinión, o de información:

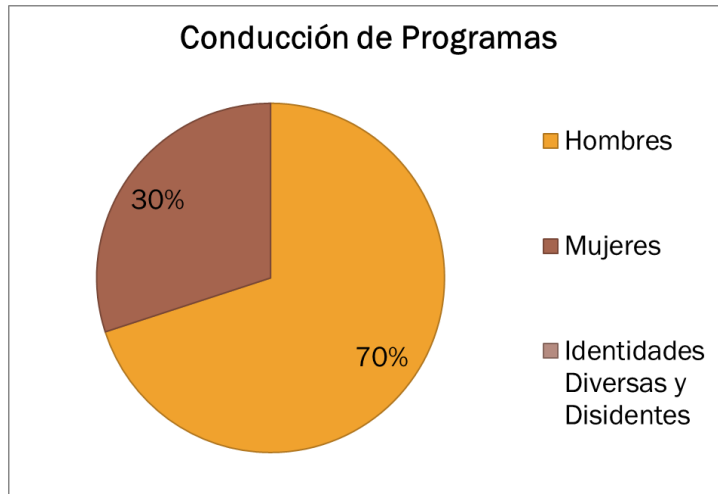


Gráfico Nº 5. Título: Roles Sexuados y su distribución en la conducción de la programación. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

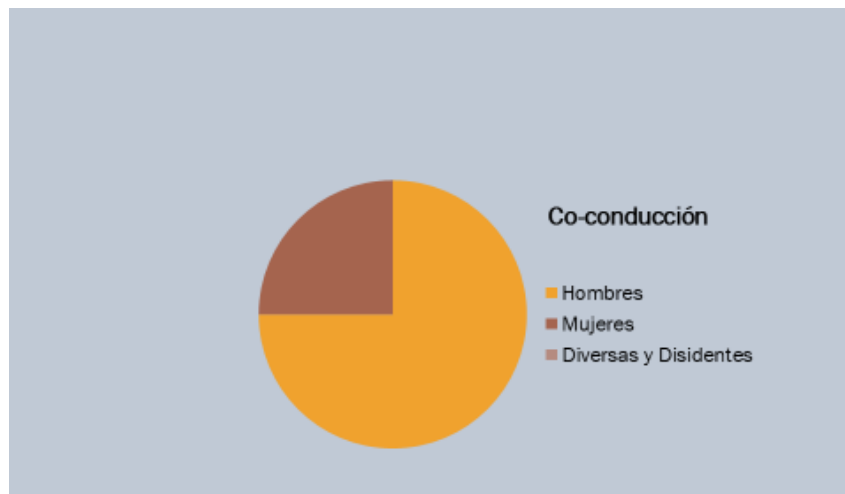


Gráfico Nº 6. Título: Distribución de roles en co-conducción. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

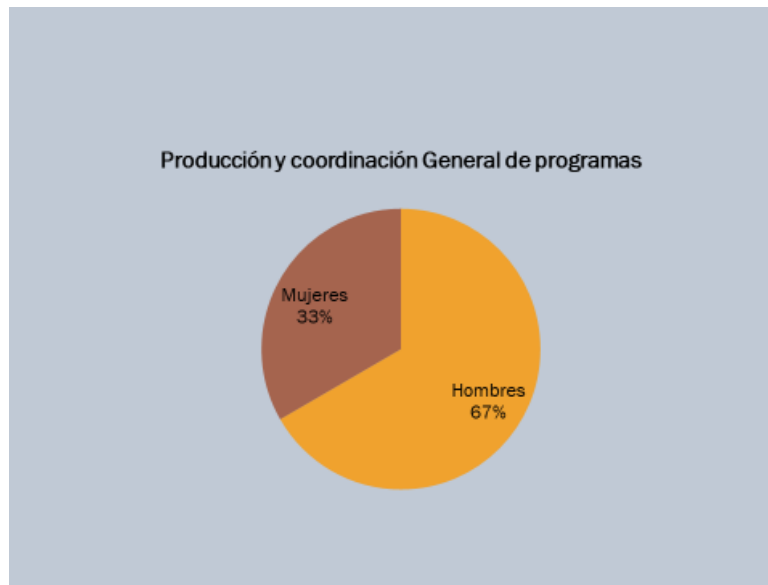


Gráfico N° 7. Título: Distribución de roles en Producción y coordinación general de programas. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

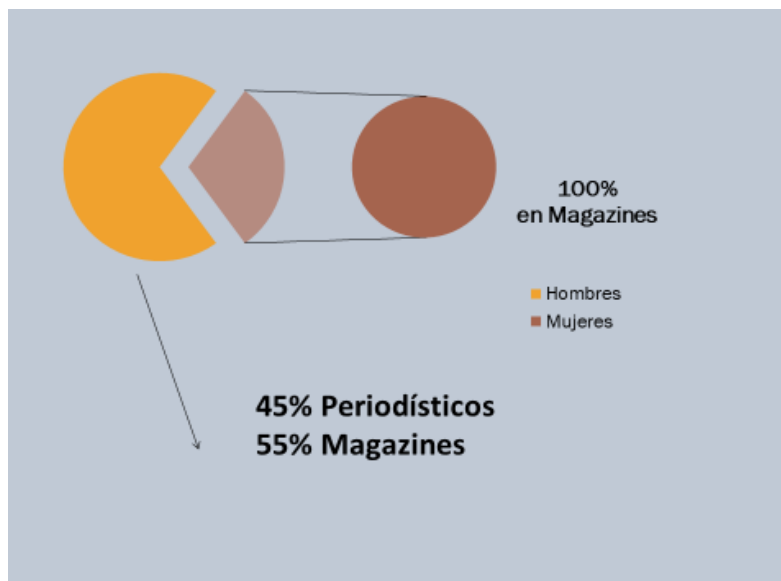


Gráfico N° 8. Título: Asociación de roles a géneros periodísticos. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

También, y en un grado más sutil pero evidente, esta metodología permite registrar y analizar la distribución de la palabra en diferentes momentos de un programa, y asociar la significación de los turnos de habla al momento de aparición en el programa, y no sólo a la cantidad de tiempo al aire.

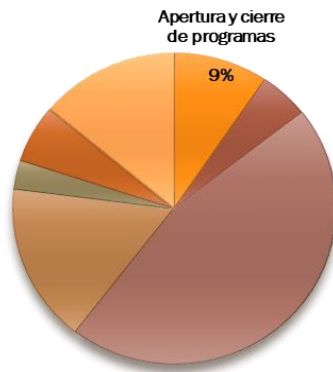


Gráfico N° 9. Título: Porcentaje de segmentos de apertura y cierre de programas en la Muestra. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

El tipo de conducción se presentó mayoritariamente unipersonal y masculinizado (75%) y de ese 75% sólo el 33% incorpora dialógicamente a las locutoras (que están en rol de co-conducción) en las aperturas:

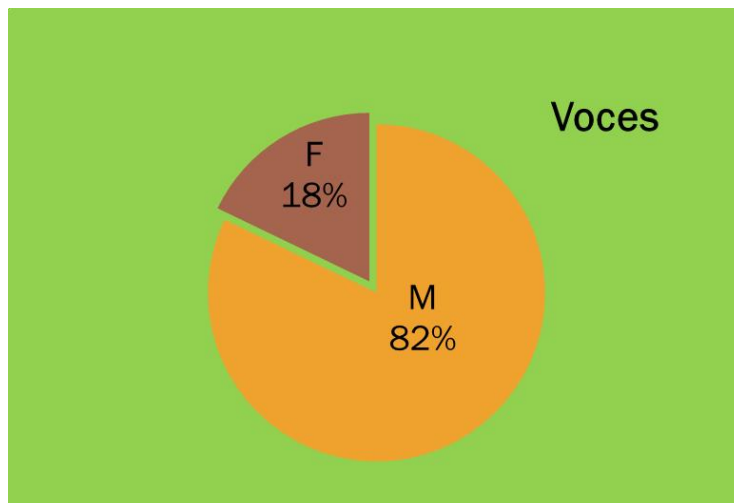


Gráfico N° 10. Título: Voces en apertura y cierre de programas. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

Las columnas de opinión abarcan 340 minutos de una una muestra de 6.750 minutos, es decir, el 5%. En ellas la distribución está concentrada en un 73% en 3 programas, conducidos 100% por varones.

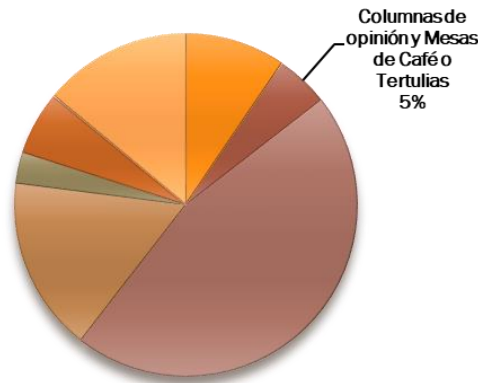


Gráfico N° 11. Título: Porcentaje de columnas de opinión y mesas de café (o tertulias) en la Muestra. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

De un total de 28 voces, 21 representan a identidades masculinas (75%), 6 a femeninas (21%) y 1 a identidad de género diversa (gay masculina) (4%). Sin embargo, si miramos la cantidad de veces que aparecen segmentos de columnas en los programas, la tendencia masculina se acrecienta y el porcentaje de veces que varones asumen rol de columnistas es de un 90% (36 veces) es asumido por voces masculinas, un 8% (3 veces) por voces femeninas y 1 vez por voz gay (2%).

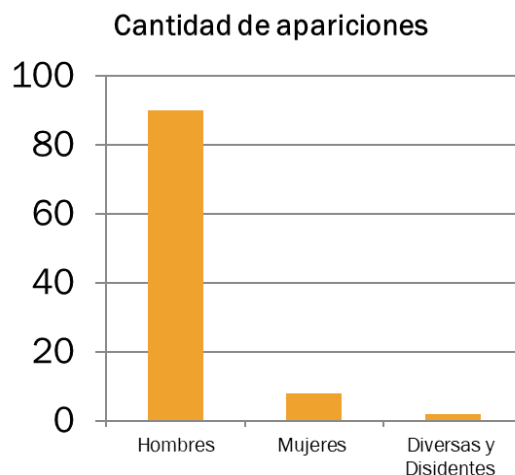


Gráfico N° 12. Título: Cantidad de apariciones de las voces en columnas de opinión y mesas de café (o tertulias). Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

Las voces que participan en la U.A. diálogo radiofónico (comentarios y opiniones) son 32. De ellas el 75% son masculinas (24) y 25% femeninas (8). Se registra ausencia de voces trans en la muestra seleccionada. Los roles desde los cuales asumen la enunciación representan una conducción 71% masculina-29%femenina; una co-conducción 85% masculina-15%femenina; una locución de turno 55% masculina-45%femenina, y una voz de personificación humorística masculina.

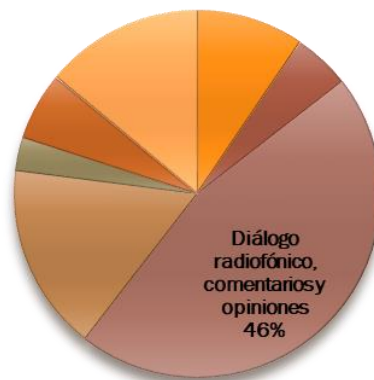


Gráfico N° 13. Título: Porcentaje de Diálogo radiofónico (comentarios y opiniones) en la Muestra. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

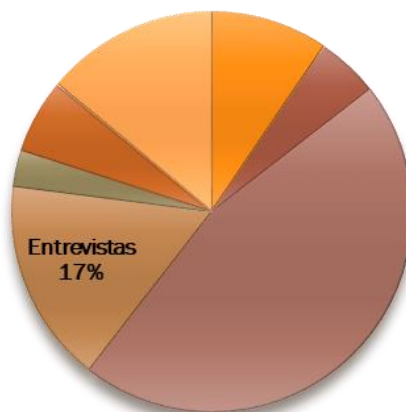


Gráfico N° 14. Título: Porcentaje de U.A. Entrevistas en la Muestra. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

La distribución de voces que entrevistan y que son entrevistadas es de un 77% entrevistadores masculinos y 23% entrevistadoras femeninas. Del 77%, es decir, de las veces que los varones entrevistan, en un 74% lo hacen tomando como fuentes a otros varones, y en un 26% a mujeres. En el caso de las entrevistadoras mujeres en un 29% entrevistan a otras mujeres y un 71% de las veces a varones, confirmando la tendencia sexista en el reconocimiento de las voces con status de fuentes.

Las crónicas representan el 3% de la programación analizada. En la muestra aparecieron seis movileros/as y cronistas. De las 30 salidas al aire registradas, 19 corresponden a la voz masculina y 11 a la femenina, es decir 63%-37%. Cuando las crónicas incorporan voces masculinas como fuentes lo hacen en un 75% –24 salidas– (otorgando aire a varones abogados, fiscales, gremialistas, etc), y cuando se incorporan voces femeninas lo hacen en un 25% de las veces –6 salidas– (vinculadas como detenidas o testigos en casos judiciales por delitos de Lesa Humanidad).

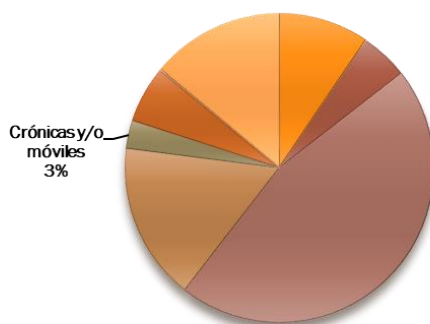


Gráfico N° 15. Título: Porcentaje de U.A. Crónicas y/o móviles en la Muestra. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

Los temas abordados y las fuentes consultadas también son plausibles de registro y análisis: En sólo 3 de las 40 columnas (7%) se alude a temas conexos al macro tema. Los temas abordados por las columnas son 33. Las voces masculinas (17) asumen 84% de los temas y estos son: Política

Internacional, Política Nacional, Literatura, Ambiente, Cultura, Educación, Tecnología, investigación y redes, Inmigración, Climáticos, Sexología, Moda, Trabajo (reforma laboral, legislaciones, jubilaciones), Periodismo (alianzas, campo), Derechos Humanos, Pobreza, Historia, Políticas sociales (ANSES), Hábitat. Las voces femeninas (6) asumen los temas de Literatura, Derechos Humanos, Ambiente, Salud, Cocina, Aborto y Economía aspectos macro (dólar etc), logrando alcanzar un porcentaje de 16% (3 de 36 temas tratados).

Siguiendo la tendencia mundial, la muestra arrojó el dato de la distribución sexuada de las fuentes consultadas en las columnas. En nuestra muestra, cuando involucraron voces como fuentes, en un 100% fueron masculinas (2 voces masculinas integran en sus columnas a 3 voces masculinas).



Gráfico N° 16. Título: Mujeres en los medios de América Latina. Fuente "Global Media Monitoring Project" (2015).

Otro aspecto novedoso que permite abordar el Sistema de Indicadores es el registro de la sexualización de la música, tanto en la selección de artistas por género predominantes en la programación, como en el empleo de la música femenina y su asociación a determinadas tópicos, el uso metafórico del contenido musical y hasta la tendencia editorial de un programa y el posible

sesgo de género en sus políticas de musicalización.

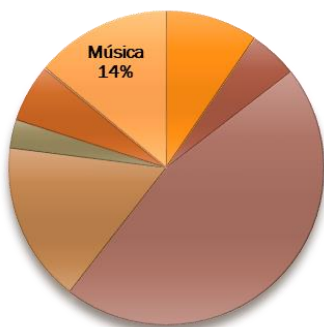


Gráfico N° 17. Título: Porcentaje de U.A. Música en la Muestra. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

La música se presenta en un 71% de las veces (15) bajo interpretaciones hechas por voces masculinas y 29 % de las veces (6) por voces femeninas. Aquí, ninguna vez apareció una voz disidente bajo este criterio de concordancia temática al contenido del programa. Respecto de los temas musicales estéticos, en un 82% de las veces fueron interpretados por voces masculinas (216 temas), 16% por voces femeninas (43 temas) y sólo un 2% por voces disidentes (otres y mixtas). Respecto de la artística, los separadores se presentaron 52 veces y de estas, el 75% corresponde a separadores con voces masculinas (39 veces), el 24% con voces femeninas (12 veces), y el 2% con voces diversas, otras (1 vez).

En cuanto al análisis del discurso situado institucionalmente, pudimos registrar algunos fenómenos como la distribución diferencial de la publicidad en radio:

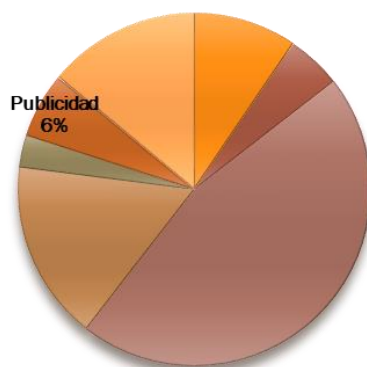


Gráfico N° 18. Título: Porcentaje de U.A. Publicidad en la Muestra. Fuente "Proyecto de Investigación Postdoctoral: Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización" (2017-2019)". (Elaboración propia. CONICET, 2019).

En sólo 4 de los 34 rubros temáticos, las voces masculinas no tienen participación, es decir que participan del 88% del registro. Dentro de los 15 rubros que se presentan asumidos de manera mixta o alternada (según el caso) la tendencia muestra un 79% de participaciones masculinas y un 21% femeninas. Las PNT se distribuyen en un 63% para las voces masculinas (33) y un 37% femeninas (19). No hay registro de voces trans en la muestra.

Otro aspecto que pudimos reconocer y profundizar con el dispositivo metodológico en cuestión fue el clima laboral y los contextos enunciativos vinculados a noticias violencias de género y sobre feminicidios. El instrumento arrojó contextos enunciativos diferenciales para las trabajadoras del medio a posteriori de haberse convertido en madres, incomodidades en calidad de testigos/as frente a situaciones de humillación y menosprecio profesional condicionados por el género, y retóricas discriminatorias, culpabilizantes, sexistas, o misóginas frente a determinados temas dentro de la agenda de informaciones y coberturas sobre violencias de género. De 92 intervenciones vinculadas a 44 temas, el 8% aludió a las retóricas de: la información de servicios; de la naturalización de la excepcionalidad en el compromiso masculino en estos temas, de la frivolidad y subestimación femenina en estos "temas duros", del imaginario sexista y heteronormativo de la propiedad sexual

y la moral religiosa apelando a la estrategia retórica de la ironía; o de la pedagogía masculina en territorio futbolístico y reproducción del sexismo en el deporte.

De los 8 programas, en 6 se mencionó algo vinculado a género y sexualidades. De las 10 menciones, 6 se asocian a la estereotipificación femenino-masculina. Es el caso de 4 figuraciones que aparecen con fuerza en el relato y son: la mujer madre (en sus variantes de la mistificación de la maternidad, las tareas domésticas de una madre, el sacrificio de la madre soltera), y la estereotipia femenina de la mujer militante. También la estereotipia femenina se asocia a tareas y oficios vinculados a lo femenino y lo masculino. En sólo os ocasiones se mencionan temas de agenda feminista como la violencia de género o el aborto.

Los chistes sexistas y homolesbotransfóbicos eran parte del contexto enunciativo de las emisiones al aire, y sólo mediante el aplicativo del Subcorpus 2 fue posible registrar su aparición. Allí se mencionó ue muchas veces institucionalmente se argumenta desde el desconocimiento, desde la retórica de la ingenuidad “no sabíamos, no sabemos cómo hacer” cuando la información está a la orden de un click en Google. Varias entrevistadas expresan que este tipo de desconocimiento tiene que ver con comodidad, y con privilegios. En este sentido no estamos hablando de desconocimiento sino de un posicionamiento que genera incomodidad y que sabe que del otro lado esa incomodidad se va a sostener para dar continuidad a la tarea laboral. Esto puede ilustrarse con los ejemplos de chistes homofóbicos que les entrevistadas relatan haber escuchado en el contexto laboral.

El último paso, tras la aplicación y el análisis del S.I., consiste en un análisis integral, pormenorizado y multivariado de los datos obtenidos con la intención de propiciar a los medios y profesionales involucradas/os en el estudio, un informe de resultados y una serie de recomendaciones a modo de propuesta de transferencia en base a la evidencia construida. Para el trabajo con estos indicadores y su aplicación se recomienda una instancia de inmersión y ajuste metodológico según el tipo de emisora con el que se estime trabajar, la

elaboración de un diagnóstico en base a un barrido sonoro de las emisoras y un registro y caracterización del ecosistema mediático.

Conclusiones

Situándonos en la última investigación sobre la cual aplicamos el S.I. – correspondiente a los Servicios de Radio y Televisión de la Universidad Nacional de Córdoba entre 2017 y 2019–, podemos decir que los datos obtenidos y la configuración de una trama de sentidos subjetivados entre las y los profesionales del medio nos permiten afirmar lo que enunciáramos como hipótesis I: “La dificultad para el acceso a una formación con perspectiva de género y su correlato en las inequidades del ingreso al campo mediático, junto a las discriminaciones por género y sexualidades con un carácter sexista, androcéntrico y homolesbotrasfóbico de ambos (académico y mediático) constituyen un condicionante para el desarrollo de trayectorias profesionales y de TICS con perspectiva de inclusión”.

Teresa De Lauretis trabaja el concepto de punto de vista excéntrico cuando alude a prácticas feministas que han (re)construido posiciones que los discursos hegemónicos ubican fuera de plano. Esos movimientos son descritos por la autora como prácticas de oposición y nuevas formas de comunidad desde los márgenes (entre líneas y a contrapelo) “frente a discursos hegemónicos y en los intersticios de las instituciones” (DE LAURETIS, 1993: 33). El trabajo investigativo permitió identificar aquellas prácticas que remitían a otros modos, excéntricos y no necesariamente abyectos de participación en el orden de la enunciación, inconsecuentes a las lógicas del exotismo, la mistificación, y la complementariedad (Hipótesis II). Las estrategias de las y los profesionales, vinculadas al acceso, permanencia, ascenso, y proyección que pudimos ir identificando junto con las lógicas del campo que fuimos reconociendo nos permitieron configurar un mapa y cartografiar modos de participación, alianzas y supervivencia así como propuestas e ideas innovadoras para el fenómeno estudiado.

El trabajo presentado aportó también un marco teórico sólido sobre la TPGS y es un aporte a posibles aplicaciones en medios radiofónicos –no sólo universitarios– que estén dispuestos a reconocer que las decisiones institucionales tienen un efecto político y simbólico (entendiendo que todo discurso es una estrategia política), y configuran una matriz de inteligibilidad y reconocimiento con sesgos de género y sexualidades (Hipótesis III). Recuperando sentidos del propio personal del medio, la investigación construyó un compendio de alcances sobre la TPGS, los riesgos y las ganancias de su implementación, así como una guía de recomendaciones para su implementación.

Este recorrido nos sitúa hoy en condiciones de avanzar en la profundización del estudio de las V.M.G. en diversos tipos de radios, vinculadas a distintos temas de interés y relevancia social, y a la proyección de políticas públicas en el campo de la comunicación y la cultura, que promuevan una incorporación gradual de la TPGS en nuestro ecosistema de radios y medios sonoros.

El antecedente desarrollado en este artículo también oficia de base para el estudio de otros fenómenos vinculados a los ya estudiados –escasamente abordados–, recuperando el enfoque teórico y metodológico planteado. En este sentido durante 2020 y 2021 trabajamos en el diseño de un proyecto próximo que retoma la base teórica y epistemológica anterior, y la focaliza en la comprensión del fenómeno de la *subrepresentación sexo-genérica en radio*, específicamente en dos sub fenómenos: la *racialización* y la *transfobia*.

Continuar profundizando lo desarrollado hasta aquí y avanzar en un análisis sociodiscursivo de estos dos fenómenos en las emisoras de distintas latitudes, se presenta como un camino posible y deseable. Esto nos permitirá comprender las redes de sentido y dinámicas enunciativas que operan como violencias mediáticas en la trama discursiva contemporánea mediatizada de la radio, y construir progresivamente un acervo de datos primarios pausibles de un análisis comparativo con lo que sucede en otras latitudes locales, nacionales y regionales. Esto sin duda reviste de potencial envergadura para los estudios en

el campo.

Bibliografía

AYALA, Juana. Producción informativa e mecanismos de reproducción de estereotipos de género nos medios de comunicación. En ÁLVAREZ POUSA, Luis y PUÑAL RAMA, Belén (coord.). **Claves para una información non sexista**. Ed. Atlántica, S. de Compostela, España, 2010.

BAJTÍN, Mikhail. **Estética de la creación verbal**. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires, 1982.

BALSEBRE, Armand. **El lenguaje radiofónico**, Ed. Cátedra, Madrid, 1994.

CARUNCHO MICHINEL, Cristina. Ética y feminismo. Una aproximación al lenguaje de la teoría feminista. En ÁLVAREZ POUSA, Luis y PUÑAL RAMA, Belén (coord.). **Claves para una información non sexista**. Ed. Atlántica, S. de Compostela, España, 2010.

CHAER, Sandra y PEDRAZA, Virginia. Organizaciones de medios y género. Igualdad de oportunidades para mujeres y personas LGTTBIQ+ en empresas, sindicatos y universidades. **Anais do 20º Congreso REDCOM**. Villa María: Universidad Nacional de Villa María, 2018.

DE FRUTOS, Ruth y VERNUCCI Lenina. Controversias de los Indicadores de Género para Medios de Comunicación: Análisis crítico desde la perspectiva de género. **Anais do IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – IV CILCS** – Universidad de La Laguna, 2012.

DE LAURETIS, Teresa. Sujetos excéntricos: la teoría feminista y la conciencia histórica. En CANGIAMO, María y DUBOIS, Lindsay (eds.), **De mujer a género, teoría, interpretación y práctica feministas en las ciencias sociales**, Centro Editor de América Latina; Buenos Aires, 1993.

ELÍAS, Norbert. **La sociedad de los individuos**, Ed. Península, Barcelona. García de León Ma. Antonia, 1990.

LÓPEZ DIEZ, Pilar. **Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión**. Segundo informe, Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Madrid, España, 2005.

LÓPEZ DIEZ, Pilar. **Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión**. Primer informe, Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Madrid, España, 2001.

LÓPEZ DIEZ, Pilar. **Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género**, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, Madrid, 1996.

MATA, Maria Cristina; SCARAFÍA, Silvia. Las entidades enunciativas. En **Lo que dicen las radios**. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico. A.L.E.R. Quito, 1993.

MORALES, Paula. La condición sexogenérica de nuestras emisoras universitarias. En BOSETTI, Oscar E. **"La radio: 1920-2020: la obstinada vigencia de un medio invisible"**, p. 349-370. 1ª ed. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes, 2020. ISBN 978-987-558-668-0

MATA, Maria Cristina; SCARAFÍA, Silvia. La transversalización de la perspectiva de

género y sexualidades en radio: El escenario profesional de los jóvenes en las radios del multimedia SRT UNC. **Revista Argentina De Comunicación**, 7(10), 248 - 276, 2020. Recuperado a partir de <https://fadeccos.ar/revista/index.php/rac/article/view/18>

MATA, Maria Cristina; SCARAFÍA, Silvia. Comunicación, Género y Radio: Avances de investigación en un campo emergente. En: BALDESSAR, Maria José; CIMADEVILLA, Gustavo (org.). **Brasil & Argentina: olhares sobre a comunicação** São Paulo: INTERCOM, 2017. pp. 25 a 46. 442 p. ISBN: 978-85-8208-102-0

MATA, Maria Cristina; SCARAFÍA, Silvia. Tesis Doctoral. **Violencia Mediática: Un abordaje socio semiótico sobre el tratamiento del Género en el discurso radiofónico**. CEA, UNC, 2017. Disponible en <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/11083>

MATA, Maria Cristina; SCARAFÍA, Silvia. Representaciones de género y juventud en el discurso radiofónico: Andro-Hetero-Sexismo Comunicacional Mediatizado sobre las y los jóvenes. **Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo**. Universidad Santiago de Compostela, España. Julio 2015. pp. 59-76. Disponible en <http://www.usc.es/revistas/index.php/ricd/article/view/2652/2817>

TANNEN, Deborah. **Género y discurso**, Ed. Paidós. Buenos Aires, Argentina, 1996.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social 2, Ideas, momentos, interpretantes**, Ed. Paidós, Buenos Aires, 2003.

VERÓN, Eliseo. **Fragmentos de un tejido**, Ed. Gedisa, Buenos Aires, 2004.

OTROS, Legislaciones

IV Conferencia Mundial de la Mujer, la Plataforma de Acción de Beijing, 1995.

Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales, 2009.