

AIRE

La radio (1920 - 2020)

La obstinada vigencia de un medio invisible

Oscar E. Bosetti

Agustín Espada

(compiladores)

La condición sexogénica de nuestras emisoras universitarias

Paula Morales

La radio es uno de los medios de comunicación más económicos (en su receptividad) y extensivos del mundo. Particularmente en Latinoamérica, supone una opción muy bien considerada para el desarrollo de negocios redituables en el campo de las telecomunicaciones con bajos costos de inversión. Además, el lenguaje oral facilita la llegada a grandes poblaciones analfabetas. La radio –que es esencialmente oralidad– tiene presencia permanente en las cotidianidades familiares y laborales de amplios colectivos sociales, y colabora en el imaginario de una comunidad de voces sociales que participan de la gestión de los asuntos comunes propiciando así el derecho a la libre expresión e información. La radio también supone una fuente inagotable de entretenimiento y distracción, y es un soporte de mediatización históricamente vinculado a la compañía.

En el juego entre los sentidos compartidos y la novedad, entre la ruptura de sentidos y su reproducción, la radio se distingue de otros medios ya que –sorteando la unisensorialidad de su escucha– produce un juego muy rico sobre el sentido. La radio trabaja en los niveles de intersubjetividad e interdiscursividad social cotidiana y vivencial. En este sentido, Villamayor (2008) alude a la comunicación como dimensión de lectura y producción de la sociedad, ineludible para construir cualquier tipo de modelo socio cultural:

Es parte sustancial para la construcción del poder, del estado, del mismo mercado, de cualquier sistema social hegemónico o contra hegemónico (...) A estas alturas, ya no es novedad que aludir a la comunicación implica no sólo hablar de una noción singular ligada a la producción social del sentido en tanto trama de la significación y construcción de subjetividades; como tampoco es novedad reconocer que la comunicación implica decir posicionamientos políticos y modos de marcar la existencia, la estética y la circulación del poder (Villamayor, 2008).

Hablar de comunicación es nombrar modos de relacionamiento del tejido social, personal, interpersonal, institucional. Implica modos de ser y de interactuar, y modos de narrar y de narrarse donde no sólo cuenta como importante lo que cada quien tenga para decir (pueda y quiera hacerlo), sino todo lo que se juega en esa interacción: las identidades, la interculturalidad, las historias, los cuerpos, las visiones del mundo, la proyección que se hace en torno de la sociedad y el Estado, así como los modos de participación para gestar las condiciones sociales, políticas, y económicas en las que se quiere vivir.

El diálogo socialmente compartido se materializa en los contenidos, lenguajes y temporalidades de la radio y en un sentido Bajtiniano, discrepa, confronta, retoma, continúa, replantea y responde a la palabra de otro (Bajtin). Todo esto interactúa simultáneamente con un aspecto no menor: el carácter institucional de las emisoras. Es importante destacar que la radio es, siempre, un medio *público*. Independientemente de que su propiedad sea de gestión estatal, comercial, comunitaria o religiosa, la palabra es pública en varios sentidos. El primero es señalado por Rincón cuando alude a lo público como lugar de encuentro, producción de comunidad:

La radio es un lugar público en la medida en que junta desde la escucha privada y desde el lugar como eje de la acción colectiva del individuo; no hay que salir de casa para estar en el mundo, no hay que ir al encuentro para estar en comunidades de sentido, redes de acción o grupos de discusión (...) se convierte en un nodo privilegiado del flujo de los encuentros simbólicos y posibilita la imaginación de comunidades cercanas. (Rincón, 2006: 157).

El diálogo cotidiano –en radio– es palabra pública en cuya producción y recepción intervienen restricciones técnicas y convenciones socioculturales institucionalizadas. Un aspecto destacable de esta condición está vinculado a su soporte. Al igual que en las emisiones de televisión, es el espectro radioeléctrico es el conjunto de frecuencias que de acuerdo con la tecnología disponible se emplean para emitir ondas que transportan información (Rivera Méndez y Guardia Mediano, 2009). Siendo un recurso natural de carácter limitado, constituye un bien de dominio público, y se emparenta con otros recursos naturales también limitados como el agua, los recursos mineros, los bosques u otros. De este modo comparte con ellos la condición de que su uso compromete los intereses del pueblo.

Rivera Méndez y Guardia Mediano (2009) explican que un bien público como el espectro radioeléctrico debe usarse y administrarse asegurando que la soberanía y la institucionalidad de un Estado no sean perturbadas:

Es por ello que los Estados se preservan su uso, para ejercer en su nombre la soberanía que a este corresponde sobre dicho espectro radioeléctrico, para lo cual elabora y establece la política de su utilización, reglamentación y administración y control. (Rivera Méndez y Guardia Mediano, 2009).

Pensar la radio en un contexto latinoamericano donde el espectro está altamente concentrado en manos de muy pocos actores nos sitúa frente a una situación de desequilibrio e injusticia respecto su acceso y su uso. Por todo lo anterior, lo dicho en radio tiene un aquí y ahora personal, institucional, político y evaluativo y, por lo tanto, es palabra pública⁹¹. Los géneros del diálogo construyen una escena conversacional sesgada en la cual la legitimidad de la palabra ajena (y en directo) produce aceptabilidad y legitimación. Desde ese lugar situado, la radio recrea y construye la realidad y propone a los oyentes universos de sentidos compartidos según la dinámica sociocultural dominante, desplegando su fuerte capacidad empática, interactiva y de inmediatez.

La radio es un medio intenso. La posibilidad de transmitir emoción es otra de las características que la potencializa como medio de expresión. La melodía o entonación, el volumen, la intensidad, el intervalo de la voz y los recursos del lenguaje otorgan plasticidad, emoción y vida al discurso, y son el subtexto implícito que refleja la dramatización de los hechos relatados mediante la fuerza sugestiva de la voz humana y su poder estético. En los efectos de empatía y contacto que provoca la voz – y sus combinatorias de entonación– tiene lugar el funcionamiento indicial. Este instituye identificaciones imaginarias relacionadas tanto a los comportamientos sociales (en su dimensión interaccional), como a la estructuración de los espacios sociales.

Desde este lugar de la *mediatización del contacto* (Verón: 2001), la radio enlaza saberes técnicos, sentidos políticos e intereses económi-

⁹¹Rincón menciona que “trabajar con la radio es una puerta de entrada a la intersección entre lo público y lo privado, a través de lo cotidiano como *impasse* entre ambos dominios. La confusión proviene de que: Intimidad: la radio tiene como valor narrativo lo anónimo, uno se puede hacer público sin perder su privacidad” (Rincón, 2006: 161).

cos. Estas dimensiones son relevantes para pensar la construcción de colectivos de identificación. La radio conecta con los oyentes a través de diversas entonaciones y voces situadas espacio-temporalmente, y brinda así marcos de comprensión que cruzan la narración de sus propias vidas. Estos marcos son finalmente la condición para su construcción acerca de *lo real*. En el juego del lenguaje radiofónico, entre la palabra y el silencio, se despliega esta particular matriz de contacto y reconocimiento que podemos ubicar en el orden de lo indicial (el cuerpo, la humanización y corporeización de los discursos sociales), y en el de la cotidianidad y sus temporalidades constitutivas.

En este capítulo nos proponemos retomar estas caracterizaciones de lo radiofónico para reflexionar sobre la condición sexo-genérica de nuestras emisoras universitarias. La perspectiva de género desde la cual partimos se sustenta en la teoría feminista y dialoga con las perspectivas posestructuralistas de los estudios en sexualidades (Alcoff L., Braidotti R., Butler J., Haraway D., De Lauretis T., Preciado B.). Esta perspectiva –en articulación con la sociosemiótica– habilita una mirada productiva sobre el campo de estudios en medios (particularmente en radio), al que vincula con otros campos constitutivos de lo social, es decir, con sus condiciones de producción y reconocimiento (Angenot M., Bajtín M., Verón E.).

El campo de estudios en comunicación radiofónica con perspectiva de género, incipiente dentro del ecosistema radiofónico actual, es muy rico. Allí, nosotres nos preguntamos por la Transversalización de la Perspectiva de Género y Sexualidades (en adelante, TPGS) en las emisoras. El problema de la transversalización de la dimensión sexo-genérica situada en el análisis de lo radiofónico (en tanto lenguaje que pone en juego dimensiones referenciales, enunciativas e institucio-

nales) nos ubica en la cetralidad de debates políticos respecto de los límites y el alcance por la disputa del sentido socialmente construido.

Durante los últimos años, en la Argentina y en la región latinoamericana el campo de la comunicación social y el periodismo ha sido territorio de polémicos combates semióticos y políticos, profundamente ideológicos. La sanción de las leyes de Identidad de género, la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y la ley de Protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres resituaron a los medios en un rol protagónico a la hora de construir sentidos y legitimidades.

La genealogía de los estudios sobre la representación que los medios de comunicación hacen sobre las mujeres y los hombres puede situarse inicialmente en los países anglosajones (especialmente en Estados Unidos), alrededor de los años setenta. Será a partir de 1973 que la televisión pública noruega comienza a sistematizar y publicar resultados sobre sus programaciones, y estos registros toman difusión e ingresan a España una década más tarde⁹². Sin embargo, no fue hasta 1989 que se analizaron cuantitativamente las representaciones por género para los medios audiovisuales a través del *Estudio de Franquet*, también promovido desde el Instituto de la Mujer. Este arrojó los primeros datos sobre los informativos de la cadena SER y de R.N.E. (López Diez: 2001).

A nivel iberoamericano, López Diez (1996; 2001; 2005) es sin dudas la referente en la materia. Durante los años noventa y en el marco de su tesis doctoral, titulada *Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género* (1996), López Diez analizó el conte-

⁹²Estos datos fueron retomados como modelo por el Instituto de la Mujer cuando en 2001 produjo el estudio de la *Presencia femenina en la prensa española* (López Diez, 2001: 11).

nido de estos formatos radiofónicos, que tienen una amplia tradición en la radiodifusión española, con notable fidelidad de las audiencias y altos índices de escucha. La autora analizó tres aspectos de la representación de género: de quién se habla en los magazines de las mañanas de la radio española; a quién se llama para participar, y quiénes llaman a dichos espacios (la participación de la audiencia)⁹³. Posteriormente, López Díez diseñó e implementó la transversalización de políticas de género en los Servicios de Radio y Televisión Española. Producto de ese trabajo editó dos informes de envergadura, conocidos como *Representación de género en los informativos de Radio y T.V.* (2001 y 2005, respectivamente) y *Representación de la violencia de género en los informativos de T.V.E.* (2006, Universidad de Salamanca). Finalmente, publicó *La violencia contra las mujeres desde la perspectiva de género en el programa Tolerancia Cero de Radio 5* (2007).

En general, los estudios que articulan radio y sociosemiótica analizan discursivamente la materialidad sonora y describen contenidos y tratamientos, como es el caso de Diana Munguía Chirino, que investiga sobre el discurso amoroso en radio a través del análisis de canciones (UNAM: 2012); María Martínez Lirola, que aborda la construcción discursiva de mujeres y menores inmigrantes en noticias radiofónicas (Universidad de Alicante: 2011); o Ma. Teresa Cuadros, que trabaja los estereotipos en la radio sevillana (2010). Las investigaciones precedentes han puntuali-

⁹³En la actualidad, diversos equipos de investigación y docencia iberoamericanos están abordando la comunicación desde una perspectiva de género. En la Universidad de Sevilla se encuentra el equipo coordinado por las Dras. Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez, quienes junto al Dr. Fernando Contreras y la Dra. Virginia Guarinos abordan desde diversas perspectivas feministas la actividad mediática y analizan imagen de la mujer en los medios, mediante la aparición de estereotipos sexistas.

zado en la imagen de la mujer en los medios, la estereotipia, el sexismo lingüístico, y las representaciones mediáticas de género.

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. Asimismo, su horizonte es el análisis de las emisiones al aire, quedando la dimensión institucional de las emisoras bastante desdibujada.

Nuestro enfoque retoma 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. En el mismo sentido, Sánchez Leiva (2007) 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 construye (2007:62).

En nuestro trabajo, partimos de la necesidad de atender a una problemática de creciente centralidad a nivel global, en torno de la cual se han producido intensas transformaciones en la última década. La pregunta por la TPGS es 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. Su abordaje requiere -como venimos mencionando- de una profundización conceptual acorde a un paradigma interdisciplinario y, a la vez, de la articulación de metodologías de análisis situadas.

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 el empoderamiento de la ciudadanía.

Desde este enfoque interdisciplinar estamos pensando el problema de la TPGS, sus dimensiones conceptuales y metodológicas, así como su aplicabilidad, entendiendo que implica abordar la política editorial de los medios (en términos de contenidos) de los lenguajes (uso y tratamiento sexista de los lenguajes mediáticos) y de las rutinas laborales periodísticas.

El problema de la TPGS se inscribe en un contexto paradójico: la necesidad de innovar en enfoques tecnológico-productivos que atiendan a la diversidad y la inclusión, desde un sistema de convergencia mediática ya imbricado en un contexto mundial de profundas y persistentes desigualdades sociales y de predominio de un mercado capitalista. Según el Índice de Desarrollo Humano (IDH) más reciente, que se incluye en el Informe sobre Desarrollo Humano de 2014, los niveles de desigualdad en ingresos siguen aumentando, y la inequidad en educación aún es la más alta. La región de ALC mantiene la cota más elevada del mundo en cuanto a desigualdad de los ingresos. El nuevo Índice de Desarrollo de Género (IDG) de la Unesco, que por primera vez calcula el nivel de desarrollo humano distinguiendo entre hombres y mujeres en 148 países, revela que globalmente el IDG para las mujeres es un 8 por ciento más bajo que el de los hombres y que

la disparidad del ingreso nacional bruto *per capita* es muy elevada: a nivel global, el de los hombres es más del doble que el de las mujeres.

Estos datos se complementan con los arrojados por el último Monitoreo Mundial Global de Medios (GMMP, 2010-2015). El estudio comparativo de alcance global realizado en 114 países desde 1995, reveló en 2015 que sigue existiendo una enorme disparidad entre la representación de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación y que, si bien en todo el mundo las mujeres constituyen aproximadamente el 50 por ciento de la población general, sólo el 24% de las personas que se ven en las noticias, sobre las que se lee en los periódicos, o se escucha en la radio y la televisión son mujeres.

Estamos hablando de uno de los aspectos más significativos para el enfoque de la TPGS: el de la *sobre e infra* representación. Aún persiste la invisibilidad LGBTIQ en este tipo de estudios.

Desde el proyecto de investigación doctoral precedente desarrollamos una serie de indagaciones teóricas sobre las condiciones institucionales –pero a la vez también discursivas– de la producción de sentido a través del análisis de discursos radiofónicos locales. Preocupados por el carácter homolesbotransfóbico de los discursos mediáticos, así como por la naturalización del lenguaje sexista y el androheterosexismo mediatizado, nos dispusimos a trabajar sobre las lógicas mediáticas y las rutinas profesionales que –presentes en las huellas del discurso– se nos ofrecen como emergentes para repensar las configuraciones sociodiscursivas de género presentes en el corpus. Allí pudimos ver cómo la distribución de la palabra y el silencio exceden 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.

Este estudio configuró la precondition para poder abordar hoy lo que López Diez señala como el problema de la TPGS, es decir, aquel asunto de índole ideológica (ya que implica un cambio de perspectiva) que proviene –en parte– de la falta de “acceso al conocimiento de la teoría que sustenta las prácticas y rutinas productivas y las habilidades profesionales androcéntricas” (López Diez 2005,8).

De este modo, pensamos que 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) condicionan el desarrollo de trayectorias profesionales y de TICS con perspectiva de inclusión.

Un estudio en profundidad que avance en el desarrollo de un marco teórico sólido sobre la TPGS y su aplicabilidad en medios radiofónicos universitarios aportaría a reconocer que las decisiones institucionales de los medios de comunicación tienen un efecto político y simbólico (entendiendo que todo discurso es una estrategia política), y que configuran una matriz de inteligibilidad y reconocimiento con sesgos de género y sexualidades. Pequeña tarea para nuestras radios universitarias.

La radio universitaria

Este capítulo se inscribe en un trabajo de investigación más amplio que forma parte de la línea de investigación postdoctoral titulada “Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización”. En ella estudiamos la condición sexo-genérica de nuestras emisoras universitarias, situando el análisis actual en los Servicios de Radio y Televisión

(SRT) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Nuestro trabajo se focaliza en este multimedio y particularmente en sus dos emisoras (Radio Universidad AM 580 y Radio 102.3 FM Más que música).

Según la clasificación de la LSCA (en su art. 21), los prestadores de servicios son “de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro”. Los titulares de estos derechos son “personas de derecho público estatal y no estatal; personas de existencia visible o de existencia ideal, de derecho privado, con o sin fines de lucro”. La radio que estudiamos puede encuadrarse en gestión estatal, pero con algunas características de gestión privada.

En cuanto al financiamiento de las radios universitarias, se establece que sus recursos deben provenir de asignaciones presupuestarias estipuladas en el presupuesto nacional y universitario respectivo, a través de la venta publicitaria, del Consejo Interuniversitario Nacional o del Ministerio de Educación, de donaciones, venta de contenidos de producción propia y auspicios. Para la ley, las emisoras privadas o comerciales son empresas con fines de lucro. Se financian por medio de pauta publicitaria.

Liponetsky explica que las emisoras universitarias

se originaron para divulgar en la población los conocimientos generados en las casas de altos estudios (...) deben cumplir la función de representar a las instituciones de las que forman parte, como así también dirigirse a la población universitaria, aunque no exclusivamente (Liponetsky en Amann y Da Porta, 2008:85).

La especificidad de las emisoras universitarias en la LSCA (art. 148) reside en la producción de contenido de conocimiento científico y cierta “experimentación artística y cultural” (LSCA, 2009: 77), incluyendo un 60% de producción propia.

Ambas emisoras en estudio podrían ubicarse, asimismo y según la tipología de Prieto Castillo, como radios miméticas, pues intentan formar parte del panorama de radios comerciales de la ciudad de Córdoba, apuntando a un oyente local y con problemáticas e intereses generales del habitante cordobés. Para Lipontesky, puntualmente la AM “se posiciona en el mercado a través de una programación ‘camuflada’ como comercial pero que funciona en una estructura de poder y de tomas de decisiones que dependen del gobierno de la Universidad” (Lipontesky en Amann y Da Porta, 2008:90). Aun así, entre sus objetivos explícitos Radio Universidad sostiene una función educativa mediante la difusión de la actividad y vida política universitaria y las expresiones culturales.

Nos encontramos frente a una serie de continuidades y transformaciones en lo que respecta a las radios universitarias, sus formas de escucha y sus públicos, a sabiendas de que el enfoque desde el cual las analizamos es el de género y está inscripto en la investigación situada que ya hemos mencionado. Los resultados se encuentran aún en procesamiento, por lo que sólo podemos hablar aún en términos de tendencias que emergieron tras el trabajo de campo. Así, lo que podemos decir es que situades en el abordaje de un multimedio como los SRT, existe una constante alusión al saber, asociando conocimiento con saber, y saber con poder. Como lúcidamente explicitara Foucault en *El orden del saber*, la disposición de uno al servicio del otro configura la trama de relaciones y dispositivos que sostienen el orden del discurso naturalizado, ese discurso legitimador e instituyente del propio orden que tautológicamente define y produce.

En las entrevistas realizadas a las y los profesionales y directivos del multimedio, el reconocimiento social e institucional sobre las y los

periodistas se dirime según el conocimiento y la experticia que estos demuestran al aire, y los contactos y vinculaciones que denote su decir.

En un contexto donde la infra representación femenina inhibe el desarrollo de conducciones a cargo de mujeres, los equipos de trabajo están en un 80% compuestos por varones, y las voces entrevistadas siguen este criterio, el orden de lo decible y lo enunciable demarca una parcela muy acotada para las profesionales que, llegadas a la empresa, intentan desarrollar sus talentos al aire. La producción de los programas periodísticos está en un 80 % a cargo de mujeres, y en el directorio su representación se traduce a 0%.

Encontramos de este modo una continuidad simbólica en el orden del reconocimiento y su traducción a la participación y acceso real al ejercicio profesional, donde lo que sucede en ambas emisoras se corresponde con las tendencias sexistas en el ámbito académico de la UNC, ya documentadas en la investigación “Trayectorias laborales y académicas de docentes de la UNC: brechas de género” (Rodigou Nocetti M., Blanes P., Buriyovich J. y Domínguez A.).

Una segunda continuidad la encontramos en cierta tensión presente en los proyectos de comunicación universitarios: la búsqueda de cierto margen de autonomía editorial, en la paradójica condición de dependencia comercial con auspiciantes y partidas presupuestarias. Los SRT de la UNC están conformados por la señal de televisión abierta Canal 10, la señal digital Cba24N, Radio Universidad [AM 580] y 102.3 Más que música [FM 102.3]. Los SRT representan el principal grupo de medios públicos del interior de Argentina, con una audiencia distribuida en seis provincias. Económicamente dependen del presupuesto universitario y de aportes del Tesoro Nacional, y todo indica que el nuevo esquema de gestión apuesta a pasar de ser sociedad

anónima y convertirse en sociedad del Estado, aunque sin dejar de pertenecer a la universidad. En esta situación comercial compleja, los contenidos tienden a medirse en términos de rentabilidad y la programación ofrece un esquema de amplios bloques musicales, y cada vez menos producción propia elaborada por personal de planta.

Respecto de las transformaciones, podemos decir que el contexto sociocultural es sumamente prometedor para el tratamiento de temas vinculados a la agenda de género. El estado parlamentario que lograron proyectos de ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (durante 2018), las denuncias por acoso y abuso sexual en el ámbito laboral de los medios expandida en la región y sus casos locales, y las multitudinarias marchas con la consigna “Ni una menos” (por citar algunos ejemplos) son condiciones de una época donde la ciudadanía politizada se expresa en las calles y el discurso feminista empieza a generar inquietudes y cuestionamientos en los más diversos campos sociales. Lo que hasta hace poco era la “moda del género”, utilizada para los más diversos fines políticos, ganó en envergadura y visibilidad. Las agendas de género son ya parte de las discusiones de los equipos de producción. En las entrevistas realizadas, “género y sexualidades” aparecen como temas constates en el día a día laboral, forman parte de los contenidos periodísticos, de entretenimiento, y de divulgación. Parecería entonces que el contexto es aquí un diacrítico a tener en cuenta, y como se menciona en las entrevistas realizadas, es un “tema” que se trata porque es de actualidad, porque la gente lo requiere y porque la agenda coyuntural lo impone.

La segunda transformación que deseamos remarcar es del orden del lenguaje. El sexismo ha sido una demanda histórica de la comunicación feminista y ha producido herramientas concretas para la

tarea y el abordaje mediático. Una de las discusiones más candentes con periodistas del medio se sitúan en la productividad del uso de un lenguaje no sexista, y las implicancias de la adopción de éste como criterio editorial. Las y los profesionales sopesan riesgos y costos de su empleo, contratos de lectura que se ponen en juego con sus audiencias al emplearlos, y nuevas inquietudes profesionales que no han encontrado en la formación de grado cauce para su reflexión. Las discusiones que implica son altamente productivas y sin embargo, como con muchos otros aspectos, no escapan a los usos políticos de las reivindicaciones genuinas. En las mismas radios donde podemos escuchar argumentos en contra de la aplicación del artículo femenino para incluir a sujetos excluidos del orden del discurso podemos oír una pieza de la nueva artística de la emisora FM donde se explica pedagógicamente a la audiencia qué significa el lenguaje sexista y se valora axiológicamente en positivo el uso del artículo femenino para los casos en los que su no utilización implique una discriminación. Ana Camblong (2009) habla de las fronteras del discurso, aludiendo al carácter paradójal del universo fronterizo donde proliferan procesos semióticos de extravagancia y mixtura. Estamos en uno de esos umbrales semióticos, allí donde lo que sale al aire produce parte de lo que es el umbral de lo decible y lo enunciable. Lo que se oculta o inhibe también es parte de ese umbral, y está claro que emerge apenas se mutean los micrófonos. El lenguaje es aquí el territorio donde contexto sociocultural y el ejercicio profesional se involucran e influyen mutuamente y configuran una trama particular.

Las nuevas pasantes del multimedia hablan con la “e” absolutamente incorporada. Ellas irrumpen en la dinámica interpersonal produciendo incomodidades y curiosidades, pero cuando se enciende la

luz roja opera todo el orden del discurso instituido. Sobre esos recorridos y acciones radica un amplio campo de transformaciones latentes para nuestras emisoras universitarias. Sobre estas continuidades y transformaciones es que trabajamos, elaborando un sistema de indicadores que pueda integrar la dimensión institucional y enunciativa de las emisoras que analizamos.

Enfoque y herramientas metodológicas para el estudio de la condición sexogenérica de nuestras emisoras universitarias

Partimos de un esquema de abordaje metodológico ya implementado en la tesis doctoral, donde articulamos un enfoque cuantitativo apoyado principalmente en la técnica de registro y fichaje de emisiones sonoras (nuestro sub corpus 1), con un enfoque de análisis cualitativo del discurso. A esto le añadimos un conjunto de entrevistas abiertas a profesionales de ambas emisoras (nuestro sub corpus 2).

Desde una perspectiva sociodiscursiva analizamos en primer lugar la dimensión institucional de dichos discursos (las emisiones y las entrevistas), y en ese recorte abordamos políticas institucionales de producción que ubican los medios analizados en el campo mediático. En segundo lugar, abordamos la dimensión enunciativa, desde una perspectiva dialógica (Bajtín), indagando sobre las imágenes de enunciadore/as y destinatarios/as que se construyen; las estrategias, los presupuestos y sobreentendidos que emergen respecto de la perspectiva de género y sexualidades en dichos medios. Nuestro universo muestral está compuesto por las emisiones al aire –registro sonoro de material emitido en vivo y continuado– durante dos meses, de ambas emisoras, y siete unidades de análisis. Luego trabajamos con entrevis-

tas a profesionales en ejercicio en ambas emisoras y actores institucionales del multimedio, abordando trayectorias laborales y sentidos emergentes de la TPGS.

Seguidamente, desarrollamos el diseño de un sistema de indicadores. Para ello se contempló el subcorpus 1 (emisiones), y desde una dimensión cuantitativa se registró la duración de los fragmentos seleccionados, proporcionalidad en función del tiempo total de emisión, cantidad de voces intervinientes, sexo de las voces, jerarquización de temas tratados, tratamiento y enfoques, tiempo por tema tratado, etc. Se realizó un trabajo descriptivo en base al método comparativo, bajo el procedimiento de observación-escucha, y transformación de los datos en información y se elaboró una ficha modelo (Ficha N° 1). En la dimensión cualitativa se identificaron *las* tópicos generales y de recurrencia, los géneros y formatos en los que aparecen, y se buscó representatividad tipológica por medio del método de saturación de categorías. Se realizó un análisis socio-discursivo de las piezas radiofónicas desde la materialidad propia del corpus y se registraron los resultados en una ficha modelo (Ficha N° 2) que incorporó las diversas estrategias y modalidades del decir –específicas del discurso radiofónico–, así como de los posicionamientos del enunciador ante lo que se dice (Mata y Scarafía: 1993), el predominio de géneros discursivos y jerarquización temática, así como el sistema de ubicaciones, turnos, y tiempos del habla en función de una perspectiva de género; entre otras dimensiones, incluyó la división sexual del trabajo en la rutina del medio, la representación de mujeres y hombres como personas mencionadas o entrevistadas y tiempo hablado, la representación de género según profesión/ocupación, la presencia de las mujeres y de los hombres según los temas tratados en las noticias, la forma en que

los informativos les presentan, la presencia de periodistas que cubren las noticias respecto a sus compañeros, etc. (López Diez, 2001,2005).

En el sub corpus 2 (entrevistas) se hizo especial hincapié en el análisis del discurso situado institucionalmente, partiendo de una caracterización de ambas 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, para indagar sobre las trayectorias laborales de las/los profesionales del medio desde un análisis sociodiscursivo de los sentidos atribuidos a las diversas dimensiones que componen la TPGS en los medios.

Reflexiones y nuevas indagaciones teóricas, éticas, políticas y pedagógicas sobre la TPGS en radios universitarias

El enfoque que hemos compartido, y la estrategia metodológica que hemos diseñado para su abordaje pretende producir un aporte socialmente relevante al campo de los estudios sobre la radio, a las políticas y planes de acción emprendidos y/o por emprender por parte de las emisoras universitarias de nuestro país, y a la actualización profesional de las y los docentes en radio, así como a la formación de radialistas jóvenes en el campo profesional.

La investigación que motivó este capítulo y su presentación como ponencia en las jornadas prevé propuestas de transferencia concretas para los proyectos radiofónicos de nuestras emisoras universitarias. Nuestro planteo parte de pensar la TPGS como una herramienta innovadora para el mejoramiento de las TIC con fines inclusivos en la dimensión del acceso y participación ciudadana de las audiencias

juveniles a la información y la comunicación. Ya mencionamos que el problema de la TPGS se inscribe en un contexto paradójico: la necesidad de innovar en enfoques tecnológico-productivos que atiendan a la diversidad y la inclusión, desde un sistema de convergencia mediática ya imbricado en un contexto mundial de profundas y persistentes desigualdades sociales y de predominio de un mercado capitalista. Nuestro trabajo, como el de muchos de nuestros colegas, apunta a identificar esas desigualdades en el devenir cotidiano de las radios universitarias, movilizadas por la convicción de que nuestras casas de altos estudios están a la altura ética, política y pedagógica de emprender ese desafío. Como docentes de radio, ésa es la tarea.

Referencias bibliográficas

- Alcoff, L. (2001). "Feminismo cultural versus post-estructuralismo: la crisis de la identidad en la teoría feminista". En Navarro, M. y Stimpson, C. (comps.): *Nuevas direcciones*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Angenot, M. (1982). *La Parole pamphlétaire. Contribution à la typologie des discours modernes*. París. Payot.
- Bajtín, M. (1982). *Estética de la creación verbal*. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*, Ed. Cátedra, Madrid.
- Braidotti, R. (2000). *Sujetos nómades*, Ed. Paidós, Argentina.
- Butler, Judith (2011). Vida precaria, vulnerabilidad y ética de cohabitación. En *Cuerpo, memoria y representación: Adriana Cavarero y Judith Butler en diálogo* (pp. 47-80).
- Butler, J. (2010a): Marcos de guerra. Butler, J., & de Guerra, M. (2010). *Las vidas lloradas*. Madrid, España: Espasa.
- Butler, J. (2004). *Lenguaje Poder e Identidad*, Ed. Síntesis, Madrid.
- Camblong, A. M. (2009). Habitar la frontera. En *Revista DeSignis* N°13. pp. 125 a 133. Buenos Aires, La Crujía.

- Caruncho 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. S. de Compostela, España.
- De Lauretis, Teresa (1992). *Alicia ya no. Feminismo, semiótica, cine*, Ed. Cátedra, Valencia.
- De Lauretis, T. (1990). De Lauretis, T. (1990). “Eccentric Subjects. Feminist Theory and Historical Consciousness”.
- Fernández, J. L. (2008). *La construcción de lo radiofónico*. Ed. La Crujía, Buenos Aires.
- Liponetsky, T. (2008). Emisoras universitarias: entre la alternatividad y el mercado. La cuestión del decir desde una institución, en *Rutas alternativas de la Comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder*. pp. 83-94. Ammann, A. B. y Da Porta, E. compiladoras. Ferreyra Ed. Córdoba.
- López Diez, P. (1996). *Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género*, Facultad de Ciencias de la Información, UCM, Madrid.
- López Diez, P. (2001). *Representación de género en los informativos de radio y televisión. Primer informe*, Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Madrid, España.
- López Diez, P. (2005). *Representación de género en los informativos de radio y televisión. Segundo informe*. Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE, Madrid, España.
- López Diez, P. (2007). *La violencia contra las mujeres desde la perspectiva de género en el programa Tolerancia Cero de Radio 5*, Ed. RTVE e Inst. de la Mujer, España.
- Martínez Costa y Díaz Unzueta (2005). *Lenguaje, géneros y programas de radio*. Cap. “El lenguaje radiofónico. La palabra”, pp. 41 a 49. EUNSA, España.
- 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.

- 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.
- Rincón, Omar (2006): *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento*, Ed. Gedisa, Barcelona.
- Rivera Méndez, L. y Guardia Mediano, R. (2009). *La democratización del uso del espectro radioeléctrico*, XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología, VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.
- Sánchez Leyva, M. J. y otras (2007). *Crítica feminista y comunicación*, Ed. Comunicación social, Sevilla, España.
- Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*, Ed. Norma, Buenos Aires, Argentina.
- Villamayor, C. (2008). *La subjetividad oxidada*, ALAIC, México.

Documentos

- IV Conferencia Mundial de la Mujer, la Plataforma de Acción de Beijing (1995).
- Monitoreo Mundial Global de Medios GMMP (2015). Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Toronto: WACC www.whomakesthenews.org
- Ley 26522, de Servicios de Comunicación Audiovisual, y su reglamentación (2009) Buenos Aires, Argentina.
- Tesis de grado (2016). Trabajo Final de Investigación “Construcción de la labor periodística de las mujeres en informativo radial. Estudio de caso: Equipo de trabajo del programa Mira Quién Habla, AM 580 Radio Universidad Córdoba”. Ahumada, María Sofía; Arzamendia, Facundo Nahuel; Zieniewski, Bárbara. Dirección: Gerbaldo, Judith Gerbaldo. Co-Dirección: Culasso, María Cecilia. FCC. UNC
- Índice de Desarrollo de Género (IDG). UNESCO (2014) Indicadores de Género para Medios de Comunicación. París.