



Universidad Nacional de Córdoba  
Repositorio Digital Universitario

Construcción de la labor periodística de las mujeres en informativo radial: Estudio de caso equipo de trabajo del programa Mirá quién habla, AM 580 Radio Universidad Córdoba

María Sofía Ahumada

Facundo Nahuel Arzamendia

Bárbara Zieleniewski

**Cómo citar el trabajo:**

Ahumada, M. S., Arzamendia, F. N. y Zieleniewski, B. (2016). *Construcción de la labor periodística de las mujeres en informativo radial: Estudio de caso equipo de trabajo del programa Mirá quién habla, AM 580 Radio Universidad Córdoba*. Tesis para optar al grado académico de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba (inérita). Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/6019>

**Licencia:**

Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional





UNC



**ECI**  
Escuela de Ciencias  
de la Información

Universidad Nacional de Córdoba  
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales  
Escuela de Ciencias de la Información  
Tesis de Licenciatura en Comunicación Social

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.**

Alumnos/as:

Ahumada, María Sofía - Mat: 34070158

Arzamendia Facundo Nahuel - Mat: 33893993

Zieleniewski, Bárbara - Mat: 34455523

Dirección: Lic. Judith Gerbaldo

Co-Dirección: Lic. María Cecilia Culasso

**Córdoba  
-2016-**

## **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 y Zieleniewski Bárbara*  
Escuela de Ciencias de la Información – Universidad Nacional de Córdoba.

#### **Resumen**

El trabajo pretende visualizar cómo se construye la labor periodística de las mujeres en el informativo radial, centrándose en un estudio de caso sobre el equipo de trabajo del programa “Mira Quién Habla” que se emite de lunes a viernes por Radio Universidad AM 580. Sobre el tema se establecieron como objetivos: Reconocer y analizar la construcción de la labor de las mujeres periodistas en el programa informativo “Mira Quién Habla” de radio Universidad; indagar sobre el lugar y rol de los integrantes del programa respecto a la toma de decisiones y línea editorial; conocer y analizar la participación de las mujeres y varones en el programa; y describir cómo se construye la labor periodística de las mujeres en el programa mencionado.

Los postulados de Jesús Martín Barbero sobre la vinculación entre comunicación y cultura, marcaron el eje comunicacional desde el cual se ancla el trabajo, para luego hablar de los medios y en particular de las emisoras universitarias. La investigación se realizó desde una perspectiva de género, incluyendo el uso del lenguaje no sexista.

Con respecto a la metodología, fue de tipo cualitativa y para recolectar los datos necesarios se utilizaron las siguientes técnicas: entrevista semiestructurada, observación, registro de audios sobre la grabación de una semana del programa y análisis documental. En relación al análisis de los datos, primero se agruparon por categorías, luego se buscaron convergencias y divergencias dentro de cada uno de ellos, y finalmente, se relacionaron los resultados con la categoría central de la investigación, para elaborar conclusiones al respecto.

**Palabras claves:** Construcción- Labor periodística-Género- Radio Universidad

## **Abstract**

The work aims to visualize how the journalistic work of women in the informative radio show is built, focusing on a case study of the team of "Mira Quién Habla" show, which airs Monday through Friday on Radio Universidad AM 580. We settled as objectives: to explore the work of women journalists in the news show "Mira Quién Habla" aired on Radio Universidad; inquire about the place and role of the members of the program with regard to decision-making and editorial line; know and analyze the participation of women and men in the program and describe how the journalistic work of women in the university's radio is built.

The postulates of Jesus Martin Barbero on the link between communication and culture marked the communication axis from which the work is anchored to then talk about the media and particularly the university's radio. The research was conducted from a gender perspective, including the use of non-sexist language.

Regarding the methodology was qualitative in nature. To collect the necessary data were used the following techniques: semi-structured interview, observation, recording of a radio program during a week and document analysis. Regarding the analysis of data first were grouped into categories, then they sought convergences and divergences within each of them and finally the results related to the core category of research to draw conclusions.

**Keywords:** Construction-Journalism-Genre-Radio Universidad

## *Agradecimientos*

*A nuestra Directora, Judith Gerbaldo y Co-directora, Cecilia Culasso por el acompañamiento, compromiso y aportes para el estudio.*

*Al equipo de trabajo de “Mira Quién Habla”, a Radio Universidad y a los SRT. Por abrirnos las puertas del medio y dejarnos investigar con libertad.*

*A Laura Paz por el diseño gráfico de la tesis.*

*A nuestras familias y amigos/as, por acompañarnos en este proceso.*

*Y a cada uno/a de los/as compañeros/as que aportaron en nuestro aprendizaje y dejaron que aportemos en el suyo a lo largo de la carrera.*

Índice

<b>Introducción</b> .....	8
<b>Capítulo I</b>	
<b>1. Estado actual del conocimiento sobre el tema</b> .....	13
<b>1. 1. Tema de investigación</b> .....	14
<b>1. 2. Antecedente</b> .....	14
<b>1. 3. Justificación del estudio</b> .....	16
<b>Capítulo II</b>	
<b>2. Presentación del problema</b> .....	17
<b>2. 1. Problema</b> .....	18
<b>2. 2. Objetivos:</b> Objetivo general y objetivos específicos.....	18
<b>Capítulo III</b>	
<b>3. Abordaje Teórico</b> .....	19
<b>3. 1. Abordaje Teórico</b> .....	20
<b>3. 2. Comunicación / Cultura y medios</b> .....	20
3. 2. 1. La Radio como espacio y práctica cultural.....	25
3. 2. 2. Un acercamiento a la radio.....	27
3. 2. 3. Radio y nuevas tecnologías.....	29
3. 2. 4. La labor periodística.....	30
3. 2. 5. Especialización periodística en la era de la comunicación digital.....	33
3. 2. 6. Periodista radial.....	35
3. 2. 7. Agenda informativa.....	37
<b>3. 3. Perspectiva de Género como categoría social para explicar las relaciones de desigualdad</b> .....	42
3. 3. 1. Primeros lineamientos sobre el Género.....	43
3. 3. 2. El Género como categoría analítica.....	43
3. 3. 3. Diferencia entre sexo y género.....	44



3. 3. 4. Contexto de sustento: El capitalismo y el patriarcado en el surgimiento de los estudios de género para el análisis social.....	45
3. 3. 5. El capitalismo como modo de producción.....	46
3. 3. 6. El lenguaje como forma de nominación.....	47
3. 3. 7. Hacia una definición de género.....	48
<b>3. 4. Género y Comunicación.....</b>	<b>49</b>
3. 4. 1. Marco jurídico con perspectiva de género.....	49
3. 4. 2. Participación de la mujer en los medios.....	52

#### Capítulo IV

<b>4. Abordaje Metodológico.....</b>	<b>54</b>
4. 1. Abordaje Metodológico.....	55
4. 2. Diseño Cualitativo.....	55
4. 3. Noción de construcción social.....	57
4. 4. Espacio donde se desarrolla la investigación.....	58
4. 5. Población.....	59
4. 6. Muestra.....	59
4. 7. Unidades de observación.....	61
4. 8. Técnicas de recolección de datos.....	61
4. 8. 1. Técnicas primarias.....	62
4. 8. 1. 1. La entrevista.....	62
4. 8. 1. 2. La Observación.....	64
4. 8. 2. Técnicas Secundarias.....	65
4. 9. El trabajo con los datos: Análisis y sistematización.....	65
4. 9. 1. Codificación.....	65
4. 10. Dificultades y aprendizajes.....	66

#### Capítulo V

<b>5. Desarrollo de la Investigación.....</b>	<b>68</b>
5. 1. Desarrollo de la investigación: Análisis.....	69



<b>5.1.1. Entrada al campo</b> .....	69
5.1.1.2. Contexto histórico de la radio en Argentina.....	69
5.1.1.3. Radio Universitaria.....	71
5.1.1.4. Radio Universidad AM 580: más de 50 años informando.....	74
5.1.1.5. Programa “Mira Quién Habla”.....	77
<b>5.1.2. Proyecto institucional</b> .....	83
5.1.2.1. Manual de estilo y desarrollo en materia de género.....	84
5.1.2.2. Línea editorial y producción de contenido.....	87
<b>5.1.3. El trabajo al aire: El reparto del micrófono</b> .....	90
<b>5.1.4. Formación periodística</b> .....	95
<b>5.1.5. Las tareas del equipo</b> .....	97

## Capítulo VI

<b>6. Conclusiones</b> .....	104
------------------------------	-----

## Capítulo VII

<b>7. Bibliografía</b> .....	110
------------------------------	-----

## 8. Material Anexo (CD)

### Audio

Entrevistas Realizadas

Grabación de programa “Mira Quién Habla”

### Texto

Entrevistas Desgrabadas

Manual de Estilo SRT

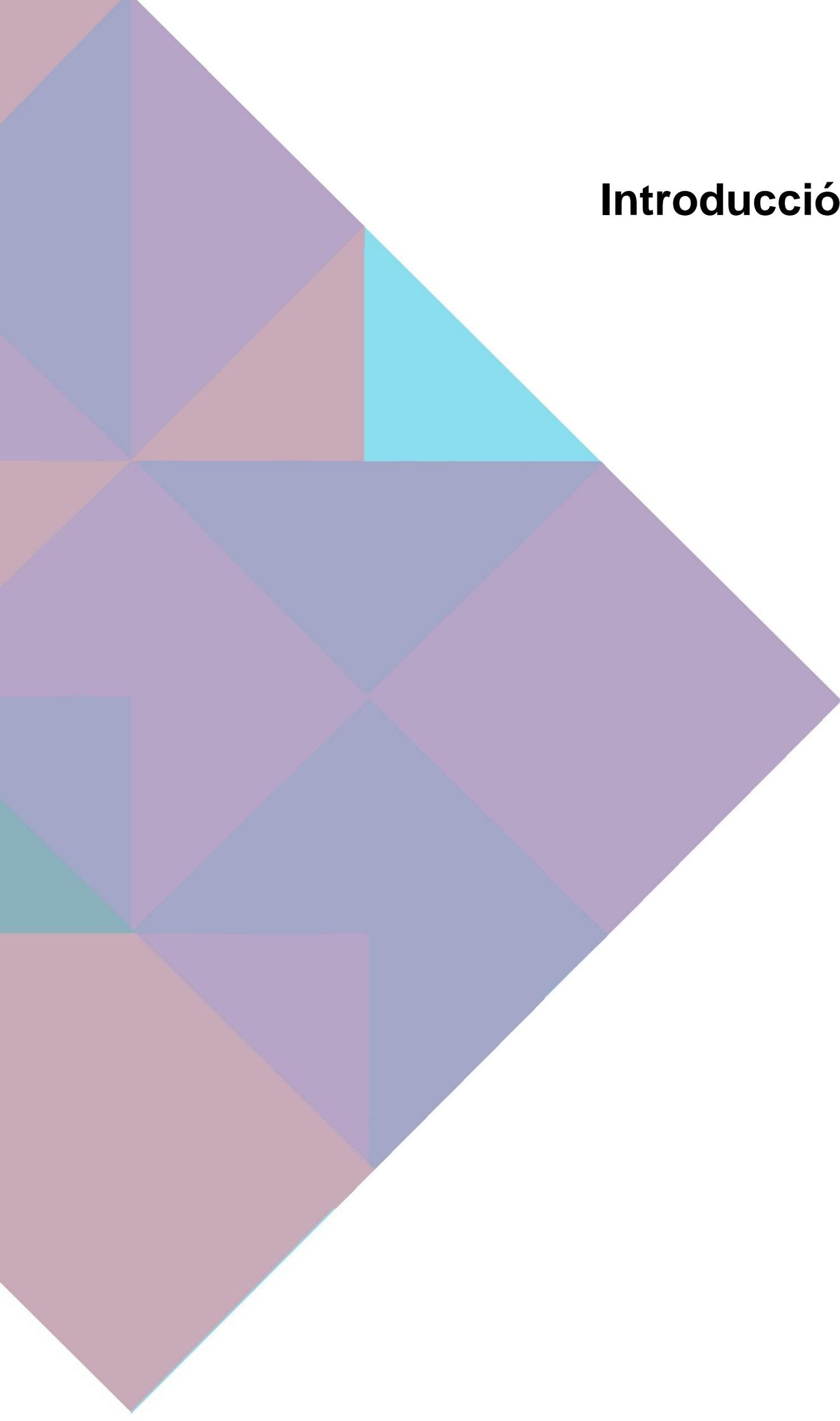
Preocupaciones retóricas y políticas. Un abordaje sobre la categoría Violencia Mediática de Género desde dos legislaciones vigentes- Paula Morales

Observación

Proyecto de monitoreo Global de Medios 2010- WACC

Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra la mujer- RedPar





# Introducción

## Introducción

La presente tesina de grado ha sido el producto de una investigación que llevó un año y medio, realizada a partir de la curiosidad y posterior interés de acercarnos a un programa radial de Córdoba, para conocer sobre la construcción de la labor periodística de las mujeres.

De este primer paso, surgió la necesidad de seleccionar un medio radial donde volcar nuestra investigación. Así es cómo, luego de analizar las posibilidades (emisoras privadas, comunitarias, entre otras), decidimos trabajar en Radio Universidad, por ser el medio estatal que depende de la Universidad Nacional de Córdoba, y por considerarlo un tema poco indagado. Como así también, por presentar producción de contenido informativo local.

Del acercamiento al tema nos surgió el interrogante *¿Cómo se construye la labor periodística de las mujeres en el programa informativo “Mira Quién Habla” de Radio Universidad Córdoba AM 580?* Ante este cuestionamiento enmarcamos el análisis en la construcción de la labor periodística, estudiando particularmente el caso del equipo de trabajo del informativo radial “Mira Quién Habla” de la AM universitaria.

El programa, que lleva cinco años al aire de la radio pública, se emite de lunes a viernes de 9 a 13hs con la conducción de César Barraco. El equipo de trabajo se completa con la producción, columnistas, especialistas en diversos temas, operación técnica y locución.

El objetivo por el que decidimos plasmar el siguiente estudio es reconocer y analizar la construcción de la labor de las mujeres periodistas en el programa informativo “Mira Quién Habla” de radio Universidad; de éste se desprenden otros: indagar sobre el lugar y rol de los integrantes del programa respecto a la toma de decisiones y línea editorial; conocer y analizar la participación de las mujeres y varones en el programa; y describir cómo se construye la labor periodística de las mujeres en la radio universitaria.

Respecto a las referencias teóricas, las dividimos en ejes: *“Comunicación/Cultura y medios”*; *“Perspectiva de Género como categoría social para explicar las relaciones*



*de desigualdad” y, “Género como categoría de análisis en comunicación“.* Respecto al **primer eje**, tomamos la vinculación entre comunicación y cultura de Jesús Martín Barbero, para pensar la comunicación como un proceso integrado por formas simbólicas y procesos industriales.

Cabe aclarar que, si bien hacemos referencia al semiólogo Eliseo Verón, no pretendemos realizar un análisis del discurso de los medios, sino más bien sirve de marco para explicar el intercambio de discursos en los procesos comunicacionales. Por lo que con la tesis valoramos la labor de la mujer en radio, a partir de la visita a la emisora, del relevamiento de los testimonios de los integrantes del programa y de las escuchas de la semana seleccionada.

Si hablamos de los medios y en especial de la radio como prácticas culturales, especificamos algunas consideraciones sobre labor periodística en radio. Entendemos por periodistas radiales a quienes conducen un programa y/o realizan columnas sobre temas especializados (política, cultura, deporte, etc.) A quienes producen informativos y programas de otros tipos, quienes se encargan de la elaboración de boletines informativos, realizan secciones de opinión, reciben los mensajes de los oyentes, leen publicidades, como así también quienes presentan el clima, editan audios y se dedican a la puesta al aire (operación técnica).

Al **segundo eje** lo abordamos desde los elementos constitutivos del género y su contexto de sustento: capitalismo, mediante los lineamientos de autores como Joan. W Scott, Diana Maffia y Marta Lamas. Teniendo en cuenta que la investigación la realizamos desde una perspectiva de género, resulta necesario hacer algunas aclaraciones sobre el uso del lenguaje en éste estudio.

El lenguaje ayuda a nominar y a construir la concepción del mundo y la realidad. Es decir, los términos, las frases que usamos para describir la realidad, las cosas y las personas, organizan nuestra estructura interpretativa de las mismas. En ese sentido el poder y la capacidad de influencia del lenguaje público son trascendentales. Por este motivo, y para evitar desigualdades en el uso del lenguaje entre varones y mujeres y atendiendo a las avances que en la actualidad se han desarrollado respecto a este tema, -



como los decálogos para el tratamiento periodístico de las noticias-, es que nos resultó conveniente incorporar el lenguaje no sexista o inclusivo.

Para ello establecimos una serie de acuerdos: En primer lugar, usamos la palabra “varón” en lugar de “hombre”. Segundo, empleamos los genéricos que incluyen ambos sexos. Esto evita tomar el género gramatical masculino como universal para referirnos tanto a varones como a mujeres. En este caso utilizamos los términos “las y los” como así también “los/as”. Por último, para nombrar a las profesionales aplicamos el femenino correspondiente. (Radios Libres, 2014). Pero, no se aplicarán estos acuerdos en las citas de autor/a.

Finalmente, en el **tercer eje**, tomamos el marco legal existente en materia de género y comunicación, a saber: Ley de protección integral para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres N° 26.485, y Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 -en adelante Ley SCA-.

En relación a la Ley SCA, a fines del 2012, en el marco de su implementación, la representante de la AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) en el Observatorio de la Discriminación en Radio y TV, Miriam Pelazas, dijo que se incorporaría la perspectiva de género en los contenidos de medios audiovisuales especificando que: *“eliminar la discriminación de género, los estereotipos femeninos y el lenguaje sexista en los contenidos de sus programaciones y a fomentar el acceso de las mujeres a todas las áreas y secciones y a los puestos de decisión, entre otros puntos”*. (Pelazas; 2012: Diario Página /12).

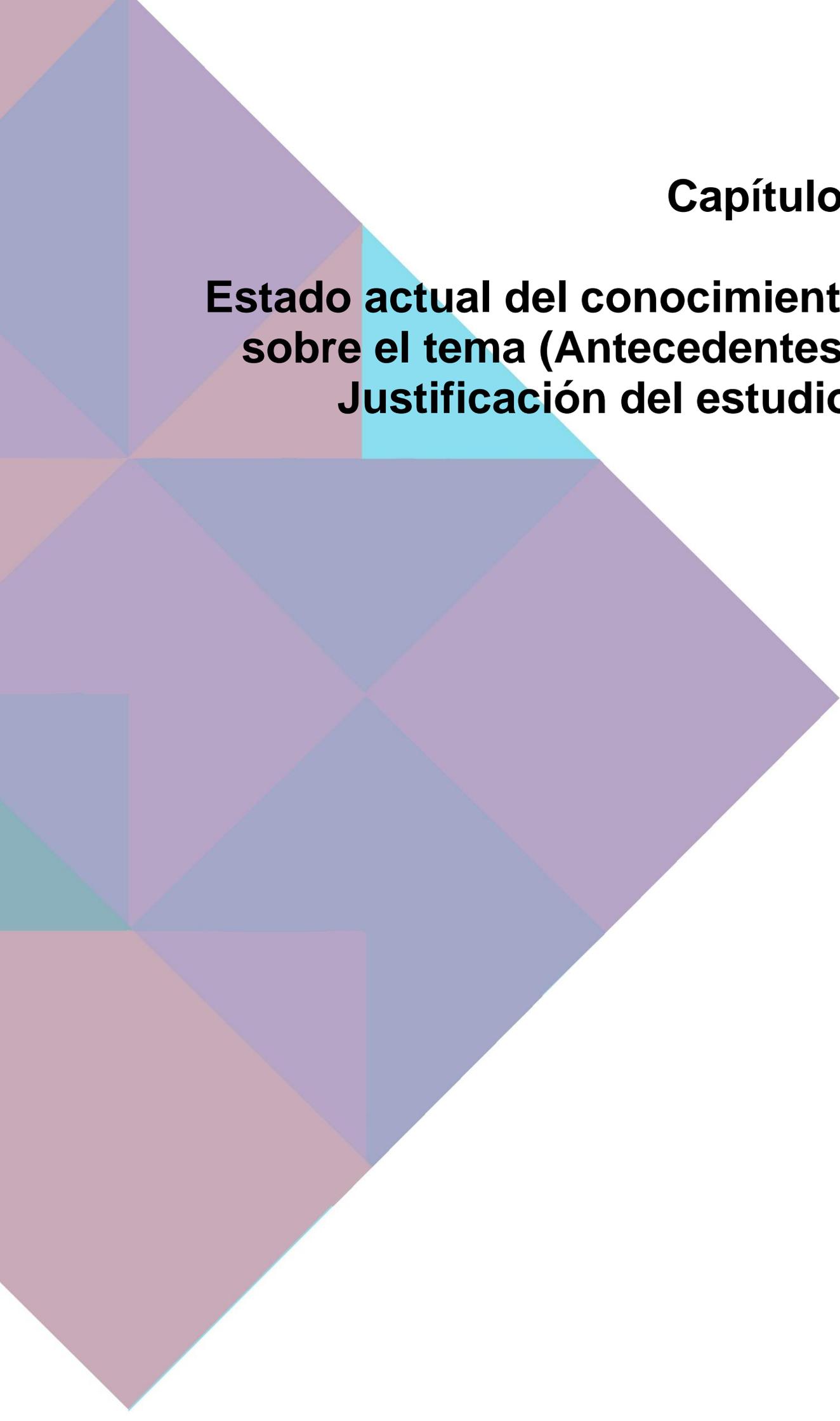
Cabe aclarar, a modo de cierre, que la muestra se enmarca en el período que va del 7 al 30 de diciembre de 2015. Durante este tiempo, se produjo en la Argentina un cambio en la gestión del estado nacional. Por cuanto el nuevo gobierno, encabezado por el Presidente Mauricio Macri, que asumió el 10 de diciembre, ha generado cambios que afectan la Ley 26.522 desde la publicación del Decreto Nacional de Urgencia (DNU) N° 267/2015. Éste decreto, amenaza a la libertad de expresión, coartando la pluralidad de voces, y permitiendo la centralización de medios de comunicación, es decir, transformando la información en una mercancía, entre otros aspectos. A la fecha, se han



presentado dos medidas, una precauteladora, y una vía de amparo, que permitió frenar las acciones de expulsión de la AFSCA y AFTIC, que pretendían eliminar para conformar el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM).

Esto seguramente será materia de análisis posteriores por la implicancia en el rol, la propiedad y los modos de ejercer la labor periodística en los medios audiovisuales, pero escapa al análisis de la presente investigación.





## Capítulo I

# Estado actual del conocimiento sobre el tema (Antecedentes / Justificación del estudio)

## 1. 1. Tema de la 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.**

### 1. 2. Antecedentes

En cuanto a las referencias de investigaciones previas se pueden dividir en: las que se relacionan de manera directa con el tema en estudio, por poseer los mismos ejes (género, comunicación y radio) y publicaciones que han contribuido con información valiosa o de difícil acceso y al mismo tiempo han favorecido a la comprensión y descubrimiento de autores.

En la primera división se puede nombrar el trabajo “Procesos de socialización, situación laboral y perspectiva de género de mujeres de Radio Universidad AM 580: Un abordaje” realizado en 2007 por María Fernanda Sapag y Alicia Zanotti. En ésta tesis de grado, las autoras hacen hincapié en los problemas que enfrentan las mujeres en el ámbito laboral poniendo especial atención en la ausencia de mujeres que opinan y analizan sobre ciertas temáticas, como política, economía, etc.

En la segunda división, se encontró el trabajo “Mujeres participando: Ciudadanía comunicativa en Radio Sur” escrita en 2009 por María Cecilia Culasso, Manuel Francisco Montali y Mariana Beatriz Rey. El grupo realizó un análisis de los procesos de participación de las mujeres en el marco de Radio Sur 90. 1 FM desde el enfoque de la ciudadanía comunicativa.

Por último, fue valioso el aporte del material audiovisual “Crónica de una Crónica”, elaborada en el año 2009 por Natalia Castagno, Lucrecia Castro y Silvana Lovato, ya que brindó información útil sobre la historia del medio universitario y



particularmente para el presente trabajo, se rescató la participación histórica que tuvieron ciertas mujeres durante esos años en el multimedio.

Los tres trabajos nombrados con anterioridad, son Tesinas producidas para la finalización de la licenciatura en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Información (UNC) entre el 2007 y 2010, por lo que la presente investigación da cuenta de la pertinencia de este estudio y la necesidad de una actualización de la temática teniendo en cuenta el nuevo contexto socio-político que se atraviesa.

### 1. 3. Justificación del estudio

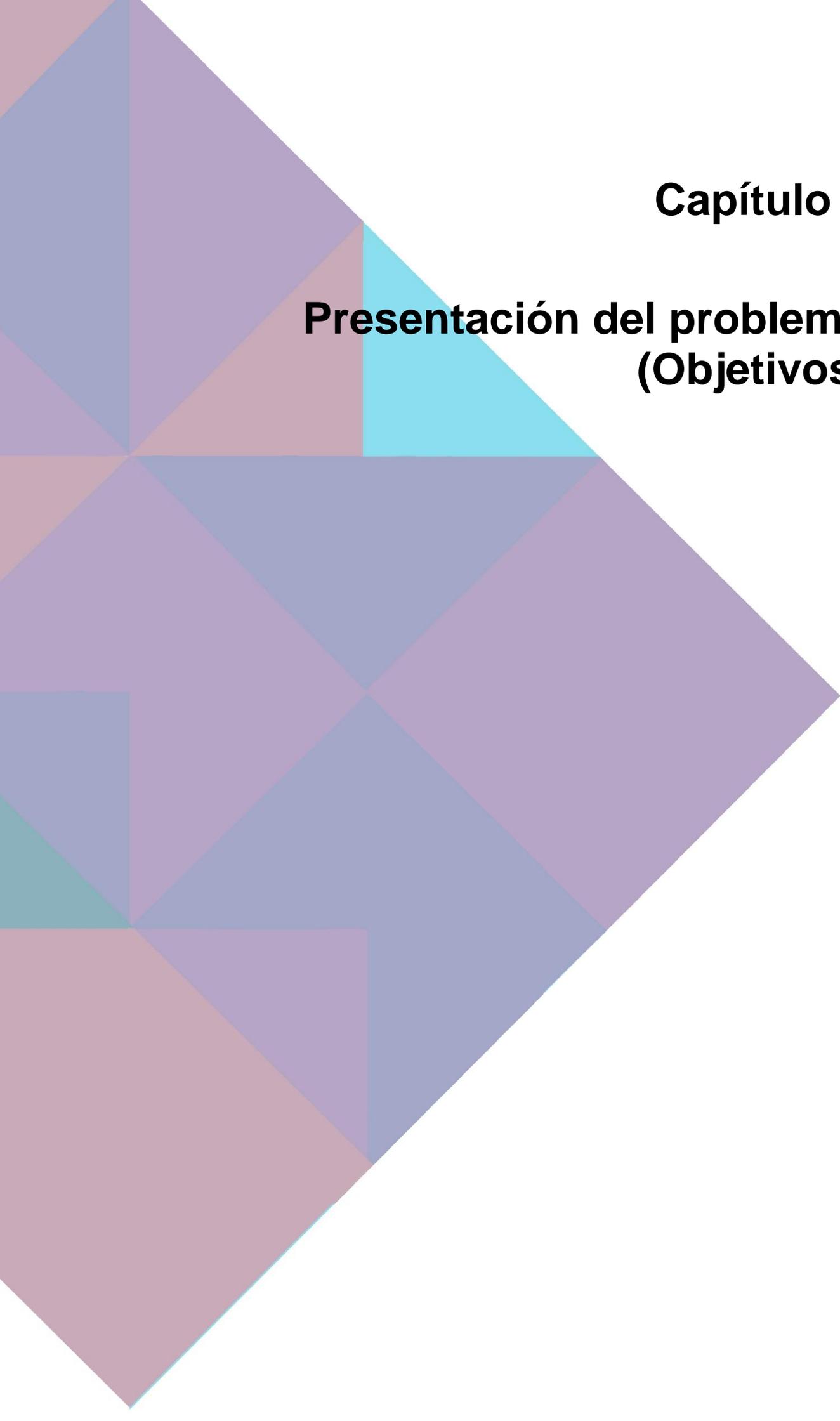
Se enmarca el análisis en el programa radial “Mira Quién Habla” de Universidad 580 AM que se emite de lunes a viernes de 9 a 13hs. El período de trabajo en la radio se realizó en diciembre del 2015, específicamente, entre los días 7 y 30.

Por ser el medio estatal que depende de la Universidad Nacional de Córdoba, y como estudiantes de tal institución, consideramos necesario un estudio sobre este tema. No se descarta, que como indica la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, también tiene algunas características de gestión privada.

Teniendo en cuenta los años transitados en esta Casa de Estudios y habiendo podido desarrollar prácticas de aprendizaje en medios que pertenecen al Multimedia SRT (Servicios de Radio y Televisión), es que nos vimos en la necesidad de contribuir con una investigación para dar cuenta de la construcción de la labor periodística de las mujeres en la emisora universitaria, al considerar que es un tema poco indagado, tal como planteamos en la presente investigación.

En segundo lugar, por presentar producción de contenido informativo local. Es decir, que se propone la elección en función de la cantidad de minutos al aire de los programas informativos de producción, contenido y figuras locales.

Si bien, dentro de la amplia grilla de programación de la emisora, existen otros programas informativos como “Cara y Cruz”, la elección del programa en estudio se debió a que es conducido por el gerente de la Radio, siendo el programa principal de la emisora y marcando de esta manera la agenda de noticias del día.



## Capítulo II

### **Presentación del problema (Objetivos)**

## 2. 1. Problema

La intención del trabajo consiste en lograr comprender el lugar que ocupan las mujeres periodistas en los programas radiofónicos. Puntualmente por medio de un estudio de caso se busca analizar cómo se construye el rol de las mujeres periodistas en Radio Universidad AM 580.

En función de lo desarrollado, se plantean entonces una serie de interrogantes que permiten delinear el problema del presente estudio, tales como: ¿Qué lugar ocupan las mujeres como periodistas en el programa? ¿Es coherente la línea editorial propuesta por el medio y por el programa en relación a la transversalidad de género? ¿Las mujeres desempeñan las mismas tareas, funciones, roles que los varones? En su participación al aire, ¿Cuáles son las temáticas que desarrollan las mujeres como periodistas y es el mismo el tiempo al aire que ocupan las mujeres que los varones?

Al dar respuesta a estas preguntas, se podrá describir entonces la labor de las mujeres periodistas en el programa para luego analizar cómo se construye dicha labor.

En base a lo establecido, el problema de investigación se sintetiza en el siguiente interrogante: *¿Cómo se construye la labor periodística de las mujeres en el programa informativo “Mira Quién Habla” de Radio Universidad Córdoba AM 580?*

## 2. 2. Objetivos

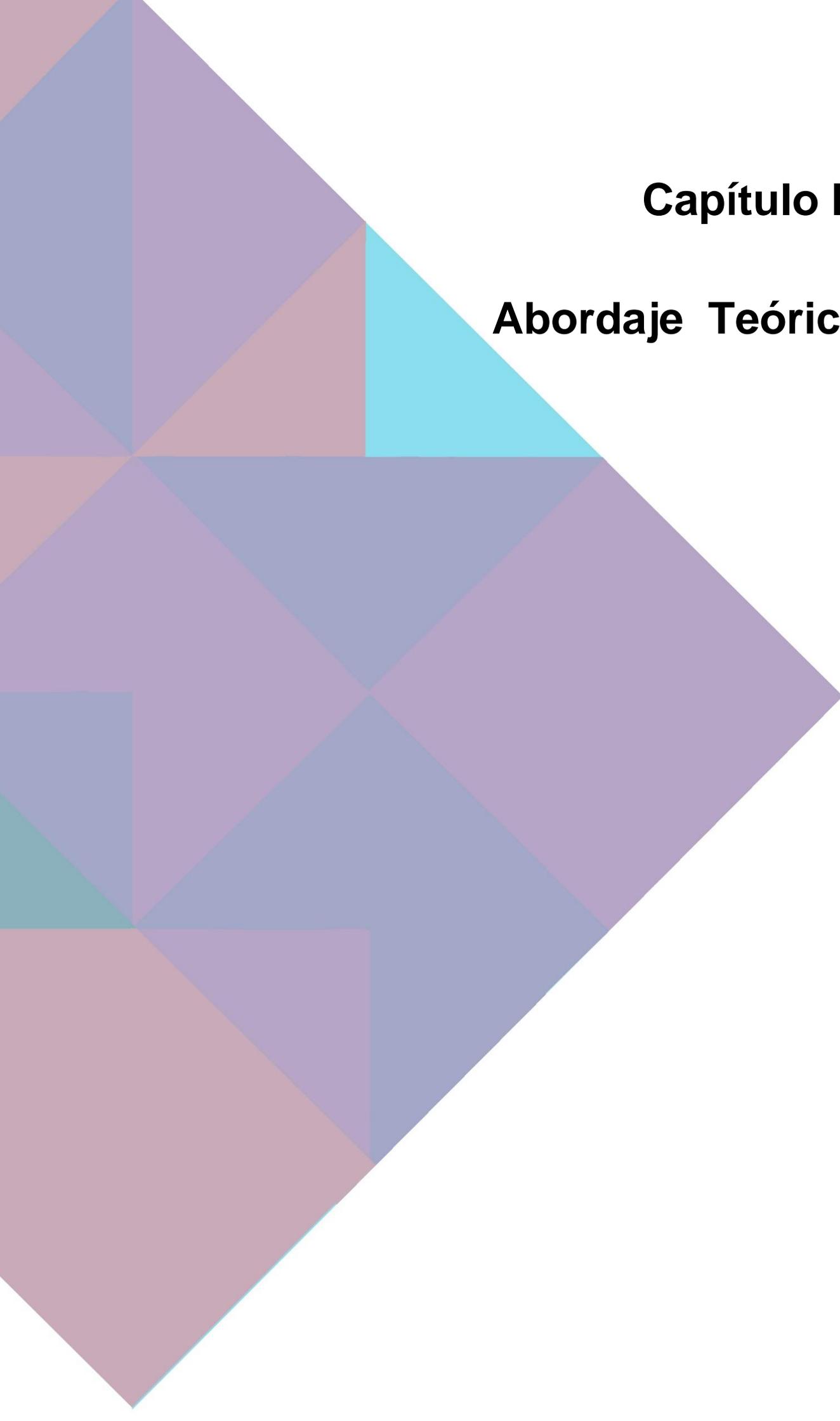
### *Objetivo General*

1. Reconocer y Analizar la construcción de la labor de las mujeres periodistas en el programa informativo “Mira Quién Habla” de radio Universidad.

### *Objetivos específicos*

1. Indagar sobre el lugar y rol de los integrantes del programa “Mira Quién habla” respecto a la toma de decisiones y línea editorial.
2. Conocer y analizar la participación de las mujeres y hombres en el programa.
3. Describir cómo se construye la labor periodística de las mujeres en la radio universitaria.





## **Capítulo III**

### **Abordaje Teórico**

### 3. 1. Abordaje Teórico

A fin de deslindar y desgranar los conceptos que atraviesan la investigación, se ha seleccionado el siguiente corpus de acuerdo al problema y objetivos de la investigación antes mencionados. En principio resulta necesario puntualizar los aspectos abordados en el presente estudio. Para ello se elaboraron tres ejes desde los que se profundizan los contenidos. A saber: “*Comunicación/Cultura y medios*”, “*Perspectiva de Género como categoría social para explicar las relaciones de desigualdad*”, y “*Género como categoría de análisis en comunicación*”.

### 3. 2. *Comunicación / Cultura y medios*

Si se piensa la comunicación, se puede empezar por decir que es una actividad inherente al ser humano. A la par de nuestro crecimiento, aprendemos a comunicarnos, transmitir sentimientos, ideas, sensaciones, etc. Es una actividad que se direcciona a un otro, queremos que otro nos entienda, comprenda, justamente por ser seres humanos, inmersos en un contexto social.

Ahora bien, esta práctica social, con la aparición y avance de las tecnologías, comenzó a desarrollarse como comunicación masiva. Desde este momento, nació también la necesidad de comprender estas nuevas prácticas, con objetivos y fines diversos. Sin hacer referencia a todos, podemos pensar los primeros estudios desde fines de los 40 “*en los Estados Unidos por Shannon y Weaver desde la teoría matemática de la información*”. (Mata, 1985: 2), los Estudios Culturales, o La Escuela de Frankfurt, entre otros.

Por los avances que aún hoy encontramos en materia de comunicación, tecnológicos, y teóricos, y los cambios políticos, culturales y económicos, es que se puede afirmar que es un campo que está en constante movimiento, construcción y mutación, y transversalizado por diversos campos de estudios, de los que también precisa para comprenderse.

Es a partir de estas últimas líneas que se pretende realizar la aproximación: el fenómeno de la comunicación visto como dimensión constitutiva de las culturas. Grandes



y chicas, hegemónicas o subalternas es “*dejar de pensar la cultura como contenido de los medios y empezar a pensarla como proceso regulado a un mismo tiempo por dos lógicas: la de las formas –matrices– simbólicas y la de los formatos industriales*”. (Martin Barbero, 1989: 2).

La cultura es el espacio de producción y recreación del sentido de lo social, donde el orden y los desórdenes sociales se vuelven significantes. (Martin Barbero, 1989: 9).

En este sentido es que Schmucler señala la importancia que tiene investigar en comunicación vinculado a la cultura, sin temor a caer en una simplificación y vulgarización de ambos términos, en donde pareciera que se trata de lo mismo, sino sabiendo que “*comunicación y cultura nombran cosas semejantes*” (Schmucler, 1982: 154) y que aquello no consiste en relativizar las fronteras sino enriquecer el campo investigativo de la comunicación.

Y es que comunicación/cultura son términos intrínsecamente vinculados, no sólo desde la producción en los medios, sino también como reflejo en ellos de diversas situaciones de la vida cotidiana. Son el lugar en donde la sociedad busca encontrar una imagen de sí misma:

Mirar las relaciones comunicación/cultura desde lo planteado significa que lo que pone en juego la intervención de la política en ese campo no concierne solamente a la administración de unas instituciones, a la distribución de unos bienes o a la regulación de unas frecuencias, sino a la producción misma del sentido en la sociedad y a los modos de reconocimiento entre los ciudadanos. (Martin Barbero, 1989: 3).

Partiendo del panorama antes descrito, es que resulta necesario comenzar diferenciando dos fenómenos que intervienen en la producción y circulación de los discursos que se distribuyen socialmente en los espacios públicos.

Por un lado, conceptualizar sobre el aspecto de la comunicación humana como una acción en la que intervienen actores, que insertos en una sociedad que los cobija y determina, encuentran en la producción e interacción de información y contenido simbólico, su acto de comunicación. En ese sentido y siguiendo a Armand Mattelart: “*la comunicación es el mecanismo mediante el que se organiza la sociedad, el mecanismo gracias al cual existen y se desarrollan las relaciones humanas*”. (Mattelart. 1996: 62).



Para el autor, este dispositivo funciona en un doble sentido: “*comunicación física o material*” y “*comunicación psíquica*”. La primera refiere a la transmisión, mientras que la segunda hace referencia a lo simbólico (mensajes), generando las condiciones para la organización social.

Cuando Mattelart se refiere a la comunicación como modalidad de organización de la sociedad, hace referencia a su carácter regulador, ante posibles “desequilibrios” que puedan suscitarse teniendo en cuenta la incipiente búsqueda, de las sociedades capitalistas, por mantener el orden social.

Ahora bien, dado el concepto de comunicación, es pertinente resaltar que éste se encuentra atravesado por dos aspectos, por un lado, el discurso y su relación con el poder; y por otro, el lenguaje como código desde el cual nos comunicamos.

En todo proceso de comunicación, se produce el intercambio de discursos que toman sentido en su contexto de producción y circulación en un espacio-tiempo. El discurso remite así a un “*trabajo social de producción: la producción social de sentido*” en palabras de Eliseo Verón. (1980: 85).

En estos intercambios sociales cabe preguntarse sobre las relaciones del poder con el funcionamiento de los discursos. Para el autor, el análisis del poder como “*poder del discurso*” se sitúa en la recepción ya que estudia las relaciones de éste con sus “*efectos*”. Pero cuando Verón (1980) habla de efecto, no lo hace pensando en un receptor pasivo, sino que posee la capacidad de resignificar los diferentes discursos. Para ello el autor aclara:

El concepto analítico del poder de un discurso es un concepto relacional: el poder de un discurso sólo puede manifestarse bajo la forma de un efecto, es decir bajo la forma de otra producción de sentido, de otro discurso. En otras palabras: el poder de un discurso A es un discurso B que se manifiesta como efecto del primero. (Verón, 1980: 86).

Generando nuevas significaciones que formarán parte de la cadena de la semiosis social, se crea una red significativa y un sistema productivo, infinitos. El punto de partida para el análisis se realiza a partir del sentido producido, es decir, considerando los fenómenos sociales como producción de sentido. A la hora de analizar las condiciones de producción el autor señala que es aquí donde se sitúa la ideología de un discurso: “*Los aspectos ideológicos de un discurso se encontrarán en la producción, prestando atención*



*al sistema de relaciones entre el discurso y sus condiciones de producción*". (Verón. 1982: 126). Con ello el autor señala que en cada discurso se pueden leer "huellas" de discursos anteriores. Los receptores tienen la capacidad de resignificar los discursos, interpretando el sentido de múltiples maneras y generando nuevas significaciones. A esto Verón llama la cadena de la semiosis social. A modo de ejemplo: Un discurso "X" es producido en un contexto social y ejerce un determinado poder que busca producir un determinado efecto en palabras de Verón. Ese efecto generará un nuevo discurso donde se podrán ver las "huellas" del discurso anterior, y que buscará generar un nuevo efecto que producirá un nuevo discurso.

Siguiendo los planteos de Verón se puede definir, que es a partir del estudio de los discursos y su lugar en la red significativa, que la sociedad puede encontrar una imagen de sí misma. Estos discursos sólo tendrán sentido si forman parte de la semiosis social, que para el pensador es *"la dimensión significativa de los fenómenos sociales: el estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto procesos de producción de sentido"*. (Verón: 2004; 125).

Entonces comunicación, cultura, hegemonía, poder, producción y circulación de discursos, y semiosis social, son todos conceptos que permiten comprender cómo la sociedad puede, no sólo verse a sí misma, sino conformarse como tal. Son estos los conceptos que pueden permitir mantener el orden preestablecido o generar las condiciones para el cambio. Para lograr esta construcción social de la ciudadanía es necesario *"propiciar las condiciones materiales de producción y la existencia real de los intercambios comunicativos mediáticos entre sujetos sociales en el espacio público y creando opinión, y no sólo como supuestas voluntades individuales en actitud de recepción"*. (Entel. 2006: 75).

De esta forma, así como se definen estos últimos conceptos íntimamente ligados, no se puede dejar al margen en la práctica social, a la ciudadanía y su participación como parte esencial de la comunicación social, y más aún, del espacio público y la cultura.

La ciudadanía, en términos definidos por María Cristina Mata, vinculado a la comunicación, plantea:

Por un lado, remite a derechos civiles -la libertad de expresión, el derecho a la información, la posibilidad de exigir la publicidad de los asuntos públicos, etc.- consagrados por diversos instrumentos tales como la constitución de los Estados, leyes, decretos, disposiciones reglamentarias. En este sentido, la ciudadanía comunicativa representa un límite a la acción del Estado con el fin de garantizar la libertad de las personas y representa un estatus jurídico. (Mata, 2006:13).

Resulta entonces, necesaria para la ciudadanía el derecho a comunicarse, y los medios son fundamentales en esta construcción. Como explica la docente Judith Gerbaldo: *“Comunicacionalmente el ejercicio de la ciudadanía equivale a participación, y políticamente a autonomía, con capacidad de tomar sus propias decisiones, reconociéndose como actores y sujetos sociales, descentrando la política en la cotidianeidad”*. (Gerbaldo; 2008: 3).

Apoyándose en el concepto de la última autora, y como se venía describiendo anteriormente, la participación de la ciudadanía en la comunicación, es necesaria para apropiarse de la palabra pública, como identidad, y toma de decisiones.

El *“hacer uso de la palabra pública”* que señala la autora significa *“una ruptura llena de complejidad. Aquella que tiene valor social y simbólico. La que se explicita como manifestación de una voluntad de ejercerla, con sentido y continuidad.”* (Alfaro, 1988: 12). Y para ello, el rol del comunicador es fundamental, siendo su primer tarea la de escuchar y responder, ser comunicador y no sólo productor. *“El comunicador debe favorecer la cercanía, el intercambio, la formación de una identidad más amplia, respetando la pluralidad”* (Alfaro, 1988: 30). Y es por ello, que Alfaro encuentra el objetivo de la participación, cuando el sujeto y el comunicador se enriquezcan con la participación es que esta cobra sentido.

De esta forma, es preciso que el desarrollo de la ciudadanía se refleje en la vida cotidiana desde la toma de decisiones y capacidad de decidir en la construcción pública, justamente, respondiendo a la diversidad.



### 3. 2. 1. La Radio como espacio y práctica cultural

Como se viene planteando a lo largo del estudio, estamos inmersos en prácticas culturales, en un tiempo, espacio físico y simbólico cambiante. En éste espacio se construyen y deconstruyen ideologías, realidades, sentimientos y vivencias marcando así el ritmo de la historia. Los medios de comunicación, y en particular la radio, no están exentos de estos cambios, ya que los procesos históricos condicionan sus prácticas construyendo así el discurso social de una época.

Para el presente análisis, resulta pertinente abordar algunas concepciones teóricas sobre el medio radiofónico, como ser: qué es la radio, cuáles son los géneros y formatos existentes, en qué soportes tecnológicos y técnicos se desarrolla.

Al abrir los micrófonos, el medio radiofónico expresa la diversidad de discursos que circulan en una comunidad determinada. Como así también, produce representaciones, valores, significados, construyendo el imaginario mediante el cual, cada sociedad elabora su identidad, aspiraciones y organización. Siguiendo a Pablo Ramos, en su manual de “Políticas de Programación Radiofónica”, sobre el discurso radiofónico: *“El canal (la radio) no es un simple transportador de señales, es un verdadero código de comprensión cultural, un modo convencional reconocido para establecer un tipo de relaciones entre emisores y receptores”* (Ramos, 2011: 11). Es decir, el medio comunica con cierta valoración cultural.

Haciendo un poco de historia, centrándonos en nuestro país, la radio comienza con los “Locos de la azotea”, allá por 1920, cuando se celebraba la primera emisión radial en la Argentina, desde el techo del teatro Coliseo, transmitiendo la ópera “Parsifal” de Richard Wagner, inaugurando de esta forma Radio Argentina. Al tiempo, se fueron incluyendo los relatos de noticias, de deporte, radioteatro, alguna que otra publicidad, y de a poco, se sumaban otras radios al éter radiofónico.

Entrando a la década del treinta, se producen cambios técnicos que van a mejorar la calidad de escucha de las radios. Y puede afirmarse, que en los cuarenta, la radio gana protagonismo, por su importante desarrollo, e impacto comunicativo: *“La campaña electoral de 1946 tuvo a la radio como escenario de difusión de las ideas políticas, convirtiéndose en herramienta de propaganda y de construcción de la opinión pública,*



*no siempre bien vista por todos*” (Argentina.gob.ar, 2016. párr. 7).

El gran avance que fue desarrollando la radio, y las posibilidades y alcance de su discurso, llamaron la atención de las investigaciones sobre los medios de comunicación, y obligó a volcar el estudio hacia ella. Como dice la investigadora María Cristina Mata: *“casi desde sus inicios, los estudios críticos que se realizan en América Latina justamente a partir de los años 60, desatendieron la radio”* (Mata, 2012: 2). Y agrega: *“Como objeto de estudio no recibió la misma atención desde el campo comercial y difusionista y desde el campo crítico”* (2012:2).

Dentro de las tesis que se han trabajado sobre la radio, se hace hincapié en sostenerla como medio de comunicación popular, abierta a la pluralidad de voces, como una herramienta de expresión de los intereses del pueblo, abierta al diálogo y al debate. Volviendo al texto de Ramos:

La radio representa posibilidades más inmediatas de negociación simbólica con los diversos sectores sociales (...); la expresión política o cultural de minorías sociales y el descentramiento del poder informativo en modelos participativos. Su cercanía doble con el oyente -la oralidad y el desarrollo regional del medio- le otorgan un factor adicional de legitimidad y validez frente a otros de presencia nacional o internacional. (Ramos, P. 2011: 20).

Pero más allá de cuestiones teóricas e investigaciones, como medio de difusión, posee una capacidad comunicativa que lo diferencia de otros medios: está presente en una multiplicidad de acciones de los hombres.

Se escucha en la cocina, en el trabajo, en el patio, al despertarse, por la mañana o por la noche. La radio para estar con los chicos o para no escucharlos, la música suave del programa de la noche o algo movido para limpiar la casa. El pronóstico para saber cómo salir a la calle. El sentido del hoy se presenta en la intersección de lo emergente o lo residual. La radio puede verse como una confluencia de sentidos en un mundo de diferencias. Un mundo de tensión entre enérgicas transformaciones y tranquilizadora estabilidad. Su función de anclaje semiótico la hace encallar en terrenos diversos, ora en la corriente de lo nuevo, ora en el remanso de lo viejo. (Sanguinetti, 2006: 9).



### 3. 2. 2. Un acercamiento a la radio.

Al hablar de la radio, resulta necesario resaltar sus características tradicionales discursivas: rapidez, inmediatez, simultaneidad, fugacidad, proximidad, connivencia, empatía; siendo éstas particularidades del discurso, las que los diferencia de otros medios de comunicación. Los discursos son transmisibles a una infinidad de oyentes, que a través de diferentes modalidades, reciben los contenidos e informaciones elaborados en el medio. Es así como las emisiones pueden llegar a los radioescuchas a través de la frecuencia modulada (FM), la amplitud modulada (AM), o de streaming por internet.

La AM es una propuesta esencialmente periodística, que aspira a una cobertura geográfica lo más amplia posible. Puede poseer una Alta potencia: gran área de cobertura, reconocidas con pleno derecho por el Estado; una Media potencia: amplia área de cobertura, correctos recursos técnicos y humanos; y una Baja potencia: recursos escasos, y cobertura. Por su parte, la FM posee programas con fuerte presencia musical y su principal objetivo se centra en una localidad determinada (Portugal y Yudchak, 2008: 26).

En otro orden, no hay que dejar de considerar la relación existente entre el medio radiofónico e internet, aunque sea un espacio de poca investigación, desarrollo y regulación, tanto en material teórico como en lo que a marco legislativo refiere.

Siguiendo los modelos que plantea Mariano Cebrián Herreros, recuperados por Pablo Ramos (2011), podemos clasificar: la radio por internet, la radio en internet, y la radio on-line, ciberradio o radio-web. La primera utiliza internet como soporte de difusión, es decir que la usa para ampliar su propagación. En la radio en internet, se generan dos tipos de vínculos: *“por una parte, la radio tradicional incorpora componentes propios de Internet como los correos, chats, foros y otras modalidades de participación cibernética, y por otra, comienza a recoger los aportes de archivos de audio, contenidos musicales, acceso a la programación de las emisoras”* (Ramos; 2012:11).

Y por último, la “radio web” busca un producto exclusivamente on-line, que *“difiere por el uso que hace de las herramientas tecnológicas”* (Ramos; 2012:11).



Teniendo en cuenta estas características, y el interés de investigar sobre la Radio Universitaria de la UNC, sólo se centrará el estudio en las dos primeras clasificaciones, que son las que se utilizan en este medio.

Además de todas las denominaciones y referencias que se desarrollaron resta hablar de sus géneros. De esta manera, tomaremos como punto de partida, la descripción que José Ignacio López Vigil realiza en su “Manual de Radialistas Apasionados”, fundada sobre el esquema matemático de emisor-receptor-mensaje, dice que los géneros en radio pueden clasificarse desde tres perspectivas: “*el modo de producción de los mensajes, la intencionalidad del emisor, y la segmentación de los destinatarios*” (López Vigil, 2005: 81). Cabe aclarar que éste último género, que enmarca aquella audiencia a la que está dirigida la producción, no será profundizada en esta investigación.

Por otro lado, según el “*modo de producción de los mensajes*” podemos distinguir el género dramático, musical y periodístico. Aquellos programas que se encuadran en el género dramático, se caracterizan por hacer ficción, desde los hechos reales y dar lugar a la posibilidad de lo que podría suceder (formato teatral, narrativa, combinada). Por otro lado, el género musical presenta una estética y expresión de sentimientos.

Dentro del género periodístico se pueden clasificar, según “Vocación de radio” (2006): todos aquellos textos cuyo contenido manifiesto es la información real, los hechos concretos de la vida cotidiana, que debe ser verdadera, verificable y de actualidad. Y que por lo tanto, mantienen una unidad intertextual. Este será el género sobre el cual trabajaremos a lo largo del presente estudio.

Se pueden encontrar diferentes subgéneros dentro del periodístico. Por un lado, el género informativo, en el que su contenido es “*el hecho*”, es el suceso en sí mismo, o los protagonistas cuando son ellos mismos el suceso. Se narra la forma, el lugar y el tiempo. Implica afirmar el suceso, por ende debe tener cualidad de verdadera. Aquí se puede puntualizar sobre su subgénero: la “*noticia*” que es todo hecho noticioso que se convierte en sí, cuando sobre él se ejerce tratamiento periodístico. Es simple, impersonal, objetiva y debe ser de interés general, actual e informativa.

A su vez, el subgénero interpretativo es el hecho contextualizado. Dejan al receptor el lugar de sacar sus propias conclusiones. Está compuesto por el subgénero

“reportaje” que es un relato descriptivo-narrativo, que explica el cómo y el por qué ha sucedido tal hecho. Se podría decir que complementa a la noticia.

Por último, cuando hablamos de subgénero de opinión, hace referencia a un hecho, pero aportando juicios de valor, por parte del periodista.

Finalmente, siguiendo la clasificación de López Vigil, según la “*intencionalidad del emisor*”, pueden ser informativos, educativos, de entretenimiento, cultural, religioso, etc. Es decir, que en la programación se define el objetivo que tendrá determinado programa. Éste puede ser informativo, y a su vez de entretenimiento, ya que sus cualidades no son excluyentes.

### 3. 2. 3. Radio y nuevas tecnologías

Ahora bien, retomando algunas cuestiones contextuales, la radio se encuentra dentro del proceso de transformación, que puede decirse, acarrea los avances tecnológicos.

La sociedad de la información o sociedad red se nos impone como realidad, cualquiera sea nuestro país, situación social o situación de acceso a la tecnología ya que la vida económica, social, política, cultural está constituida en ese escenario. La sociedad red constituye a los patrones de funcionamiento de la sociedad toda que de alguna forma modifica nuestro entorno y nuestras formas de habitarlo. (AMARC ALC, 2011: 9).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe en su texto “La radio después de la radio”, realiza una breve descripción de los cambios económicos, políticos y tecnológicos mundiales que se han sucedido. Caracteriza las modificaciones o adaptaciones que han sufrido las radios como resultados de estos cambios.

En primer lugar, la llegada de internet, con sus posibilidades y su masividad. Como se dijo con Cebrián Herreros, “*los tres elementos expresivos claves de Internet: capacidad de navegación, hipertextualidad- hipermedialidad e interactividad*” (AMARC ALC, 2011: 50).



Esto ha modificado a su vez, las condiciones de producción, emisión, recepción e interacción. La primera, la producción: *“La conectividad posibilita el acceso a mayor cantidad de fuentes indirectas y también a compartir producciones con mayor inmediatez que la que permitía el envío de casetes y/o CD”* (AMARC ALC, 2011: 9). En cuanto a la emisión, está íntimamente ligada y se complementa a las nuevas condiciones de escucha, y la posibilidad de realizar productos que se transmiten sólo a través de internet. De esta forma, cabe aclarar respecto a la emisión, que una de las tradicionales características de la radio, en cuanto a ser efímera, ya no es una condición necesaria:

Y el último aspecto a tener en cuenta, es la interacción con las audiencias. En un pasado no muy lejano, los oyentes se comunicaban al medio a través de los llamados a los teléfonos fijos. Si bien algunos mantienen esta modalidad, en la actualidad existen variadas formas de comunicarse, en su mayoría ligada a Internet: mensajes de texto, correo electrónico, redes sociales -Facebook y Twitter como las de mayor utilización-, y Whatsapp, entre otros. Resultan ser medios de fácil acceso para la comunidad, y permiten el intercambio no sólo del oyente con el medio, sino también entre ellos mismos.

La última cuestión que se quiere destacar en este apartado, es la posibilidad que se brinda en la interacción entre los mismos medios, o colegas: *“Al mismo tiempo, se destaca una mayor cantidad de emisoras que a través de estas nuevas herramientas de comunicación comparten experiencias como productoras de contenidos”* (AMARC ALC, 2011: 10).

Se considera que estas son las principales modificaciones que sufre el medio radiofónico, producto de la incorporación de las nuevas propuestas comunicacionales.

### 3. 2. 4. La labor periodística

*“El periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad”.*

*Gabriel García Márquez.*

Por labor periodística entendemos a la capacidad que tienen los y las periodistas de informar, de salir a la calle a buscar la noticia y de construir los hechos. Son aquellos



que pueden realizar una entrevista en un estudio de televisión o radio, elaborar un reportaje en la calle, escribir una nota periodística en profundidad, twittear lo que va sucediendo respecto a un hecho de trascendencia; denunciar a través de las redes sociales algún caso de corrupción que merece relevancia pública, investigar, elaborar un blog sobre algún tema de interés e indagar sobre el cómo, porqué, cuándo, dónde sucedió determinado hecho.

Por otro lado, es la capacidad para comunicar tanto “lo selecto” como “lo popular”, las novedades provenientes de la construcción de la agenda masiva mediática, como las de los circuitos alternativos. Es decir, parafraseando a la docente e investigadora María Cristina Mata (1993: 3), los periodistas se encargan de producir y ofrecer sentidos, modos de relacionarse, de pensar y de decidir.

Para ser periodista, para ejercer “*el mejor oficio del mundo*” como lo definió Gabriel García Márquez ante la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, no hace falta ser académico, ni licenciado, ya que en un país de derecho, los ciudadanos ejercen la libertad de expresión. En este sentido el escritor y periodista, que ha bregado por la defensa del periodismo, al referirse al ejercicio señaló que:

Nadie que no lo haya vivido puede concebir siquiera lo que es el pálpito sobrenatural de la noticia, el orgasmo de la primicia, la demolición moral del fracaso. Nadie que no haya nacido para eso y esté dispuesto a vivir solo para eso podría persistir en un oficio tan incomprensible y voraz, cuya obra se acaba después de cada noticia, como si fuera para siempre, pero que no concede un instante de paz mientras no vuelve a empezar con más ardor que nunca en el minuto siguiente. (Duarte, 2014: párr 11.).

Entonces, ¿cómo se considera la profesionalidad de los y las periodistas? Radica en la legitimidad que le imprimen los medios. Esta especificidad hace referencia al lugar que ocupan en la sociedad como voz legítima para construir información, que se encuentra dentro de un sistema de medios con diversos tipos de intereses que pugnan por su lugar en el espacio público.

A ello, Ramonet (1999) agrega de manera crítica su visión respecto a la tarea que lleva adelante hoy en día el periodismo:

Si analizamos la palabra, un periodista ("journaliste") es un "analista del día". Sólo dispone de un día para analizar lo que ha pasado. Se puede decir que un periodista es rápido, si consigue analizar, en un día, lo que pasa. Pero actualmente todo se produce en directo y en tiempo real; es enseguida, tanto en la televisión como en la radio. La instantaneidad se ha convertido en el ritmo normal de la información. Un periodista ya no debería llamarse periodista hoy en día. Debería llamarse instantaneísta. Pero todavía no sabemos analizar al instante. Por tanto, no hay análisis, ya que no hay distancia. Al final, el periodista tiene cada vez mayor tendencia a convertirse en un simple vehículo. Es el canal que enlaza el suceso y su difusión. No tiene tiempo de filtrar, ni de comparar, porque si pierde mucho tiempo haciéndolo sus colegas le ganarían la partida. Y, por supuesto, alguien se lo reprocharía. (Ramonet.1999:6)

La base de la legitimidad en el periodismo se nutre de la credibilidad, de la imparcialidad, del pluralismo y de la búsqueda de la verdad que expresan periodistas a través de sus comentarios, columnas de opinión, difusión de noticias, etc. Entonces son periodistas profesionales quienes poseen legitimidad para hacerlo y éste rol social es dado por la confianza que los ciudadanos depositan en los medios como formadores de opinión e información. En palabras de Ramonet:

Los periodistas no forman un cuerpo homogéneo. Existen opiniones enfrentadas y mucho debate. Es una profesión que hoy exige un enorme trabajo. Además, los periodistas son ciudadanos, y grandes consumidores de medios de comunicación, más que las demás personas. Son muy conscientes de que existen todos estos problemas y discuten de ellos continuamente. (Ramonet.1999:12).

De esta forma, es responsabilidad de quien ejerza el periodismo, ser consecuente del rol que ocupa en el espacio público como constructor de información, de ideas, opinión y debate, que a partir de la legitimidad, se inserta en una sociedad para configurar identidades, y servir a la participación ciudadana.

Es justamente Martin Barbero (1998) quien plantea una visión más crítica:

Si el comunicador no es capaz de poner su voz al servicio de las demandas colectivas es un tipo que está robándole a la gente un derecho primario. Porque la gente sabe hablar, sabe escribir y dibujar, y entonces resulta que cuando un señor se apropia de ese saber, lo que está haciendo es expropiando a la gente un derecho fundamental que es el de hacer oír y expresarse (Martín Barbero, 1998: párr. 43)

Pero ¿Cómo define Barbero a los periodistas de hoy? Aparte de la complejidad de saberes y de la aceleración tecnológica, supone a alguien con "vocación" y con cierta mística. Es alguien con una cierta generosidad. Es gente que tiene que saber cómo colocarse, pues las posibilidades de ser un periodista crítico, cuestionador, pero a la vez, creador, pasan por asumir que entre sus intereses y los de la empresa en la que va a trabajar, hay contradicciones fortísimas la de unos periodistas que han pasado de un empirismo craso a sostenerse profesionalmente sobre la fidelidad a sus dueños, a los políticos.

En una entrevista realizada por Julio Ferrer a Stella Calloni, periodista, investigadora y escritora, ella decía, que siguiendo a la historia:

El periodismo es utilizado como herramienta en momentos de independencia, de liberación, de luchas anticoloniales. La labor periodística honesta, funciona como expresión de necesidades masivas en momentos históricos. Pero también es el gran vínculo entre los pueblos. (...) El periodismo funciona como una actitud de militancia, de buscar la verdad histórica para difundirla y hacerla libre en estos tiempos donde todo es resistencia, incluso cultural". (Ferrer; 2010: 52)

### 3. 2. 5. Especialización periodística en la era de la comunicación digital

La respuesta al interrogante ¿Qué es ser periodista hoy? radica y se sustenta en la comunicación digital y a la especialización que los periodistas deben llegar. De esta manera, se puede citar al contemporáneo Fernando Irigaray, director del posgrado Especialización en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario, quien afirma:

La comunicación digital interactiva es un espacio de convergencia tecnológica y cultural, caracterizada por la presencia de tecnologías que afectan la producción, distribución y consumo de contenidos, la aparición de nuevas



textualidades multimedia e interactivas y la difusión de nuevos paradigmas de comunicación orientado a la construcción de espacios de comunicación democráticos, participativos y colaborativos. (Irigaray, 2008. párr. 3)

Entonces, los periodistas deben especializarse y adaptarse a esta convergencia mediática, digital, empresarial y profesional. *“De ahí que la convergencia es un proceso más cultural y transmediático que tecnológico. Una cultura en la que la circulación de la información trasciende los medios realizando intercambios comunicativos en diversos dispositivos polifuncionales (Igarza, 2008).”* agrega Irigaray (2008) en su trabajo.

Respecto a esto, Irigaray le realizó una entrevista en 2004 a Jesús Martín Barbero para el libro de la Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICOD):

Hablaba de tres tipos de competencias que tenía que tener un comunicador en esta era digital y que no han perdido actualidad: competencias históricas, lógico-simbólicas y estéticas. En las primeras señalaba que no se puede utilizar creativamente una tecnología si no se conoce la historia de esa tecnología, que no es solo una historia de aparatos, es una historia de modos de usar esos dispositivos. Para que se usaron, en qué situaciones se utilizaron. En las lógico-simbólicas planteaba que es imposible manejar la complejidad de las tecnologías, en el sentido de posibilidades, de interacción, de interactividad, donde esta relación “nunca había sido tan fuerte entre experimentación científica y experimentación estética. Nunca el conocer y el crear había estado tan cerca en términos científicos.” Y en tercer lugar, hablaba de las competencias estéticas básicamente capaces de modificar “el sesgo mercantil, el sesgo chato, barato de muchos de los desarrollos del mundo audiovisual en nuestras sociedades. (Irigaray. 2011. párr. 5).

Para concluir y volviendo a los postulados de Irigaray, en la era de la interacción social se han transformado las formas de percibir y participar en este mundo. Así con la profundización y utilización, cada vez más masiva, de los blogs, las wikis, los podcasting (video y audio disponible bajo demanda), las formas de etiquetar y categorizar la información, las comunidades, las redes sociales y fundamentalmente el desarrollo de las comunicaciones móviles, los periodistas poseen hoy nuevos desafíos profesionales:

El curador de contenidos, quien tiene una responsabilidad no productiva en términos del hacer, sino, seleccionando de manera personalizada, relacionándolos, dotándolos de sentido y vinculándolos a recursos sobre temas específicos para, posteriormente, difundirlos. Otro más conocido es el community manager encargado de crear, gestionar y dinamizar una comunidad



de usuarios, que puede traccionar contenidos desde la red social al medio. (Irigaray. 2011. párr. 6).

En un contexto en el cual hay una sobreoferta de información gracias al rol que juega internet y las redes sociales, cabe recuperar un interrogante planteado por Ramonet (1999) donde señala *“ante todas las transformaciones a las que finalmente nos enfrentamos, debemos preguntarnos cuáles son los problemas para los que el periodismo es la solución en el contexto actual. Si sabemos responder a esta pregunta, el periodismo nunca será abolido.”* (Ramonet. 1999:5)

### 3. 2. 6. Periodista radial

La labor de los y las periodistas radiales es un campo amplio y diverso. Por lo que, tomando diferentes definiciones y aseveraciones sobre el tema, se estableció la definición más pertinente a los fines del estudio en cuestión.

Los radialistas o periodistas radiales, a través de sus prácticas facilitan el encuentro y el intercambio en la sociedad a través de la conducción de un programa y/o realización de columnas sobre temas especializados (política, género, deporte, etc.), de la lectura de los mensajes de los oyentes, de la puesta al aire de música, entre otras. Es decir, mediante el desempeño que poseen al aire.

Pero decir que en la radio los/as periodistas sólo cumplen la función de mediar e informar, sería reducir su campo de acción. Hacer radio es también seducir al oyente, es construir ideología, es generar pertenencia y credibilidad en lo que se enuncia, es lograr empatía con los radioescuchas.

La atracción puede darse con una noticia impactante, con una columna de humor, política, deporte, cultura, etc., o con la simple presentación de un tema musical por parte de una animadora o animador. Lo importante, es establecer esa corriente afectiva con los oyentes, generar empatía.

Empatía es la palabra clave en la comunicación radiofónica, ya que va más allá de lindas voces, conocimientos o habilidades, como orador:

Usted puede tener buena voz, buenas iniciativas, saber de técnica y haber hecho cinco años de periodismo en la universidad. Pero si no siente algo por



dentro, si no se mete en la magia del medio, si no disfruta el programa, nunca llegará a ser un buen radialista. Será un trabajador de radio, pero no un comunicador ni una comunicadora. Porque habla bien, pero no comunica (López Vigil, 2005: 27)

Empatizar con la audiencia, significa comprender sus perspectivas, pensamientos, deseos y creencias. En este proceso se involucran las emociones de periodistas y radioescuchas. *“Por esto la empatía permite percibir las sutiles señales sociales que indican qué es lo que está sucediendo, percibir climas colectivos o grupales”* (López Vigil, 2005: 63).

Desde este punto de vista, los sentimientos y emociones no se pueden simular ni falsear, sino que van surgiendo y se van produciendo en la práctica laboral, en el devenir de la cultura social donde se inscriben.

En el quehacer radiofónico *“siempre se corren riesgos cuando el locutor (...) comienza a pensar más en su voz que en su palabra, más en sí mismo que en sus oyentes. Pero si malo es el vedetismo, peor resulta el anonimato”* (López Vigil, 2005: 67).

Entonces, se habla de una relación activa e interactiva con la audiencia, que resulta de la dinámica interpersonal que se genera en el espacio radial, donde se intercambian opiniones, valores, verdades a través de la escucha.

Por otro lado, los y las trabajadores de la palabra imprimen a través de su labor, un tono de credibilidad que se logra por medio de la confianza y del sentido de pertenencia existente entre radioescuchas y periodistas.

Aquí se distinguen algunos roles puntuales que se pueden encontrar en un estudio de radio, como por ejemplo el lugar de quien realiza la producción, quien opera los controles y musicaliza. En la mesa de aire, es muy probable encontrar quien realice el rol de locutor/a.

Al acercarse a esta figura, no se puede aislar una diferencia, que para algunos podría llegar a ser más académica o institucional que otra cosa, y que es justamente el perfil del locutor.

Para esto, se recurrió al ISER, -el Instituto Terciario de Nivel Superior que depende de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA)-, encargado de emitir las matrículas de “locutores profesionales” en territorio Argentino.



Ésta institución, promueve, dentro de la carrera de Locutor Integral Audiovisual: *“la formación de un profesional calificado y capacitado para desempeñar su labor en equipos de periodistas, operadores, musicalizadores, directores, coordinadores y productores generales de medios”*. Además, aclara que *“estará formado para poder adecuarse a los distintos proyectos comunicacionales, pensar y llevar adelante proyectos propios, promover audiencias informadas y sustentar una visión reflexiva sobre los medios de comunicación y sobre su función y responsabilidad en ellos”*. (ISER. 2016. Locutor Integral, Perfil. párr 4)

Si bien la Ley SCA establece la obligatoriedad de la matrícula de locutor para llevar adelante esta labor- exceptuando a quienes tienen mínimo dos años de antigüedad, y/o están saliendo al aire,- es necesario tener en cuenta la figura del locutor a la par de la del periodista, para el objetivo del estudio.

La aclaración se realiza entendiendo que tiene tanta importancia el trabajo de locutores/as como el de periodistas, y viendo la necesidad de incluir a los profesionales dentro del concepto de labor periodística. Aceptando sus diferencias y reconociendo sus particularidades, son trabajadores/as de medios y forman parte del campo de estudio del trabajo.

### 3. 2. 7. Agenda informativa

Siguiendo con los elementos que hacen a la labor periodística, resulta necesario abordar los criterios y concepciones que priorizan los medios radiofónicos para la construcción de la agenda informativa.

La agenda noticiosa se encarga de jerarquizar y seleccionar las noticias y temas más importantes que aborda el medio, ya sea en el ámbito internacional, nacional, o local. También de ubicar el lugar y minutos que ocupa en sus sucesivos programas, dependiendo de los horarios y días de emisión. En la radio, ésta decisión suele ser tomada por el máximo jefe de área, es decir, por el director o gerente de la emisora.

A su vez ésta depende del medio que la pone en práctica, por ejemplo, en la radio pública la información es vista como un derecho al servicio de la audiencia. Tal como especifica el Manual de Estilo de los SRT en su punto N° 20: *“El derecho de la*



*información es del público y no del medio”* (Manual de Estilo SRT, 2015: 2). En este sentido, en otra de sus reglas específica que: *“Como medio público universitario, debemos seleccionar, elaborar y difundir noticias que colaboren en la construcción permanente de una sociedad cada vez más libre y democrática, más justa e igualitaria, garantizando la pluralidad de pensamiento y opinión, el respeto a las diferencias y la promoción de la participación ciudadana”* (Manual de Estilo SRT, 2015: 1).

Respecto a los temas que deben ser tratados por los/las periodistas puntualiza que: *“Debemos defender el interés social y comunitario y los derechos humanos y ambientales. Sobre todo, debemos defender los derechos de niñas/os, adolescentes y ancianos”* (Manual de Estilo SRT, 2015: 2).

Es importante señalar que los medios gráficos usualmente marcan la agenda de lo que sucederá, por lo tanto los temas seleccionados por las radios se ven influenciados por la prensa escrita. Sobre éste punto, el reglamento apunta que: *“No hay que ser funcionales a los intereses que tienen personas u organizaciones en difundir determinados hechos favorables a ellos. Tampoco los portales de otros medios pueden imponernos nuestra agenda periodística”* (Manual de Estilo SRT, 2015: 1).

Resulta pertinente destacar que el manual en cuestión, recupera aportes del “Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres” (RedPar, 2010) al utilizar correctamente el término “*violencia de género*”, al desterrar el uso de “*crimen pasional*” para referirse al asesinato de mujeres víctimas de violencia de género y al exigir tener cuidado con el uso del morbo, el sensacionalismo o la obscenidad. (Decálogo RedPar, 2010: 9 y 10). De esta manera, el manual de los SRT incorpora estas cuestiones en la siguiente regla de estilo: *“No deben plantearse casos de violencia de género como si fueran -casos o crímenes pasionales-. No hay que alentar el morbo de la audiencia”* (Manual de Estilo SRT, 2015: 2 y 3).

En tanto, las radios universitarias, según especifica el Estatuto de la Asociación de Radios Universitarias (ARUNA) en el Art. 2, entre los propósitos se encuentran: *“Afianzar los principios y derechos que garanticen la existencia de una radiodifusión de origen universitario, libre y estable al servicio del país, que defienda los ideales democráticos y normas constitucionales que regulan la vida de la Nación y que estimule la cultura nacional y regional en todas sus expresiones”* (ARUNA: 1998. párr 3 ).



Por otro lado, cabe destacar el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), coordinado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés), una ONG internacional que promueve la comunicación para el cambio social. El estudio, contó con la participación de 100 países que se reunieron para monitorear sus medios noticiosos (radio, televisión y prensa escrita), con el fin de analizar la situación de los y las profesionales de los medios de comunicación.

Aquí se hará una breve alusión a los principales datos barajados.

Como se dijo con anterioridad, los medios gráficos suelen marcar la agenda, en relación a esto, el estudio reveló que entre los **principales temas que abordan** [Negritas agregadas] se encuentran: “Política y gobierno” (25%), “Economía” (30%), “Ciencia y Salud” (9%), “Social y Legal” (16%), “Crimen y Violencia” (5%), “Celebridades, arte y medios” (7%), “Niña” (0%) y otros (7%). (WACC, 2010: 10).

Principales temas que abordan:

	<b>2010</b>
<b>TEMA</b>	<b>RADIO</b>
Política y gobierno	25%
Economía	30%
Ciencia y Salud	9%
Social y Legal	16%
Crimen y violencia	5%
Celebridades, Arte y medios	7%
Niña	0%
Otros	7%



Por su parte, respecto a las **fuentes de las noticias** [Negritas agregadas] “Las mujeres son centrales en las noticias el 29% del total presentado contra un 71% de hombres”. (WACC, 2010:11).

Fuentes de las noticias

M	H
29%	71%

Respecto a los **tipos de noticias** [Negritas agregadas] que se reportan:

Las mujeres aparecen más en los casos donde se trata la violencia de género, acoso, violencia doméstica o femicidios, noticias que son históricamente sobre las mujeres. Los temas de pobreza presentan a más mujeres (66%) y un dato llamativo fue el de las noticias vinculadas a quienes ocupan lugares de decisión política, donde las mujeres fueron el 62%. (WACC, 2010:7).

Además, las víctimas siguen siendo mujeres en su mayoría “(56%)”, al momento de aparecer como centrales en las noticias (WACC, 2010:13). Y “la mujer aún sigue siendo presentada por su rol social en el núcleo familiar (esposa, hermana, madre, hija, etc.) en un 12% más que los varones, donde sólo el 2% de ellos es mencionado desde ese lugar.”. (WACC, 2010:14).

Entre **quienes presentan las noticias** [Negritas agregadas], en la radio se reportó un 30% de presencia femenina. A su vez:

Las mujeres han equiparado su función en la noticia en tanto testigos, experiencia personal y opinión popular, siendo que en estudios anteriores era predominante la figura femenina para hablar sobre cuestiones que no requerían un conocimiento profundo de la situación, como sí lo es cuando se la menciona como experto o vocero. En este último caso la diferencia sigue siendo mucho mayor, de un 30% contra un 70% de varones. (WACC, 2010: 13).

En cuanto a las notas que presentan mujeres contra el porcentaje de notas que presentan hombres muestra una diferencia, a saber: “Mujeres 31% y hombres 69%.



(WACC, 2010:14) *Mientras que en el caso de quienes se encargan de la locución, las cifras muestran que: El porcentaje femenino es del 27 % y en cuanto al masculino del 73 %*”(WACC, 2010:15).

Quiénes presentan las noticias:

M	H
31%	69%

Respecto a la locución:

M	H
27%	73%

Así mismo, en relación a la presencia de mujeres y varones como anunciadores en principales tópicos noticiosos, el monitoreo barajó que *“las noticias más importantes siguen siendo anunciadas por hombres: política, economía y hasta las noticias de espectáculos son presentadas en un 85% por el sexo masculino”* (WACC, 2010:17).

Finalmente, desde la WACC, afirman en sus conclusiones que:

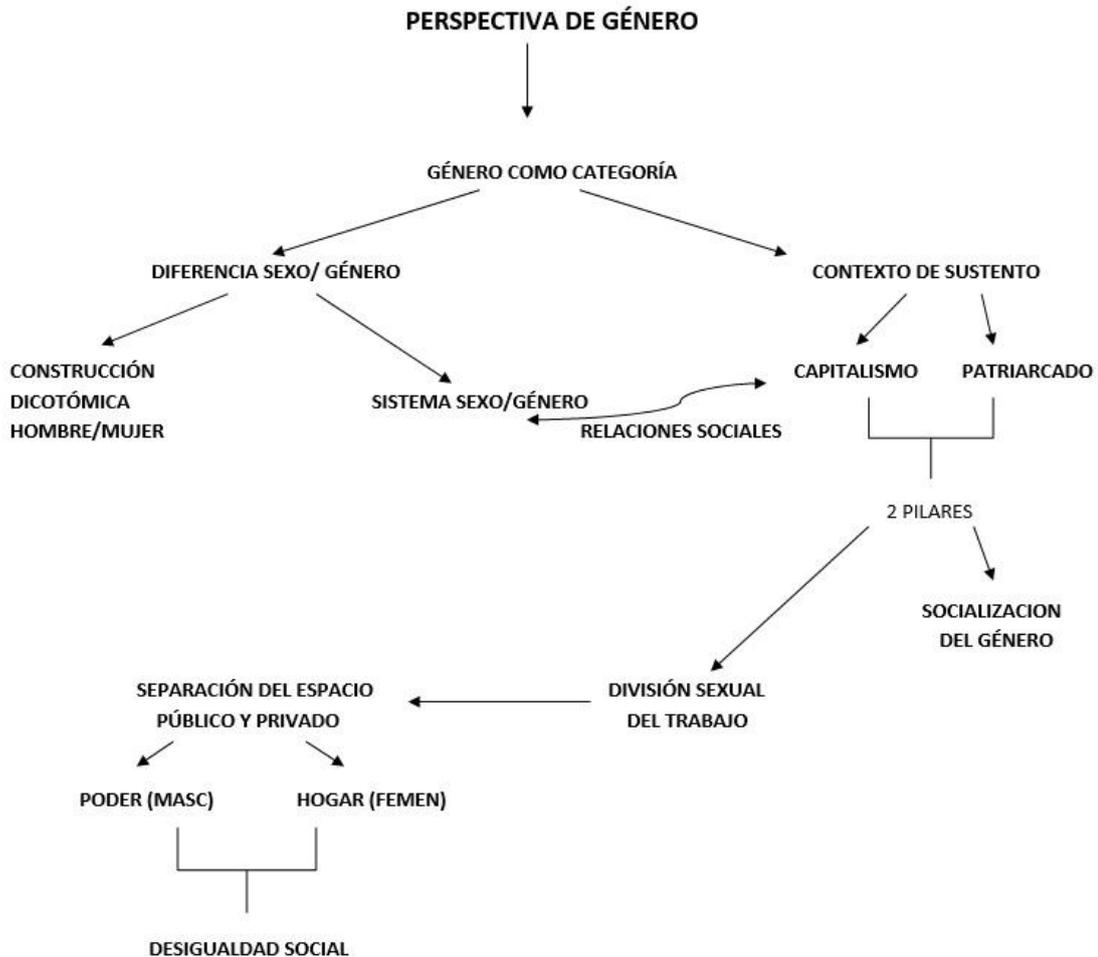
La mayor diferencia puede notarse en las radios, donde lo que se monitorean son sólo los segmentos noticiosos y se notó que en la mayoría de los casos, sólo había voces masculinas. Además, ha disminuido la presencia de periodistas femeninas en espectáculos, ampliándose la cobertura en otros temas, aunque todavía esa cobertura no logra alcanzar a sus pares masculinos. (WACC, 2010:24).



### 3. 3. Perspectiva de Género como categoría social para explicar las relaciones de desigualdad

Al trabajar desde una perspectiva de género, resulta necesario comenzar definiendo el posicionamiento desde el cual se desarrolla el estudio.

Gracias al esfuerzo intelectual y a la decisión de un grupo de historiadoras, se han incorporado a las Ciencias Sociales, los denominados estudios sobre la mujer. De ésta manera “el género, como categoría social, es una de las contribuciones teóricas más significativas del feminismo contemporáneo”, expresa Susana Gamba (2008. párr 1).



### 3. 3. 1. Primeros lineamientos sobre el Género

La sociedad se encuentra atravesada y construida a partir de la mirada y experiencias de varones y mujeres. Se conoce la historia en base a discursos de los protagonistas que fueron construyendo el devenir social: el “ser supremo”, héroes, conquistadores, entre otros. Por más que se hable de siglos atrás, no quedan dudas de que actualmente se vive y convive rodeado de conceptos “machistas”. Mujeres y varones se definen y autodefinen en función de lo que es heredado de la cultura. En palabras de Marta Lamas: *“Somos parte de una cultura que introduce al sexismo. (...) Cada cultura establece un conjunto de prácticas, ideas, discursos y representaciones sociales que atribuyen características específicas a mujeres y a varones”* (Lamas; 1995: 3).

Existen presupuestos sociales que hablan de una desigualdad en la división del trabajo. Desde el nacimiento se está predestinado a desempeñar cierto número de tareas vinculadas al sexo, y en la niñez los diversos estímulos buscan fortalecer esta idea encuadrando, tanto al varón como a la mujer, en labores específicas dentro de la sociedad.

En referencia a lo anterior, es que se busca dilucidar sobre los mecanismos que se reproducen en la sociedad en general, y en los medios de comunicación en particular.

### 3. 3. 2. El Género como categoría analítica

Ahora bien, el género como categoría analítica debe explicarse desde la diferencia existente entre el sexo y el género y desde su contexto de sustento.

El género es una construcción social que define formas de ser y de hacer tanto para mujeres como varones. En este sentido, las relaciones de poder son las que determinan posiciones, atributos y ámbitos de participación específicos, y que sostienen un sistema desigual. Scott (1986) define género como *“un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos (...) una forma primaria de relaciones significantes de poder”* (Scott, J. 1986: 61).

Para la autora hay elementos que son constitutivos del género:

- Símbolos culturalmente disponibles: evocan representaciones múltiples.



- Conceptos normativos: interpretaciones de los significados de los símbolos. Doctrinas. religiosas, científicas, legales y políticas.
- Nociones políticas: referencias a las instituciones y organizaciones sociales.
- Identidad subjetiva.

### 3. 3. 3. Diferencia entre sexo y género

La oposición binaria/dicotómica Hombre y Mujer y el proceso social de relaciones de género forman parte del significado del poder; al cuestionar o alterar cualquiera de sus aspectos amenaza a la totalidad del sistema (Scott, J. 1986:72).

Género pasa a ser una forma de denotar las construcciones culturales, la creación totalmente social de ideas sobre los roles apropiados para mujeres y hombres. Es una forma de referirse a los orígenes exclusivamente sociales de las identidades subjetivas de hombres y mujeres. Según esta definición género es una categoría social impuesta sobre un cuerpo sexuado (Scott, J. 1986: 43).

El uso de género desde este posicionamiento incluye al sistema total de relaciones entre los sexos, afirmando que ésta relación es social, pero no profundiza sobre el cómo se produce la estructuras de las relaciones o porqué funcionan de esa manera.

Si tenemos en cuenta lo dicho por Victoria Sau, que el género es la construcción psicosocial del sexo, es necesario definir qué es el sexo.

*“El sexo viene determinado por la naturaleza, una persona nace con sexo masculino o femenino. En cambio, el género, varón o mujer, se aprende, puede ser educado, cambiado y manipulado.”* (Sara Berbé. 2004. párr 4).

Aquí la diferencia entre estas dos categorías. El carácter social del género es lo que le da su importancia y lo que nos permite conocer la función que cumple en la sociedad.

*“Una primera función implícita en el género es la de hacer patente que hombres y mujeres son más diferentes que similares, y éste es el motivo de que la sociedad humana*



*haya establecido la existencia de estos dos géneros, fenómeno que tiene una dimensión universal*". (Sara Berbél. 2004. párr 4).

Pero es Marta Lamas en su texto "El género es cultura" que ayuda a comprender la necesidad de esta diferenciación y por qué perdura:

El género se vuelve una pauta de expectativas y creencias sociales que troque la organización de la vida colectiva y produce desigualdad respecto a la forma en que las personas responden a las acciones de hombres y mujeres. Esta pauta hace que mujeres y hombres sean los soportes de un sistema de reglamentaciones, prohibiciones y opresiones recíprocas, establecidas y sancionadas por el orden simbólico. Al sostenimiento de ese orden simbólico contribuyen por igual mujeres y hombres, reproduciéndose y reproduciéndolo, con papeles, tareas y prácticas que varían según el lugar o el tiempo. (Lamas, M. 2007. párr 14).

A ello la autora agrega que el género no sólo marca la percepción de los sexos, sino también de lo social, lo político, lo religioso. El comprender el esquema cultural de género permite introducirse en la red de interrelaciones e interpretaciones sociales del orden simbólico vigente.

### **3. 3. 4. Contexto de sustento: El capitalismo y el patriarcado en el surgimiento de los estudios de género para el análisis social**

Al hablar del contexto que lo determina y sustenta se parte hablando del capitalismo y de su resultado más visible: el patriarcado. Es justamente el patriarcado y el sexismo los ejes que se buscan trabajar por sobre lo "psicológico" como esbozó María Estela Palero<sup>1</sup> en la entrevista: "*Yo trato siempre de trabajar con esto de que no hay un "tipo de..." sino que son mecanismos que tienen internalizadas todas las personas, varones y mujeres, los varones están como mucho más expuestos*".

Ya en 1884, al publicar "El origen de la familia, la propiedad privada y del Estado", Federic Engels explicaba las causas del surgimiento del patriarcado a partir de la necesidad de mantener la concentración de las riquezas en las mismas manos, las de un

---

<sup>1</sup> Entrevista que fue realizada a los fines del presente estudio, en diciembre del 2015.



hombre; y del deseo de transmitir esas riquezas por herencias a los hijos de este hombre. De tal modo, era necesario la monogamia de la mujer, pero no la del hombre.

La monogamia no aparece de ninguna manera en la historia como una reconciliación entre el hombre y la mujer, y mucho menos aún como la forma más elevada de la familia. Por el contrario, entra en escena bajo la forma del esclavizamiento de un sexo por el otro, proclamación de un conflicto entre dos sexos, desconocido hasta entonces en la historia. (Engels, F. 1884: 10 ).

### 3. 3. 5. El capitalismo como modo de producción

Los estudios feministas surgen por el interés de analizar el significado de la naturaleza y el origen de la opresión, y en segundo lugar de entender las desigualdades de poder.

Las historiadoras han utilizado diferentes enfoques para explicar y analizar el género, a saber: el que busca explicar los orígenes del patriarcado; los que se centran en los estudios marxistas y los que toman a las escuelas psicoanalíticas para explicar la producción y reproducción de la identidad genérica del sujeto. (Scott; 1986: 45).

Claude Broyelle encuentra la razón de la opresión de las mujeres a partir de la existencia del capitalismo cuando dice “*Es porque existe en nuestra sociedad una división del trabajo que excluye a las mujeres de la producción social y las confina al trabajo doméstico, por lo que las mujeres están oprimidas.*” (Broyelle; 1973: 5).

En este sentido, la periodista francesa señala que las mujeres son la mano de obra calificada necesaria del sistema, encargadas de asegurar su función doméstica. La mujer no puede ser distraída de estas ocupaciones aunque, según las necesidades del momento, estas cumplan otras funciones.

Se puede agregar lo dicho por Marta Lamas cuando señala:

El género tiene una lógica: la de la complementariedad entre mujeres y hombres (...) en los demás aspectos de la vida humana no existe una complementariedad como la reproductiva. Creer que hay tal complementariedad existencial entre mujeres y hombres ha servido para limitar las potencialidades de las mujeres y para coartar el desarrollo de ciertas habilidades en los hombres. (Lamas, M. 2013. párr. 15).



Al hablar de esta complementariedad y de la división del trabajo entre varón y mujer, hay que señalar la división entre lo público y lo privado, siendo ésta una categoría fundamental a tener en cuenta.

A lo largo de la historia del trabajo se ha desarrollado un contrato tácito que vincula a la mujer con el trabajo doméstico (ámbito privado) y al hombre con el trabajo productivo (ámbito público) como si el trabajo doméstico no fuera trabajo productivo.

Es Diana Maffia quien habla de este contrato sexual:

El ámbito de lo público va a ser ámbito regido por ciertas cualidades, a las cuales hemos llamado racionalidad, universalidad, abstracción, objetividad. Esas cualidades tienen que ver con el Estado y con el trabajo productivo. Mientras que el ámbito de lo privado, vinculado a la emocionalidad, la particularidad, la narratividad y la subjetividad, es el ámbito de la familia y del trabajo reproductivo. (Maffia; 2007:28).

A ello la autora agrega quién “corresponde” a cada categoría. *“Estos ámbitos van a quedar a la vez sexualizados y jerarquizados. El ámbito de lo público va a ser un ámbito masculinizado y al que se le va a dar más valor y el ámbito de lo privado va a ser un ámbito feminizado y al que se le va a dar menos valor”* (Maffia; 2007: 29).

### **3. 3. 6. El lenguaje como forma de nominación**

Como el trabajo de la tesis se refiere a los medios de comunicación, más específicamente a un programa radial, se entiende que es imprescindible comprender el lugar que tiene el lenguaje. En este sentido hay diversas propuestas y opiniones. Si bien no se realiza un análisis semiótico del uso de la palabra a lo largo del trabajo, es oportuno señalar y tener en cuenta el uso y el modo de referirse por medio del lenguaje.

El lenguaje, ya sabemos, refleja los juicios y prejuicios de la sociedad. El idioma español, como el portugués y tantos otros, es insoportablemente sexista, es decir, emplea términos del género masculino para referirse tanto a varones como a mujeres. Este sexismo lingüístico se refiere a la forma de los mensajes. El sexismo social se ocupará del contenido de los mismos. (López Vigil; 2005: 54).



Interesa remarcar, como lo dice Juan Isella (2005) en su artículo “El género: una categoría útil para el análisis comunicativo en las organizaciones de sociedad civil” es comprender a la comunicación como una práctica significativa que determina por medio del lenguaje la asunción y determinación de roles dentro de una organización.

En palabras de Carolina Ravera Castro (2004: 83) se entiende que contemplar la equidad de género no sólo refiere a un uso de un lenguaje no sexista, sino revisar también aquellos mensajes discriminatorios, roles, estereotipos y prejuicios que se transmiten en los medios.

### 3. 3. 7. Hacia una definición de género

La elección de trabajar con un enfoque de género no es una elección caprichosa, sino necesaria, ya que por medio de la misma se pueden analizar los discursos que legitiman las jerarquías, diferencias y desigualdades entre los géneros. A partir de ello estudiar de qué manera se incorpora la mujer al trabajo desentrañando los procesos de diferenciación sexual teniendo en cuenta el ámbito de lo privado y de lo público. Todo ello es muy difícil si no se comprende que hay un sistema de género formado por el conjunto de las relaciones y funciones sociales basada en las diferencias sexuales. Es por ello que el enfoque de género nos permite problematizar las relaciones sociales y analizar las razones y supuestos de la exclusión de las mujeres o de los varones.

En vinculación a ello, Marta Lamas señala que “*el género se vuelve una pauta de expectativas y creencias sociales que troquea la organización de la vida colectiva y produce desigualdad respecto a la forma en que las personas responden a las acciones de hombres y mujeres.*” (Lamas. 2013. párr 14)

En síntesis, se toma la definición de género que propone J. Scott por ser la que más se ajusta al estudio, cuando define que es “*un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos (...) una forma primaria de relaciones significantes de poder*”. (Scott, 1986: 61)



### 3. 4. Género y Comunicación

#### 3. 4. 1. Marco jurídico con perspectiva de género

Ya se realizó una aproximación al género y sus ideas principales. Ahora, se propone plasmar en el marco legal nacional, los aspectos de la Ley SCA, y los puntos de contacto en materia de género. Para ello, consideramos de gran importancia el aporte que Paula Morales (2013) brinda desde su trabajo: “Preocupaciones retóricas y políticas. Un abordaje sobre la categoría Violencia Mediática de Género desde dos legislaciones vigentes”.

Se entiende que el objetivo de la investigación expuesta por Morales, intenta expresar la necesaria incorporación de la perspectiva de género en los medios de comunicación, trabajado desde la “*Violencia mediática*”.

De esta forma, desarrolla su investigación desde la exposición de la Ley 26.485 de “Violencia contra la mujer. Prevención, sanción y erradicación”, sancionada en marzo del 2009, y promulgada el primero de abril del mismo año. Y por otro lado, la sanción de la Ley SCA.

Dentro de la presente investigación, se propone analizar la labor periodística de las mujeres en un determinado medio de comunicación. Entonces, resulta pertinente tomar en consideración – desde el marco legal-, aquellos apartados de la última Ley SCA, que dan cuenta de las relaciones de género.

De esta forma, la Ley SCA, en su apartado número nueve, establece que los Medios de Comunicación deben “*Promover una imagen equilibrada y variada de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación*” (Ley SCA; 2009: 4). Por otro lado, el artículo tres, estipula los objetivos para los servicios de comunicación y los contenidos de sus emisiones, que son: “*Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual*” (Ley SCA; 2009: 6). Y como Nota de los artículos 2º y 3º, desarrolla los desafíos que la ley contiene en sí: desde objetivos relacionados al potencial de la tecnología, hasta vinculados a cuestiones de la



salud y la vida sana. De esta Nota de ley, se resalta el objeto de “*promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer*” (Ley SCA; 2009: 6).

En este apartado, y volviendo al trabajo de Morales, se pondrá en consideración lo expuesto por Susana Chiarotti, -experta de la O.E.A-:

En términos de la investigadora Caruncho Michinel (Caruncho Michinel: 2010) la perspectiva de género en los medios opera como una herramienta para develar y evidenciar las relaciones injustas entre hombres y mujeres, y su operatividad radica en tres ejes: Visibilizar la construcción de un sistema sexo/género, reconocer el uso de la división de espacios, y visibilizar las dinámicas de opresión presentes en nuestra cultura. (Morales; 2013:5).

De esta forma, Paula Morales, deja en claro, que la Ley de medios, no estipula la incorporación de la perspectiva de género en los medios de comunicación, sino que –y no es menor- pregona por la igualdad de género, y la no discriminación, como así también la participación de las mujeres en el manejo de las TIC, a modo de explicación general.

De esta forma, en la entrevista que se le realizó con motivo de la presente investigación, encontramos un aporte fundamental en lo que expresa sobre el lugar que los medios de comunicación dedican en su agenda al género: “*Se incluye de manera excepcional, creo que se incluye con una asociación entre género igual voces femeninas, ya sea como fuentes, o ya sea como periodistas, o ya sea como columnistas*”. Y agregaba que: “*De hecho, muchas veces aparece como una columna de algún especialista y no quizás dentro del programa como algo más transversal. Sino que alguien viene, hace una columna de género y por ahí muchos medios piensan que cubren el espacio de esa manera*”.

En relación a la presentación de la columna, o la incorporación de una mujer a un equipo de trabajo para abordar temas puntuales sobre género, aclara que son acciones más que valorables, pero remarca: “*se exige que quienes sostienen esos espacios y que los temas que son tratados allí, tengan un nivel de profesionalismo, una profundidad en el tratamiento, una vastedad de fuentes, de recurso que argumenten eso, que no es comparable al nivel de calidad que se exige a otros espacios dentro de la misma programación*”.



Volviendo a la necesidad de una perspectiva de género en la Ley SCA, Paula Morales expresa en su ponencia: *“Pareciera que la tarea estaría cumplida si el tratamiento de temas de mujeres o uso de las imágenes de mujeres fuesen denunciados en el marco de la 26.485 (violencia de género) y revisados por parte de sus productores, en función de la ley de medios. La perspectiva así se circunscribe una vez más a los temas de mujeres”* (Morales; 2013:6).

En el encuentro, Morales deja en claro que en Argentina nuestras legislaciones en materia de comunicación y género son *“de vanguardia”*. Y que esto, fue acompañado por otras acciones importantes para prevenir, sancionar y erradicar la violencia a la mujer: El año que se crea la ley nacional, se crean, la Oficina de la Mujer, la Oficina de la Mujer de la Corte Suprema y el Programa a las Víctimas contra las violencias, que son tres acciones muy importantes, para prevenir, sancionar, y erradicar la violencia hacia las mujeres, que complementan esta visión de integralidad, esto quiere decir que el estado no va a actuar sólo desde políticas mediáticas, ni tampoco desde el ejercicio de la fuerza, como puede ser la fuerza pública del servicio de acompañar las denuncias, ni todo el tema más punitivo, sino que está haciendo prevención.

Es decir, en este apartado, y desde el cruzamiento de la Ley SCA y la Ley de violencia contra la mujer, en cuanto a materia de género y su incorporación en los medios, se entiende el valorar los aportes en cuanto incorporación de mujeres, remarcar la igualdad de género, realizar producciones que lo fomenten, entre otras. La investigadora del CONICET, explica esta complementariedad de las leyes:

La ley de medios estableció en su reglamentación algunos puntos claves respecto del género, de su tratamiento e implementación, y desde allí un claro campo de posibilidades y restricciones que Butler definiría como campo lingüístico de restricciones y posibilidades (Butler, 2004: 37), y que podríamos conceptualizar a este propósito como campo significativo de restricciones y posibilidades sobre la Violencia Mediática. (Morales; 2013:8).

Se deja en claro, y en valor de importancia, que la inclusión de este enfoque de género, que transversalice a los medios de comunicación, va a permitir observar sentidos e interpretaciones en torno a las relaciones sociales de género, puntualmente entre mujeres y varones de forma simétrica.



### 3. 4. 2. Participación de la mujer en los medios

Como ya se ha planteado en otras oportunidades, la comunicación interviene en la constitución de las sociedades, en los modos de relacionarse entre las personas, y en la imagen que de determinados hechos identificamos. Es decir, que *“la comunicación puede entenderse como la dimensión de la cultura de la producción de sentidos”* (AMARC ALC, ALER, RITMO SUR; 2008:17).

Cuando se habla del lugar que las mujeres ocupan en los medios de comunicación, se puede estudiarlo, desde un análisis de contenido, observando y escuchando cómo los medios construyen y tipifican la figura de la mujer desde el tratamiento de las noticias, femicidios, publicidades, etc. Pero en este caso, se quiere analizar puntualmente, el rol y lugar que la mujer realiza en su labor periodística en un medio.

La investigadora Sandra Chaher, expone en uno de sus estudios sobre periodismo de género que: *“Uno de los aspectos más importantes para el análisis fue la imagen que la sociedad construía de las mujeres, y allí se volvieron cruciales los medios masivos, considerados una instancia fundamental de socialización junto con la familia y la escuela”*. (Caher; 2007: 95).

De esta forma, y resaltando el lugar que los medios de comunicación ocupan en la sociedad, en la introducción del “Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres”, se detalla: *“los medios son actores sociales, políticos y económicos, con un rol fundamental en la construcción de valores, mitos y saberes y con incidencia en la instalación de aquellos temas que se consideran importantes en el imaginario colectivo”* (RedPAR; 2010: 8).

Es de común denominador, decir que los medios de comunicación realizan un recorte de la realidad para informar, y que es a partir del lenguaje que pueden transmitir. De esta forma, teniendo en cuenta que el lenguaje es un elemento constitutivo de los medios de comunicación, se trabaja a partir de un *lenguaje no sexista*. Y es desde este recorte que realizan los medios, que se puede determinar también, que sólo se otorga *voz pública* a algunos actores sociales.

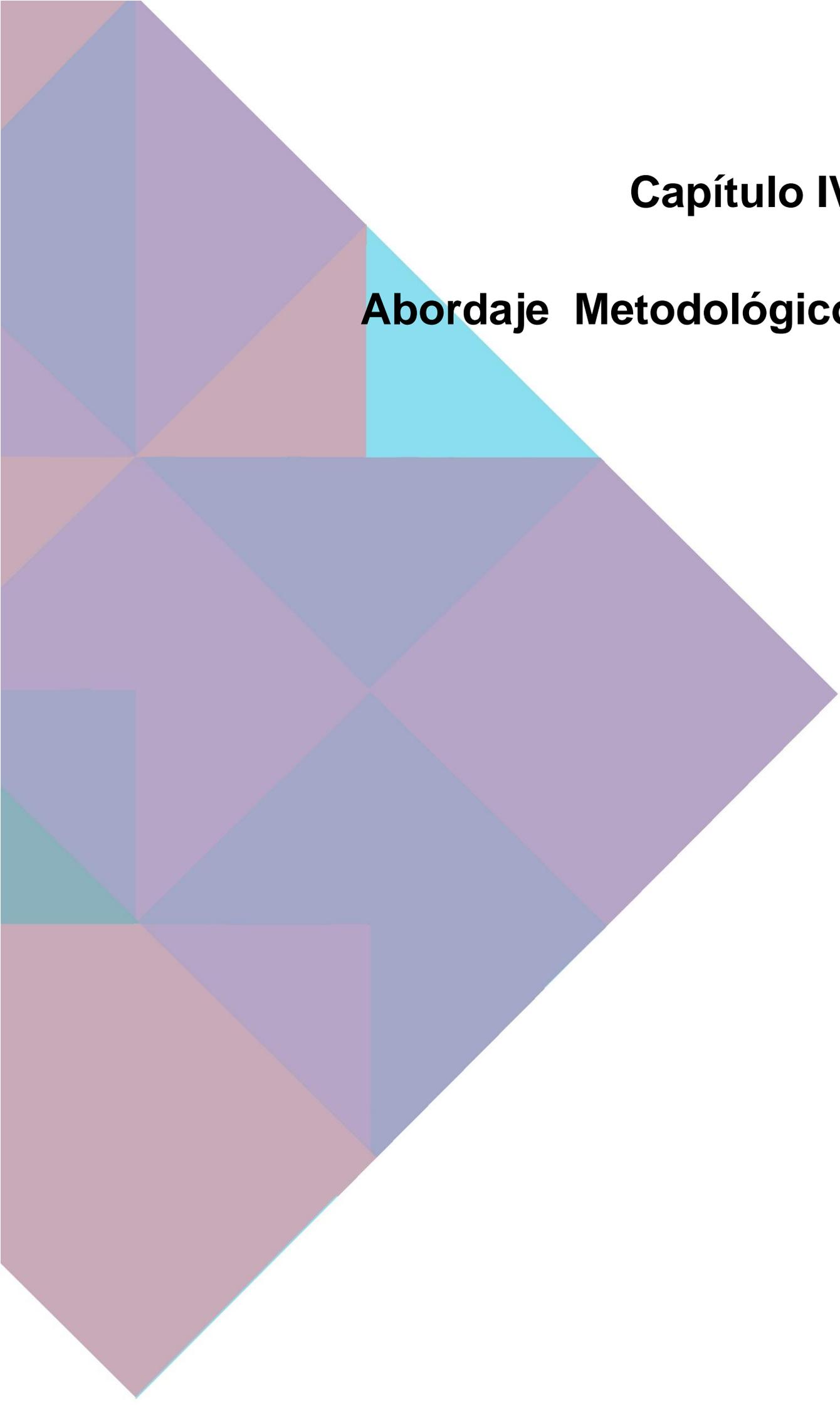


Al centrarse puntualmente en temáticas de género en un medio de comunicación, Sandra Chaher, expresa *“Si contamos cuántas/os periodistas escriben o hablan sobre temas de género en los medios de comunicación, encontraremos que la enorme mayoría somos mujeres [...] y que debemos dar batalla con nuestros/as editores/ as para poder incluir el tema en los medios en los que nos desempeñamos”* (Chaher; 2007: 129).

En sintonía con ello, la autora describe la cantidad de mujeres que trabajan en los distintos sectores de un medio: *“Las mujeres ocupan pocos lugares entre los accionistas de los medios de comunicación (15,4% señala Chaher en Argentina) y en los puestos directivos (21,4% de acuerdo con el Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios de Comunicación)”* (Chaher; 2007: 6). Viendo estos números podemos decir que no tienen la suficiente posibilidad de tomar decisiones sobre líneas editoriales.

En relación a los varones, las mujeres se encuentran en desigualdad, tanto en el ámbito familiar, como en lo laboral, y son consideradas conductas “naturales”. Entonces, se propone analizar la propuesta de Diana Maffía (2007) en su colaboración realizada en *“Las palabras tienen sexo”* donde señala: *“Tendríamos que pensar en cambios culturales cuando nos preguntamos de qué manera producir condiciones que favorezcan la equidad para varones o para mujeres. Y en el programa de esos cambios culturales, los medios de comunicación tienen un papel importantísimo que cumplir”* (Maffía, D. 2007: 33).





# Capítulo IV

## Abordaje Metodológico

#### 4. 1. Abordaje Metodológico

#### 4. 2. Diseño Cualitativo

La presente investigación académica aborda el enfoque teórico de la mujer desde una perspectiva de género, con el fin de reconocer y analizar la construcción de la labor de las mujeres periodistas en el programa informativo “Mira Quién Habla” de Radio Universidad AM 580. Dentro de los objetivos específicos se pretende indagar sobre el lugar y rol de los integrantes del programa respecto a la toma de decisiones y línea editorial; conocer y analizar la participación de las mujeres y varones en el programa; y describir cómo se construye la labor periodística de las mujeres en la radio universitaria.

De esta manera y a los fines del presente escrito se trabaja sobre las siguientes dimensiones teóricas: comunicación, radio universitaria y género, las mismas fueron explicadas en detalle en el abordaje teórico.

La tesis de grado se inscribe dentro de la investigación científica, según las modalidades y características del Trabajo Final de la Escuela de Ciencias de la Información (ECI). En su artículo 4, el reglamento especifica: *“consisten en estudios sistemáticos teórica y metodológicamente fundados. Pueden ser investigaciones de carácter teórico y/o aplicado que deberán especificar su perspectiva comunicacional”*.

La tesina es definida por el reglamento como trabajo “mixto”, ya que es realizada por tres estudiantes pertenecientes a diferentes Orientaciones. Dos de sus integrantes cursaron sus estudios en la orientación Radio y la tercera en Gráfica.

Particularmente en la investigación se realizó un estudio de caso. Los estudios de caso tienen como característica básica abordar de forma intensiva una unidad, ésta puede referirse a una persona, una familia, un grupo, una organización o una institución (Sandoval Casilimas, 1996). Puede ser algo simple o complejo, pero siempre una unidad. En esta ocasión, esa unidad la representa el grupo de trabajo del programa “Mira Quién Habla” de Radio Universidad, ya que el análisis se centra en las dinámicas de trabajo del equipo periodístico del informativo de la emisora.

Así mismo, el estudio de caso como metodología:



Permite trabajar temas geográficos, históricos o sociales reales, concretos y existentes y, partiendo de ellos poder construir visiones generales, conceptos sociales y dotarse de instrumentos metodológicos para acercarse con rigor a otros casos. (...) Intenta la descripción, análisis e interpretación de un objeto de estudio histórico concreto y singular en términos de calidad y complejidad (Prats. 2005. párr 7).

A través del método de estudio de caso se pretende reducir un campo muy amplio de investigación, como es la radio en Córdoba, tomando un programa dentro de la programación de la emisora seleccionada, para lograr la factibilidad del Trabajo Final. Así, se tomó la factibilidad como criterio básico a la hora de delimitar el tema de la investigación, teniendo en cuenta los recursos disponibles y la organización espacio-temporal.

Si bien hay muchos autores que reflexionan sobre el tema, para algunos son parte de un enfoque, mientras que para otros es parte de una estrategia de investigación (Sandoval Casilimas, 1996). En el marco de este trabajo la elección de esta modalidad se refiere únicamente a un aspecto del método: la selección de la muestra.

El paradigma epistemológico, teórico y metodológico que se utiliza es el diseño cualitativo. Los procesos de investigación cualitativa son de naturaleza multicíclica o de desarrollo en espiral y obedecen a una modalidad de diseño semiestructurado y flexible (Sandoval Casilimas, 1996). Esto posibilita realizar modificaciones de partes importantes de la investigación propuesta inicialmente. Sin embargo se considera que esos cambios deben tener razones, y que esas razones deben quedar explicitadas para aportar en la coherencia interna del trabajo.

Este ejercicio permite mostrar la flexibilidad propia de los diseños cualitativos. Si bien se partió de un esquema general que disponía en forma articulada preguntas, objetivos, técnicas e instrumentos, éste se fue modificando a partir de las continuas revisiones operadas, tanto a partir del encuentro con el campo, como del progreso en las lecturas teóricas que se fueron realizando a lo largo del proceso (Bonvillani, 2008).

El diseño metodológico cualitativo, *“supone que el rigor de una investigación pasa por estudiar in situ, considerando la producción de sentido por parte de la gente, con*



*una aproximación naturalista, multimetódica, profunda en relación a cómo ocurren las interacciones”* (Emanuelli et al. 2009:35). A su vez Vasilachis (1993) plantea que se encuentra orientado a la interpretación y comprensión de las prácticas sociales y las formas en que el mundo social es comprendido, experimentado y producido en el marco de las relaciones sociales e intersubjetivas de los sujetos.

En este sentido, son tres las condiciones más importantes para producir conocimiento, que muestran las alternativas de investigación cualitativa: a) la recuperación de la subjetividad como espacio de construcción de la vida humana, b) la reivindicación de la vida cotidiana como escenario básico para comprender la realidad socio-cultural y c) la intersubjetividad y el consenso, como vehículos para acceder al conocimiento válido de la realidad humana (Sandoval Casilimas, 1996).

Aplicando este diseño, es que se relacionan los discursos periodísticos al aire y la información obtenida mediante diversas técnicas de recolección de los datos (entrevistas y fuentes documentales) para entender en profundidad el fenómeno analizado.

Por su parte, los estudios en Ciencias Sociales permiten la utilización de la complementariedad de las perspectivas, por lo que se utiliza la llamada “triangulación” por ser lo más adecuado para las necesidades de la presente investigación. La triangulación es definida por Denzin (1994) como la combinación de metodologías para el estudio del mismo fenómeno. Ésta convergencia (cuantitativa y cualitativa) enriquece el trabajo.

### **4. 3. Noción de construcción social**

La investigación busca indagar sobre la construcción social de la labor periodística de las mujeres en la Radio Universitaria de Córdoba Capital. De esta manera se pretende analizar las dinámicas de interacción con el equipo periodístico que trabaja en el programa “Mira Quién Habla” y comprender cuál es el lugar de las mujeres al aire.

Aquí, se entiende por construcción a un:

Producto de la interacción social, que crea significaciones compartidas que llegan a ser vistas como verdades objetivas y modelos a imitar, creando roles recíprocos que cuando se hacen extensivos a la mayoría del conjunto social hacen nacer instituciones, que se consideran por sí mismas ciertas, y que los miembros de la



sociedad aceptan por habituación, sin requerir justificación a su existencia. (Berger y Luckman; 1966).

De esta manera, la construcción es estudiada en función de la interacción social que presentan los integrantes del medio, y en particular, las trabajadoras y trabajadores del programa informativo en cuestión.

#### **4. 4. Espacio donde se desarrolla la investigación**

Se precisa que para el estudio se trabajó en el espacio radial. Dentro de éste en el programa “Mira Quién Habla” AM 580.

El objetivo de acotar el espacio donde se desarrolla la labor periodística de las mujeres, es analizar en profundidad cómo y a través de qué prácticas comunicativas se construye. Se trata de determinar quiénes trabajan en el espacio, cómo es su labor y las maneras de intervención -es decir, la dinámica de los procesos participativos, acciones e importancia de las mismas dentro del proceso-.

Se incorpora la noción de espacio de comunicación entendida por Rosa María Alfaro Moreno (1988) no como lugar físico donde los sujetos están -aunque lo incluye-, sino como aquél sitio simbólico donde se producen las interlocuciones y que contiene tipos de situaciones, relaciones y valoraciones.

El espacio abordado en este estudio fue escogido en función de varios aspectos. En principio, el criterio de elección se centró en que el programa estuviera comprendido en el horario de 9 a 13hs (segunda mañana informativa), en cuanto al modo de producción de los mensajes, sea un programa periodístico; y según la intencionalidad del emisor, aquellos de calidad informativa. Además, se buscó que fueran mixtos, es decir, que participen varones y mujeres, con diferentes labores dentro del mismo.

La fundamentación de la elección se plasma, a los fines de esta investigación y contemplando especificidades de género, en que es necesario reconocer una igualdad de condiciones y oportunidades para las/los periodistas. Con ello, se puede analizar si dentro de dicho espacio existe algún mecanismo que incentive o que frene la labor de las



mujeres. Lo que llevará a descubrir si el género se transversaliza en las prácticas del programa analizado.

Cabe acentuar que el trabajo se aboca a las mujeres para analizar su construcción social en el espacio radial. Con esa base, interesa comparar la labor periodística de varones y mujeres siendo una muestra significativa que otorga validez a la investigación.

Entonces, se tuvo en cuenta para el estudio la labor de la producción, la locución, y periodistas que participan o no de la puesta al aire (columnistas, especialistas, etc.) dentro del programa y su función.

Concentrarse en ellos permite estudiar de qué manera el Proyecto Editorial e Institucional-Comunicativo, del medio y del programa en particular, atraviesa las prácticas periodísticas de las mujeres.

#### **4. 5. Población**

La población o universo es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio y se define como “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (Tamayo y Tamayo; 1997: 114). En este caso, la población refiere al equipo de trabajo del programa “Mira Quién Habla” de Radio Universidad Córdoba, AM 580.

#### **4. 6. Muestra**

Por cuestiones de tiempo, recursos humanos y materiales, se trabajó con un solo programa de la amplia grilla que emite diariamente la emisora. Es por ello que se ha decidido estudiar a un subgrupo de todo el universo o población que participa en el programa “Mira Quién Habla”. La muestra queda comprendida de la siguiente manera:

<b>Nombre</b>	<b>Profesión / Labor que desempeña</b>	<b>Años transcurridos en los SRT</b>	<b>Años transcurridos en el programa</b>
César Barraco	Periodista. Conductor del programa. Gerente de Radio Universidad AM y Nuestra Radio FM	Desde el 2002 con un paso por Mitre Córdoba durante los años 2008/2009	Desde el 2010 a la actualidad
Susana Curto	Locutora	Treinta años de radio	Desde el 2011 a la actualidad
Martin Siboldi	Periodista. Columna de espectáculos del programa	Desde el 2012	Desde el 2012
Yanina Babiachuk	Periodista. Productora del programa	Desde el 2010	Desde el 2010
Aníbal Abd	Periodista. Columna de deportes en el programa	Desde el 2012	Desde el 2012
María Estela "Pate" Palero	Periodista. Columna de género en el programa	No es trabajadora de los SRT	Desde 2013



Dentro del programa se estudió a aquellos/as encargados/as de la producción de contenidos, conducción, locución y columnistas.

La justificación tiene que ver con que se analizan no solamente aquellas mujeres y varones que participan del aire del programa, sino también aquellos que se encargan de la pre-producción y de la producción de lo que se dice. Como así también la forma en que se va a transmitir.

De ésta manera, el análisis intenta dar cuenta de todo el proceso de construcción de la noticia o texto informativo, por el que deben pasar necesariamente los y las trabajadores de la comunicación radiofónica. Las diferentes etapas o criterios de selección, dosificación y ordenación de los contenidos son: “La Cocina del Estudio”, La Realización y la Postproducción (Ramos, 2006).

La primera de las etapas hace referencia a la pre-producción (recolección y selección) que incluye el trabajo de edición de la información recolectada previamente a través de diversas fuentes (otros medios de comunicación, entrevistas grabadas, etc.) La realización hace alusión a la puesta al aire, al momento donde la luz roja se enciende. Aquí queda en evidencia la capacidad de los conductores y locutores para improvisar, interpretar las noticias, ordenar la información, y la facilidad y claridad para comunicarla. Finalmente se llega a la etapa de la postproducción, instancia en la que se hace la pregunta ¿Cómo salió? Es decir, es el momento de la auto-evaluación de las etapas anteriores. Es importante en ésta última instancia de trabajo tener en cuenta algunos criterios de evaluación: coherencia, inteligibilidad, atracción, relevancias, entre otros.

Para concluir, Mauro Wolf (1987: 277-278) afirma que la noticia *“es concebida a la vez como un producto resultado de la organización compleja y coordina a muchos factores que se condicionan recíprocamente”*.

#### **4. 7. Unidades de observación**

Equipo de trabajo del programa “Mira Quién Habla” que se desempeñan en diversas funciones: locución, conducción, producción, edición, operación técnica y columnistas

#### **4. 8. Técnicas de recolección de datos**



En cuanto al procedimiento para la recolección de los datos se estableció en función de la naturaleza del fenómeno de la investigación, como así también en referencia a los objetivos que se plantearon al comienzo, de los recursos con los que se cuenta (materiales, económicos y humanos), del tiempo y finalmente de la cooperación y predisposición tanto de la emisora como de los realizadores del estudio.

En este sentido, las técnicas utilizadas se dividieron en primarias y secundarias, obedeciendo al origen de las fuentes desde las que se extrajo la información. Entre las primarias se encuentran la entrevista -semiestructurada y en profundidad- y la observación, ya que los datos se obtuvieron directamente sobre lo que se investiga. Mientras que las secundarias fueron recabadas por la escucha atenta de una semana de programa y diversos escritos a través del análisis documental.

#### **4. 8. 1. Técnicas primarias**

##### **4. 8. 1. 1. La entrevista**

Partiendo de la premisa de que la entrevista es una técnica que “*supone siempre una interacción social*” (Ortúzar et al. 2010, 66), el primer acercamiento a la emisora se llevó a cabo mediante la entrevista semiestructurada. Se llegó a la radio universitaria para conocer el espacio, su funcionamiento e integrantes. Se trató de una exploración informal, donde a través de algunas preguntas (no guionadas) se conversó y escuchó a los y las trabajadores del programa para generar confianza, ya que luego vendrían otros encuentros programados: la entrevista en profundidad. Durante el encuentro se indagó a la Secretaria de Gerencia sobre grilla de programación y organigrama de los SRT.

Para la entrevista en profundidad se tuvo en cuenta, en primer lugar, el contacto directo con aquellas personas que pueden servir a la investigación. En la elección se tuvieron en cuenta los antecedentes laborales y prácticos de aprendizaje de los integrantes del estudio; y las personas conocidas en común que aportaron información y facilidad de vínculos. Para ello se desarrolló una agenda de teléfonos y de e-mail para que cada uno de los integrantes del grupo tuviera acceso a los mismos.

En función de los tipos de fuentes de información, las entrevistas se dividieron en periodistas del programa y especialistas en género.



Concretamente se realizaron:

A. Seis (6) entrevistas a profesionales (conductor, locutora, productora, columnistas- de deporte y espectáculos-) Es preciso aclarar que estas entrevistas han sido designadas, durante el desarrollo del trabajo, con el nombre propio.

B. Dos (2) entrevistas a especialistas en la materia. Una (1) docente investigadora del CONICET y una (1) delegada gremial del medio e integrante de la RedPar.

El número de entrevistados, fue determinado por el criterio de saturación y redundancia de la información utilizado tanto en la investigación cuantitativa como cualitativa (Valles, 2003).

Se desarrollaron de manera individual y tuvieron una duración aproximada de entre 30 y 50 minutos. Todas fueron realizadas bajo el consentimiento del entrevistado/a y los lugares en los que se desarrollaron fueron acordados entre ambos participantes de la entrevista, por ende fueron diversos, en función de los tiempos y necesidades. Las entrevistas al equipo “fijo” de trabajo se desarrollaron en la radio, entre el horario de programa o después del mismo. Mientras que la de la columnista fue en el bar de una estación de servicio. En cuanto al encuentro con las especialistas, se desarrollaron en bares: de la institución y de Córdoba Capital.

Respecto a los tipos de preguntas, fueron en primer lugar cerradas. Se indago sobre la profesión, los años transcurridos en el medio, entre otras. Es decir, se comenzó con las preguntas de rigor. Luego se pasó a las preguntas abiertas, donde las/los entrevistados pudieron expresarse sobre cuestiones de su profesión, del trabajo en la radio y especificidades del programa (línea editorial, toma de decisiones, etc.)

Por razones de rigurosidad científica, no se realizaron preguntas vinculadas a cuestiones de género a los y las trabajadores/as del medio. Cuando se habló de este tema, se dio espontáneamente por parte de cada entrevistado/a, y a partir de allí se profundizó sobre las mismas. En ningún caso fueron inducidos/as por el cuestionario. Sólo se realizaron preguntas vinculadas a género a las especialistas que trabajan sobre la temática.



La técnica utilizada fue la guía de entrevistas: se emplearon una serie de ítems o preguntas flexibles que sirvieron de guía. Con el correr de las mismas se sumaron otras surgidas de las respuestas brindadas. Este modelo no se aplicó para todas las entrevistas, sino que fue variando en función de lo que se necesitó conocer de cada uno/a (periodistas, investigadoras en género, equipo directivo del medio).

Durante las entrevistas se tomó registro de cuestiones espaciales, temporales y de las respuestas que fueron volcando tras las intervenciones del entrevistador/a. Éste se llevó a cabo a través de la observación directa (del lugar, de los gestos, etc.), del bloc de notas y del grabador de voz. A través de estos tres elementos de recolección de datos se pudo recabar la información necesaria para la investigación.

Así mismo, los criterios para la elaboración de las entrevistas fueron diversos teniendo en cuenta los tres grandes grupos de entrevistas. Para los trabajadores/as de la radio: la profesión, la labor que desempeñan en Radio Universidad, y en particular en el informativo “Mira Quién Habla”. Para las investigadoras: los estudios realizados sobre género, la experiencia de trabajo en organizaciones referidas a los estudios sobre la mujer y sus intervenciones en el escenario público. Para el equipo directivo: la función y grado de decisión en la AM 580.

#### **4. 8. 1. 2. La Observación**

También se utilizó en este trabajo la *observación* de programas en vivo. Se utilizó esta técnica contemplando que la presencia directa es una valiosa ayuda para el conocimiento social, no porque garantiza un acceso neutral, sino porque evita algunas mediaciones y ofrece todo lo real en su complejidad (Guber, 2004). Se tiene en cuenta que al emplear este método se puede estar modificando la conducta de los observados, pero se coincide con Guber (2004) cuando sostiene que la observación para obtener información significativa requiere algún grado de participación; esto es algún grado de incidencia en la conducta de los informantes. Es en esa relación recíproca que se entabla donde encuentra sus fundamentos la investigación cualitativa.



#### 4. 8. 2. Técnicas Secundarias

La **escucha** sobre el programa “Mira Quién Habla” se realizó durante la semana comprendida entre el lunes 7 al viernes 11 de Diciembre de 2015, teniendo en cuenta su periodicidad. La escucha fue de cuatro horas diarias, que hacen un total de 20hs en la semana. Para ello se obtuvieron grabaciones, brindadas por el programa de la emisión correspondiente a la franja horaria definida. Éste fue un archivo de escucha como soporte para el análisis, por ello la necesidad de tenerlos a disposición.

Por otro lado, se empleó el **análisis documental** para obtener aquella información que no se logró recabar de las entrevistas en profundidad, de la observación y de la escucha atenta del programa durante la semana estipulada. En el análisis documental se encuentra: Documentos de los SRT (Manual de estilo, organigrama, grilla de programación y pauta del programa).

#### 4. 9. El trabajo con los datos: Análisis y sistematización

Para el análisis de los datos recabados se ordenó y sistematizó la toma de notas de la observación realizada, se desgrabaron las entrevistas realizadas tanto a las y los periodistas del programa informativo elegido, como de las especialistas en género. Por otro lado se realizó la escucha atenta del programa durante la semana seleccionada, como así también la relectura de las entrevistas y la re-escucha de los fragmentos de programa seleccionados. Así mismo, se procedió a la división de todo el material en función del proceso que se pretende estudiar.

##### 4. 9. 1. Codificación

En esta etapa del trabajo se realizó el desglose de los datos, conceptualización y reordenamiento, para lo que se establecieron unidades de análisis u objetos de observación que se tomaron para indagar sobre la construcción de la labor periodística en la radio en cuestión. Dichas categorías fueron construidas a partir de las líneas teóricas expuestas y de la información recabada en la recolección de datos y en palabras de los/as mismos/as informantes. Estas son: “Voz al aire”, “Temas que tratan”, “Producción de contenido”, “Tarea”, “Toma de decisiones”, “Formación y trayectoria” y “Vínculo entre compañeros”.



Cuando hablamos de “**Voz al aire**” no estamos hablando de un conteo minucioso de los minutos que pueda tener una persona al aire, sino que refiere al trabajo que realiza la misma frente al micrófono, con qué frecuencia aproximada lo realiza, y en el desarrollo de qué temas.

La categoría “**Temas que tratan**” hizo referencia a las temáticas asignadas a cada periodista teniendo en cuenta su especificidad y el género del/la periodista.

En cuanto a la “**Producción de contenido**”, se indago sobre la elección y tratamiento de las noticias, entrevistados/as, pauta de programa, etc.

Haciendo referencia a la “**Tarea**” se tomó la función específica que tiene cada integrante del programa.

Quién o quiénes son encargados de la “**Toma de decisiones**”, pretendió reflejar cuestiones específicas de línea editorial, la elección de los/las columnistas y en qué momento del programa se trata tal o cual temática.

A su vez se trabajó con la categoría “**Relación entre compañeros**” buscando escuchar, de sus propias palabras, cómo se relacionan y la visión que tienen entre sí.

Luego del reordenamiento de los datos obtenidos mediante las diversas fuentes de información y de las técnicas e instrumentos utilizados, se procedió a la Triangulación intermetódica para: buscar convergencias y divergencias entre los relatos, mediante ítems emergentes de los testimonios, y los postulados teóricos.

#### **4. 10. Dificultades y aprendizajes**

Durante el desarrollo del estudio, y más precisamente en el trabajo del abordaje teórico nos encontramos con algunas dificultades para obtener información y conceptualizaciones sobre las radios universitarias en Córdoba y el país. En este sentido, el desarrollo de las radios universitarias no ha sido acompañado por la aparición de una bibliografía que lo incluyera como tema de investigación o estudio especial en el ámbito de los medios de comunicación. Reunidas en una entidad que las representa, las vincula y las estimula, la Asociación de Radios Universitarias de la Argentina (ARUNA), no han concitado aún el interés que merecen como materia de análisis, sino en forma acotada.



Este trabajo procuró cubrir, en parte, ese vacío al propiciar el acercamiento de otros estudiosos para ahondar en las radios universitarias, su realidad y posibilidades.

Por otro lado detectamos que, en la ECI, en ninguna materia se trabaja sobre temáticas vinculadas al género, con excepción del reciente Seminario a cargo de la docente Paula Morales. Por lo que la bibliografía disponible a lo largo de la carrera es escasa y de difícil acceso. Cabe aclarar, que la elección de la co-tutora de tesis, María Cecilia Culasso, respondió a esta necesidad de especificidad en la materia.

En tanto, tomamos decisiones durante el inicio de la investigación que, durante el proceso, se fueron modificando para mejorar o facilitar el Trabajo Final. Estas nos sirvieron de aprendizaje constante, ya que los cambios fueron enriqueciendo nuestro estudio.

En un primer momento, pensamos entrevistas para todos los integrantes del programa “Mira Quién Habla”, pero luego de la primera observación de un programa en vivo, detectamos que existía un equipo “fijo” o “permanente” de trabajo y otros que iban circulando dependiendo del día. En ese caso, tomamos la decisión de entrevistar al equipo “fijo” y a una de las columnistas que asiste solo una vez a la semana, debido a su pertinencia para la investigación -al tratarse de una columna sobre género-.

Por otro lado, al inicio del estudio, planteamos explorar más de una radio AM, pensando en las otras emisoras que existen en Córdoba: Radio Mitre, Radio Nacional y Cadena 3. Luego, decidimos acotar la investigación a estudiar un sólo caso, ya que el análisis de más de una radio, implicaría un trabajo de campo que llevaría mucho tiempo (imposible desarrollar en una tesis de grado) y no se podría profundizar. Además nos vimos en la necesidad de contribuir con un abordaje teórico sobre el medio que pertenece a la Casa de Estudios donde nos formamos.

Otro de los aprendizajes, tuvo que ver con encontrarnos con un grado de sensibilidad propio del estudio de género. Al visibilizar y estar más atentos/as a cuestiones a las que antes no nos deteníamos, no sólo en la incorporación del lenguaje no sexista, sino también en la división de tareas y toma de decisiones para aplicar a nuestra vida cotidiana.





## Capítulo V

# Desarrollo de la Investigación (Análisis)

## 5. 1. Desarrollo de la Investigación: Análisis

### 5.1.1. Entrada al Campo

A partir de los datos recolectados, a continuación se realiza el análisis del caso, a fines de determinar el proceso de construcción de la labor de las mujeres periodistas. En un primer momento, se presenta la entrada al campo donde se plasma el contexto histórico de la radio en Argentina, para luego exponer una aproximación a las características que hacen a una Radio Universitaria. Más adelante se aborda la historia de la AM 580 del Multimedia SRT y su presente. Finalmente se especifican algunos detalles sobre el programa “Mira Quién Habla” para analizar la información recabada a partir de las entrevistas, observaciones, escuchas y material documental, a los fines de responder a los interrogantes planteados en la investigación.

#### 5. 1.1.2. Contexto histórico de la radio en Argentina

Se precisan en el presente apartado, algunas cuestiones contextuales en lo que refiere a leyes de comunicación en la Argentina.

Nuestro país en materia de radiofonía, es considerada precursora, gracias al deseo y pasión de cuatro jóvenes: “Los locos de la azotea”, que el 27 de agosto de 1920 inauguran Radio Argentina, con la primer transmisión de radio. Esa noche, desde la terraza del Teatro Coliseo, emitieron el Festival Sacro de Ricardo Wagner ‘Parsifal’ para lo que sería poco menos de un centenar de personas.

A Radio Argentina, y luego de incorporaciones progresivas en cuanto temáticas y tratamientos en radio- música, boxeo, fútbol, radioteatro, entre otros- se fueron sumando otras: “*Radio Cultura, Radio Sud América, LOU Radio Brusa (hoy Excelsior), Radio Libertad (hoy Mitre), Radio Casa América, Radio Grand Splendid (hoy Splendid) y Radio Nacional (luego Belgrano)*” (argentina.gob.ar. 2006: párr 3).Y acompañando a la variedad de ofertas, se iba mejorando las cuestiones técnicas, que iban a ser un cambio



radical en la escucha, lo que propició el aumento de aparatos de radio en los hogares, ya llegando a la década del 30.

Con el tiempo, la radio fue utilizada como herramienta para la utilización propagandística de ideas políticas: *“La campaña electoral de 1946 tuvo a la radio como escenario de difusión de las ideas políticas, convirtiéndose en herramienta de propaganda y de construcción de la opinión pública”* (argentina.gob.ar. 2006: párr 7).

En 1953 el Parlamento promulgó la Ley 14.241, la primera en el campo de la radiodifusión sancionada con el Congreso, lo que marcaba que el Estado había decidido establecer como política pública formular su reglamentación.

Llegada el Golpe Militar de 1976, esta última ley es intervenida, y comienza a regir una fuerte censura en los medios de comunicación, bajo la doctrina de “seguridad nacional”. Particularmente en la radio, sumada a la persecución de periodistas y trabajadores, se sumaron las *“Listas negras, nombres prohibidos, asuntos eludidos y músicos cuya obra no podía ser difundida, se convirtieron en prácticas habituales”* (argentina.gob.ar, 2006: párr 27). Y poco tiempo después, en el 80, se aprueba el Decreto/Ley 22.285 sobre radiodifusión que, entre otras cosas: *“extendía las licencias a quince años con prórroga de diez más, convertía al COMFER en un ente autárquico e integraba al mismo tres miembros de las Fuerzas Armadas y dos representantes de las empresas privadas”* (argentina.gob.ar, 2006: parr 28). Con el retorno a la democracia, y Carlos Menem como presidente, suma a esta última Ley, la posibilidad de la constitución de multimedios.

Pasan muchos años, para que la Coalición por una Radiodifusión Democrática, expusiera los “21 puntos” que van a ser luego tenidos en cuenta a la hora de desarrollar la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Estos 21 puntos, expresan la necesidad de libertad de expresión, el Derecho Humano a acceder a la información, exigían la pluralidad de voces, y la necesidad de medios públicos al servicio de la sociedad, entre otros. De esta forma, en octubre del 2010 la Ley SCA se sancionó y promulgó durante el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner.

El 29 de diciembre del 2015, diecinueve días después de asumir Mauricio Macri como presidente de la Argentina, el Boletín Oficial de la Nación publica el Decreto Nacional de Urgencia (DNU) 267/2015. Ésta, establece modificaciones esenciales de la



Ley SCA:

Entre las que se encuentran la intervención de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) y la remoción de su Directorio. También altera aspectos centrales como la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, las Tecnologías de las Telecomunicaciones y la Digitalización; la integración del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA); la adjudicación para servicios de radiodifusión por suscripción, prórroga, transferencia y multiplicidad de licencias, y la adecuación de los titulares de las mismas (Defensoría del público, 2016: párr 1).

A modo general, esta medida arrasa contra los derechos de la ciudadanía de acceder a la información, contra la libertad de expresión, el permiso a entregar prórrogas sucesivas de licencias, permitiendo así, la concentración de medios privados en unos pocos, y haciendo del derecho a la comunicación una mercancía, entre muchos otros.

Esta acción fue rechazada por dos fallos judiciales de tribunales de segunda instancia, frenando la aplicación de los decretos. Uno de ellos se realizó desde la Cámara Federal de La Plata por el juez Luis Arias, que dejó en vigencia una medida precautelar. Y el otro, de la Cámara Federal de Mar del Plata que *“hizo lugar a la vía del amparo promovido por la Asociación de Radiodifusoras Bonaerenses y del Interior de la República Argentina (Arbia) y advirtió sobre “la entidad de los derechos constitucionales” violados por los decretos presidenciales”* (Télam. 2016. párr 2).

Al día de la fecha, aún no hay resoluciones al respecto.

### 5. 1.1.3. Radio Universitaria

Se puede comenzar a hacer una clasificación de la radio, desde distintas perspectivas, como ser, a modo de ejemplo, desde un contexto socio-histórico. Pero el objetivo de este apartado, es llegar a detallar las características de la Radio Universitaria, y para ello, se considera apropiado, definir y diferenciar los “tipos de radio” según su programación y objetivos.

Según la clasificación de la Ley SCA promulgada y sancionada el 10 de octubre del 2009 por el Estado Argentino, establece en su artículo 21, que los prestadores de



servicios son: “*de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro*” (Ley SCA, 2009:26). Los titulares de estos derechos, siguiendo la Ley 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*” (Ley SCA, 2009:26). A los intereses del presente estudio, se desarrolla e investiga una radio de gestión estatal pero con algunas características de gestión privada.

Dentro de las especificidades de las emisoras universitarias, en el Art. 148, se les exige la producción de contenido de conocimiento científico, y “*experimentación artística y cultural*” (Ley SCA, 2009: 77), incluyendo un 60% de producción propia. También establece, en el Art. 149, que la autoridad educativa jurisdiccional, siendo titular de la autorización, será el encargado de otorgar a cada localidad los “*establecimientos que podrán operar los servicios de comunicación audiovisual*” (Ley SCA, 2009: 77).

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, donaciones, venta de contenidos de producción propia, y auspicios.

Por otro lado, las privadas o comerciales son empresas con fines de lucro. Su financiamiento es por medio de pauta publicitaria. Por lo cual:

Prima lo que más vende, lo que gusta y lo tiene éxito. La radio privada considera a la audiencia como un potencial comprador o consumidor de productos y servicios. El oyente es un número, reconoce sólo el aspecto cuantitativo de la recepción radiofónica. Cuanto mayor sea la audiencia mejor argumentación ante los auspiciantes. (Ramos, 2012: 15).

Y el tercer tipo son privadas sin fines de lucro, en ella se enmarcan las radios comunitarias, definidas por la Ley SCA como:

Actores privados que tienen una finalidad social y se caracterizan por ser gestionadas por organizaciones sociales de diverso tipo sin fines de lucro. Su característica fundamental es la participación de la comunidad tanto en la propiedad del medio, como en la programación, administración, operación, financiamiento y evaluación. Se trata de medios independientes y no



gubernamentales. En ningún caso se la entenderá como un servicio de cobertura geográfica restringida. (Ley SCA, 2009: 12).

Las docentes de la Escuela de Ciencias de la Información (ECI), Beatriz Amann y Eva Da Porta, como compiladoras de “Rutas alternativas de la Comunicación”, incluyen en su libro el trabajo de Tamara Liponetzky: “Emisoras Universitarias: Entre la alternatividad y el mercado. La cuestión de decir desde la institución”.

En este escrito, la autora explica el origen de 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*” (Amann y Da Porta, 2008:85).

Cabe detenerse en un detalle no menor, según lo expuesto anteriormente. Dentro del espectro radiofónico, las radios universitarias suelen “adecuar” su agenda periodística a la de los medios privados, dejando en su programación poco o ningún espacio justamente para defender el origen y objetivo principal de la Radio Universitaria: la divulgación de sus trabajos. El texto de Tamara Liponetzky, que si bien es redactado en el 2008, guarda aún actualidad:

Radio Universidad Córdoba podría ubicarse, según la tipología de Prieto Castillo, en las radios miméticas pues intenta 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. Esta emisora de 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. Su programación no se diferencia mucho de las radios comerciales y no hay un especial tratamiento de temas ligados a la comunidad universitaria, ni tampoco hay espacios dedicados a actores que no tienen cabida en los medios comerciales. (Amann y Da Porta, 2008:90)



#### 5. 1.1.4. Radio Universidad AM 580: más de 50 años informando

Los Servicios de Radio y Televisión (SRT) pertenecientes a la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), nacen con la frecuencia AM, siguiendo con la historia de los medios en la provincia. Luego con el correr de los años, se incorpora la FM y la TV siendo éste último el hito que marcaría la llegada de los SRT como Multimedia.

En 1942 bajo la denominación de LW1 Radio Splendid nace como parte integrante de una cadena, con sede en Buenos Aires, haciendo sus primeras transmisiones en Córdoba. Dieciséis años después, el gobierno Nacional liderado por Arturo Frondizi le ofrece a la UNC la posesión de la emisora. Surge de esta manera LW1 Radio Universidad.

Tiempo después, en 1962 germina LV80 Canal 10, dando inicio a los SRT. A partir de ese momento, comenzó a forjarse la programación, con tinte vanguardista, que marcaría una diferencia respecto a los otros medios existentes en la época.

El directorio de los SRT estaba ávido de seguir creciendo, por tal motivo deciden crear la Radio FM Líder en 1979, que años más tarde se transformaría en Power, nombre que daría paso a la actual FM Nuestra Radio manteniendo el 102.3 del dial.

Además de las emisoras AM / FM y de Canal 10, se fueron sumando nuevos medios para responder a las necesidades que las nuevas Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC) demandaban. Así es como en 2011 nace Cba24n, el único canal digital del interior del país que transmite noticias durante las 24 horas del día a través de la señal 31 de la Televisión Digital Abierta (TDA). A la par, surge el portal de noticias de internet cba24n.com.ar.

La sanción y posterior aplicación de la Ley SCA a través de sus artículos de fomento de producción de contenidos federales, marcaría también un punto de inflexión.

La Radio Universitaria AM 580 se ha renovado con el paso del tiempo. En 2011 cambiaron el isologo por uno más representativo de su renovada identidad, como así

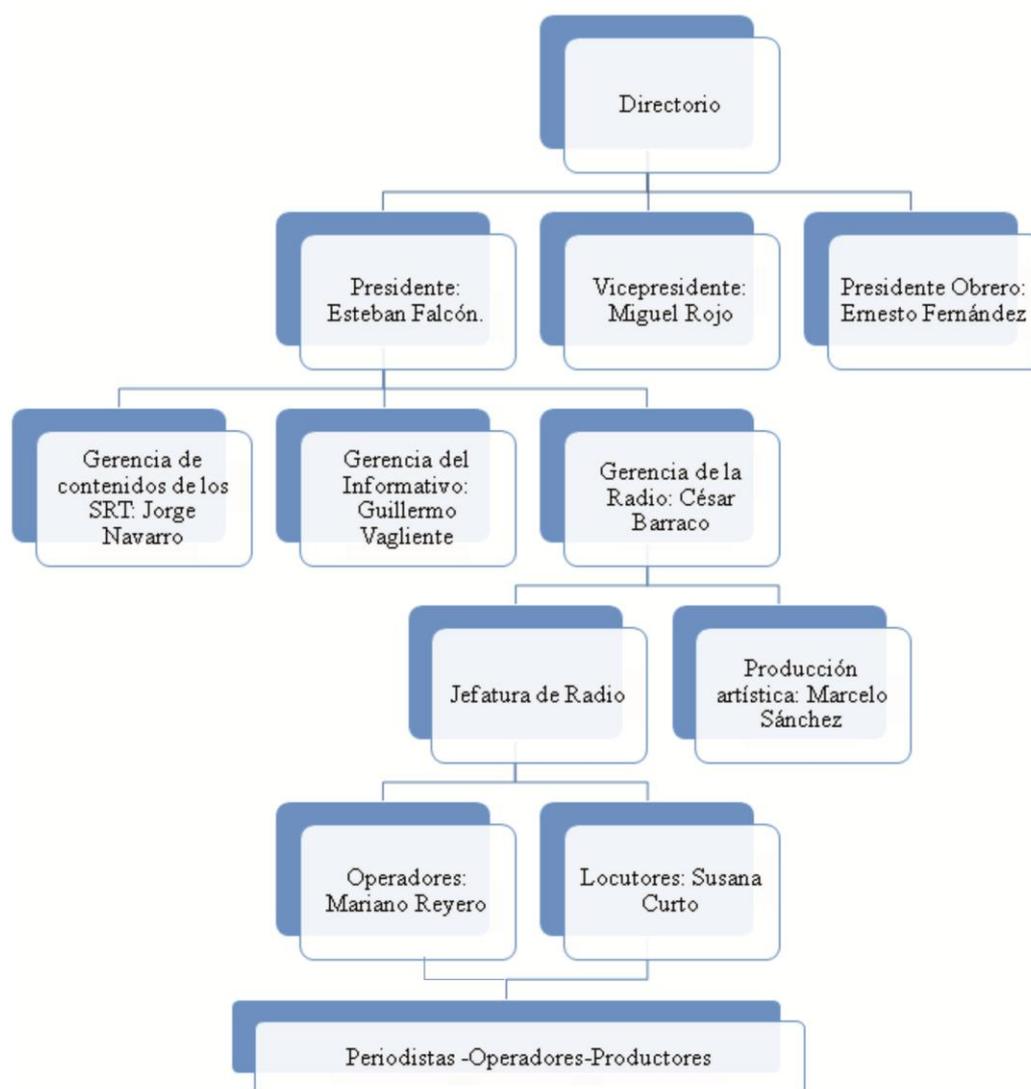


también incorporaron el servicio de noticias “Córdoba Noticias” dedicado exclusivamente a informar los acontecimientos del minuto a minuto.

Actualmente el servicio informativo posee flashes horarios durante todo el día con gran contenido local y una amplia y diversa programación que incluye programas: musicales, culturales, humorísticos, educativos, informativos y deportivos, etc, para una amplia franja etaria.

La emisora posee un área de cobertura que se extiende por toda la provincia y por localidades de Santa Fe, Santiago del Estero, Catamarca, La Rioja y San Luis. Así mismo se puede escuchar a través de streaming desde cualquier parte del mundo.

La estructura directiva de los SRT en la actualidad es la siguiente:



A continuación la Grilla de Programación completa:

Hora	Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vier.		Sábado		Domingo
01:00	SUENA TREMENDO					01:00	MUSICA		
05:00	EL DIARIO DEL DÍA					06:00	EL DIARIO DEL SABADO	06:00	TODO FOLKLORE
06:00	CARA Y CRUZ					07:00	PALABRAS MAYORES	08:00	INTA
09:00	<b>MIRA QUIEN HABLA</b>					09:00	SUSANA CURTO Y AMIGOS	09:00	EL DUENDE
13:00	CORDOBA NOTICIAS PANORAMA					11:00	ESCUCHA ESTA HISTORIA	12:00	LA CIUDAD DONDE VIVIMOS
13:15	QUE PRETENDE USTED DE MI?					12:00	LA TIZA	14:00	COPLARADIO
16:00	NADA DEL OTRO MUNDO					13:00	ME EXTRAÑA ARAÑA	15:00	UNIVERSIDAD ABIERTA
19:00	LA CIUDAD DONDE VIVIMOS					15:00	MONOPOLIS	16:30	SIGANME LOS BUENOS
20:00	CORDOBA DEPORTIVA					17:00	MENOS PAUSA	18:30	LA VOZ DE LA PAZ
21:00	CORDOBA NOTICIAS 2DA EDICION					18:00	LUCY IN THE SKY CON CAPUSOTTOS	20:00	LA 580 DEPORTIVA
22:00	7 MARES					19:00	LA 580 DEPORTIVA	21:00	FURIA NACIONAL
23:00	TODO FOLKLORE					20:30	DEMASIADO HUMANO	00:00	GENTE NECESARIA
00:00	A PENSAR DE TODO					21:30	NO ME OLVIDES		
01:00						22:00	TENEMOS ALGO QUE DECIR		



Un gran recorrido trazaron los SRT hasta forjar un medio consolidado que llega a miles de cordobeses que se identifican y se sienten parte desde hace más de medio siglo.

#### 5. 1.1.5 Programa “Mira Quién Habla”

El programa nace hace cinco años, el 7 de julio de 2010. Por aquel entonces era de dos horas por día, hasta llegar a las cuatro que posee en la actualidad.

El creador y conductor del programa es César Barraco, *“en el programa soy el conductor desde que arrancó, desde el nombre hasta todas las piezas artísticas que lo identifican las hago yo con la gente de edición de artísticas. Es un programa que tiene un sesgo personal importante”*, señaló el periodista al ser consultado para el presente estudio.

“Mira Quién Habla” posee una agenda periodística que comparte con el medio, -SRT-, conservando un fuerte vínculo con lo universitario. Si bien tratan temas comunes a los demás medios de Córdoba, se diferencian en el punto de vista desde el que deciden pararse ante el mismo suceso. En palabras de Barraco *“por una vocación natural de Universidad no coincidimos con la que tienen, por ejemplo Cadena 3 y Mitre”*, emisoras AM que transmiten en la provincia. Y aclara que se diferencian ya que vienen de generaciones distintas, con diferentes formaciones e historias.

Siguiendo con la línea editorial, ésta es definida por su conductor, teniendo en cuenta la posición del medio público. De esta manera se interesan y defienden temas como la Ley SCA, la violencia de género y la violencia institucional, puntualizó Barraco.

Si bien el equipo de trabajo fue mutando, en la actualidad cuenta con un staff fijo, y los y las columnistas que van circulando durante la semana.

Entre el equipo fijo de trabajo se encuentran:

César Barraco	Conductor
Yanina Babiachuk	Productora
Eduardo Galfré	Especialista en política
Alberto Flury	Especialista en economía
Susana Curto	Locutora
Amadeo Sabattini	Apoyatura periodística
Federico Pereyra	Edición de mensajes de los oyentes y apoyo de producción
Tincho Siboldi	Columna espectáculos y conductor cuando no está Barraco
Aníbal Abd	Columnista de deportes y asistente de producción
Sergio Díaz	Operador
Jorge Vasallo	Movilero

Por su parte, el programa posee una pauta que sirve de estructura general de los bloques, donde se marcan los horarios de apertura y cierre, como así también el momento de columnistas, de las noticias de actualidad, etc. Yanina Babiachuk, productora, es la encargada de coordinarlo.

Así queda establecida la pauta:



**PAUTA DEL PROGRAMA****Programa:** “Mira Quién Habla”**Emisión:** De lunes a viernes**Duración:** 4 horas**Conducción:** César Barraco

HORA	VOZ AL AIRE	BLOQUE
9hs	César Barraco y equipo	Apertura, editorial
9:45hs	César Barraco y equipo	Lectura de la tapa de diarios
10 a 11hs	César Barraco. Jorge Vasallo. César Barraco, Alfredo Flury, Eduardo Galfré	Móvil desde Tribunales. Desarrollo de las noticias del día con entrevistas periodísticas
11hs	César Barraco y Martín Siboldi	Repaso de la programación del Canal 10. Sección de espectáculos.
11 a 12hs	César Barraco y columnistas del día (*Ver en pág. Siguiende)	Columna
12hs a 13hs	César Barraco y equipo	Cierre

En tanto, cada columnista es distribuido en la semana de la siguiente manera:

DIA	COLUMNISTA	TEMA
Lunes	Eugenia Almeida Alejandro Cohen Mariano Saravia Carlos Presman	Literatura Arquitectura Política Internacional Medicina
Martes	María Estela “Pate” Palero Carlos Gallo, Turco Squeff Guillermo Galliano	Género Informe socio-político Avistaje de aves
Miércoles	Mariana Reznichenko Mariano Saravia	Medicina Política Internacional
Jueves	Roger Koza	Cine
Viernes	Las Pérez Correa Guillermo Goldes Mariano Saravia	Humor político Divulgador científico Política Internacional

En el presente estudio se toma este programa, que se emite de lunes a viernes de 9 a 13hs, como caso de estudio por tratarse de un medio estatal que pertenece a la UNC y en éste sentido, por la estrecha relación -de los integrantes del estudio- con el programa durante el desempeño de prácticas de aprendizaje. También se realiza esta elección por considerarlo un tema poco estudiado y finalmente por tratarse de un programa con producción, contenido y figuras locales.



A partir de los primeros encuentros con las/los miembros del programa, las observaciones, entrevistas y la escucha de la semana seleccionada del programa, se ha podido recabar un cúmulo de datos e información que se analizó en el presente capítulo.

En un primer encuentro se realizó una observación en la radio, como espacio activo de labor, a modo de primer contacto con el equipo de trabajo del programa y a partir de esto, se pudieron ir coordinando las entrevistas personales. Vale recordar que la observación se llevó a cabo desde la sala de producción y se contó con la amabilidad de todo el equipo de trabajo.

Los/as integrantes del programa que se encontraban en función al momento de la visita fueron:

César Barraco	conductor “Mira Quién Habla” y director de la Radio
Susana Curto	locutora
Yanina Babiachuk	productora
Martin Siboldi	columnista de espectáculo
Eduardo Galfré	especialista en política
Alfredo Flury	especialista en economía
Roger Koza	columnista de cine
Anibal Abd	columnista de deportes y ayudante de producción
Federico Pereyra	colaborador en la edición de los mensajes de los oyentes
Sergio Díaz	operador



Durante el desarrollo del programa, se dialogó con la productora de manera informal, sobre la estructura del mismo, los/las columnistas, los temas del día y sobre su labor. También, hubo un acercamiento a la secretaría de la gerencia del medio, para solicitar la programación de la radio, el organigrama (composición del directorio y otros), como así también la grabación de los audios. Todo fue brindado sin inconvenientes.

Al finalizar el programa se conversó con César Barraco sobre el trabajo de tesis. En esta charla, distendida, se pudo recabar información sobre la línea editorial del medio, la historia del programa y sus inicios. Fue a la salida de esta reunión que se fueron coordinando las *entrevistas estructuradas*. Cabe aclarar que en la descripción de las entrevistas, en algunos casos de citas textuales no serán citadas las fuentes, bajo un acuerdo de confidencialidad que protege la integridad de los entrevistados. Las entrevistas completas pueden ser consultadas en el material anexo, dispuesto en el CD que acompaña el escrito.

A los fines de indagar acerca de la construcción de la labor periodística en el programa “Mira Quién Habla” se entrevistaron a cinco personas que conforman el equipo de trabajo “fijo”, éstas fueron realizadas en el mismo espacio laboral de Radio Universidad, cuando tenían un “tiempo libre”, o labor más relajado. De esta manera, se conversó con: Yanina Babiachuck, Susana Curto, Aníbal Abd, Martín Siboldi. Sólo la de César Barraco, se realizó en su oficina, una vez finalizado el programa. Además, se incluyó en la muestra a María Estela “Pate” Palero, columnista de género- “externa” al equipo estable diario del programa- que se venía detallando.

A lo largo del estudio, se ha ido describiendo el concepto de Labor Periodística, compuesto por diferentes categorías utilizadas a la hora de estudiar la información obtenida y que permiten, no sólo categorizarla, sino también contribuye a la triangulación que se propuso en el Abordaje Metodológico.

En este sentido, se retomaron las categorías de análisis planteadas en la codificación: *producción de contenido, voz al aire, tarea, toma de decisiones, temas que tratan, formación y trayectoria, y vínculo entre compañeros*. De esta forma, no se especificó cada categoría como título en el desarrollo, sino que se fueron tratando en conjunto y unificando en relación al sentido de las respuestas. La información se volcó



en un cuadro, donde se realizó un entrecruzamiento entre las respuestas de los entrevistados y las categorías dispuestas para el análisis que se presenta a continuación.

### 5.1.2. Proyecto institucional

En el presente apartado, se propuso reunir aquello que identifique al proyecto institucional del medio, y puntualmente de “Mira Quién Habla”. Por un lado, analizar si las características del medio corresponden a lo que se define como radio universitaria, indagar sobre el Manual de Estilo del medio, y encontrar correspondencias, o no, en la práctica laboral, principalmente desde las vivencias de los/as protagonistas.

De “Mira Quién Habla” resulta fundamental identificar la línea editorial del programa, cómo y quiénes realizan la producción de contenido, para establecer la participación de cada uno de los/las integrantes, intentando llegar a divisar las tomas de decisiones más influyentes, y de parte de quién/es viene. Poder visibilizar si son varones y/o mujeres quienes toman las decisiones, entender qué lugar ocupan en el programa y las elecciones editoriales. Como así también entender sobre el Manual de Estilo, y qué contempla en materia de género. Finalmente, establecer el vínculo general entre el proyecto institucional y el programa en estudio.

Entonces, entendiendo que es una Radio Universitaria, se comenzó por considerar las características de éste tipo de medio, en cuanto al objetivo que planea: divulgación científica, investigaciones, arte y cultura. Ahora bien, rescatando lo expuesto por Tamara Liponetzky (2008), docente de Ciencias de la Información, se debe prestar atención en cuanto que los medios universitarios suelen orientar su agenda periodística a aquella que manejan los “grandes medios”.

Sin ir más lejos César Barraco, Gerente -de Radio Universidad AM 580 y Nuestra Radio 102.3 FM, ambas del Multimedia SRT-, se expresó precisamente sobre este punto, cuando explicó que las tres grandes AM de la ciudad trabajan con la misma agenda, con la diferencia en el tratamiento que se hace en cada medio de las noticias: “*Siempre hay*



*cuatro, cinco temas que tocan todos los medios de Córdoba, la diferencia está en el punto de vista en el cuál te parás para poder ver ese mismo suceso”, declaró el conductor.*

Entonces aquí es pertinente subrayar el análisis que la autora desarrolló sobre Radio Universidad AM 580: su programación tiene las características de la de una radio comercial “camuflada”, en cuanto que comparten la misma agenda periodística, no dan lugar a otros actores, y no hay un tratamiento de temáticas universitarias.

Ahora bien, esto es un dato que no pasa desapercibido para parte del equipo de trabajo de “Mira Quién Habla”: *“Como medio universitario la gran deuda que nosotros tenemos con el pueblo, con la gente, con el oyente y los televidentes, es crear una agenda superadora y que no vaya siguiendo el camino de la agenda que llevan los otros medios. (...) Acá hay que marcar una diferencia superadora, superadora. Tampoco te quiero decir que sea algo elitista. No, no, diferente.”*

El Manual de Estilo de los SRT plantea claramente que, como radio pública, tiene que hacerse eco en defender la pluralidad de voces, la igualdad de derechos y la participación ciudadana. En otro apartado, agrega que *“los portales de otros medios no pueden imponernos nuestra agenda periodística”*.

#### 5. 1.2. 1. Manual de Estilo y desarrollo en materia de género

Por otro lado, y siguiendo con el Manual de Estilo del multimedio, se rescató aquí la incorporación que han hecho de aportes del “Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres” de la RedPar, para el correcto manejo y tratamiento de casos de violencia de género. Y esto se reflejó en lo expuesto por Barraco sobre la imagen del proyecto institucional que identifica, y puntualmente en el programa, desde el respeto por: *“Los protocolos para hablar sobre temas que tienen que ver con violencia de género (...) intentamos que ningún medio nuestro quede, con una posición que cosifique a la mujer, que la coloque en un lugar de, de objeto de derecho y no de sujeto de derecho. Lo cual no quita que por ahí , uno puede tener un chiste desafortunado, yo sobretodo soy muy... yo hablo mucho más rápido de lo que pienso, por ahí tranquilamente puedo tener un chiste, un chascarrillo, pero, digo, nosotros no estamos haciendo ni a Videomacht ni*



*a Showmatch, ni presentamos la chica del verano en la tapa de un diario, para que la gente elija cuál tiene mejor teta y mejor culo, me parece que son cosas que están, definitivamente mal”.*

Se encontró una divergencia entre lo planteado por el conductor, en cuanto tratamiento de violencia de género, la incorporación del Decálogo y lo que expresa otra entrevista: *“Acá, en el medio nuestro, tenemos a la mitad de la población absolutamente desatendida. Acá no hay programas de mujeres salvo Susana Curto los sábados a la mañana, Adriana Coirini que está a la noche, Paola Caradaghian que está a la madrugada. Todas las demás son espectadoras de vagos, algunos más inteligentes, algunos menos inteligentes, hablando boludeces todo el día, boludeces que les importan a ellos. No quiero decir que no nos importen a nosotros también, pero en medida menor (...)¿Y cómo se justifica eso? Trayendo una chica con muy buena intención que hace una columnita de cinco minutos una vez por semana hablando de género. Entonces somos la gran radio que tiene una columna que habla de género. ¡Es una mentira! La cosa se hace y se dice, se actúa.”*

Es interesante aquí revisar lo expuesto por María Estela “Pate” Palero, como integrante de la RedPar y realizadora de la columna de género en el programa:

***Tu columna. ¿Es parte del discurso políticamente correcto?***

*- Sí, claro, también. Pero no siempre, no sé si así tan tajante. Me parece que llegó en un momento oportuno para ese discurso y que a veces ha ayudado a correr un poco esa barrera. De hecho... que se yo... Flury (Alfredo) me pidió asesoramiento con un caso puntual y digamos, me parece que si bien empieza desde ese lugar de la buena onda conmigo, de lo políticamente correcto, el estar ahí, sostener, generar... de hecho es el único programa que tiene la columna. César (Barraco) se jacta un poco de eso -‘es el único programa de toda la AM que tiene columnista de género-. De las pocas que no cobra (risas)”*



Esta postura, su anterior declaración como *militante* de la RedPar, y continuidad de la columna, encontró su justificación desde el concepto de periodismo de Stella Calloni (2010), como una actitud de militancia, en el encuentro de la verdad y su difusión.

Cabe aquí dar cuenta de las discusiones que se han generado dentro del desarrollo de las columnas de Palero. Ella desarrolló dos puntualmente: una sobre el tema que identificamos como las adolescentes y el uso de las redes sociales, y otra en torno a la figura de las meteorólogas, que se identificó en la figura de Cynthia Rachid (meteoróloga de los SRT). Para el presente estudio, resulta de importancia rescatar la discusión en torno al segundo ejemplo:

*“Un día preparé una columna sobre eso. No sobre Cynthia [Rachid], sino sobre las columnistas del clima en general, la verdad que me llevó un tiempo armarla y ver cómo abordarla. y me acuerdo que me impresionó mucho que todas las columnistas del clima eran todas chicas y todas con ese mismo estilo, digamos. No es un caso excepcional el de Cynthia Rachid en los medios, digamos, pero si era muy contrastante que un medio que ha hecho un laburo importante, profundo y serio sobre derechos humanos en general, no percibiera una contradicción en esa figura”.*

Si bien, en un primer momento, este episodio generó una situación tensa, la propia Palero aclara que se trabajó al respecto: *“Después hicimos un conversatorio sobre ese tema, la verdad la violencia simbólica estaba naturalizada en el medio y eso fue muy interesante. Te decían, ella tiene libertad de vestirse como quiera, sí buenísimo, pero los otros periodistas del medio, no tienen libertad se tienen que poner saco y corbata. Vos no podés salir de remera aunque vos andes así en la calle, porque vos das un mensaje. Ella [Cynthia Rachid] también”.*

Palero insiste en resaltar la importancia de realizar la columna, justamente por generar ese espacio de discusión, que deja claro y en punto de análisis la profundidad de los debates sobre género y las fibras más finas que tocan a la temática.

Se hace hincapié en esta discusión puntual sobre las meteorólogas, porque fue un tema que trascendió los límites de la columna, generando cuestionamientos tanto en el Multimedia, como en otros medios de la ciudad. Además, fue un tema recurrente al



momento de realizar los encuentros con los participantes del programa -que se aclara surgió espontáneamente de ellos/as-, como fue el caso de Susana Curto que expresó: “¿Ustedes ven la chica que da el tiempo acá? Y eso no es ir en contra de la chica. Es una línea editorial que se discutió”.

Entonces, realizando un repaso por las diferentes declaraciones, vemos que se coincide en señalar que es parte de una decisión institucional, que ha tenido su lugar de discusión.

En las entrevistas de Barraco, Palero y Curto, se encontraron tres posturas diferentes. Aquí resultó necesario retomar lo expuesto por Paula Morales, sobre el cómo los medios incorporan los estudios de género: generalmente como una columna de alguien especializado en la temática, y que de esta forma, el medio/programa cree estar cubriendo las demandas sobre tratamiento de género. Pero, aquí el error está en que no se incorpora de forma transversal en la programación del medio, o del programa puntual.

#### 5.1.2.2. Línea editorial y producción de contenido

A las diferentes personas que integran el grupo de trabajo de “Mira Quién Habla”, se les preguntó quién/es o cómo se define la línea editorial del programa, las y los entrevistados coincidieron en señalar que ésta decisión está a cargo de César Barraco, quién además de ser el conductor del programa, también es el Gerente de las radios del Multimedia. Y de esta forma, el equipo de trabajo se encargó de señalar el lugar que Barraco tiene en el mismo:

*“Yo trabajo en el programa del gerente de radio, de César Barraco (...) yo entiendo que es él, el que baja la línea editorial, toda empresa tiene una línea editorial, y obviamente el editorialista es él”* expresó Martín Siboldi, y respuestas como ésta, se repitieron en cada una de las entrevistas.

Del mismo modo, César Barraco, se describió a sí mismo al decir: *“en el programa soy el conductor desde que arrancó el programa, desde el nombre, hasta todas las piezas*

*artísticas que identifican al programa, las hago yo”, y aclaró que Mira Quién Habla “tiene un sesgo personal importante”.*

Todos los entrevistados manifestaron la particularidad, de que nunca nadie les dijo, ni les dicen sobre qué deben o pueden hablar. Es decir que sienten libertad de elección en los temas a desarrollar:

“[La línea editorial] *Del programa lo hace particularmente César, pero en el deporte digamos, yo tengo mi espacio* [Negritas agregadas] *que eso también es algo con lo que me encontré”* **Anibal Abd.**

*“Nunca me condicionaron a tratar ningún tema. Además, yo siempre voy escuchando el programa, por eso también, y eso hace que no se superponga nada”* **María Estela “Pate” Palero.**

Las declaraciones de Abd o Palero son algunos ejemplos de lo señalado. Sin embargo, declararon que el lugar de Barraco en el programa es parte clave de la personalidad de “Mira Quién Habla”. Precisamente, Siboldi, comentando sobre el lugar que ocupa y sus tareas, hizo una referencia a ello: *“Yo noto que, primero, ejerzo también como co-conductor, y además, soy conductor designado cuando César no viene, por distintos motivos (...) le doy otra impronta también”.*

En este sentido, se puede agregar la declaración de Abd: *“Hay una línea política que siempre la resuelve César, (...) cuando no está César el programa como que es otro”.*

De esta forma, consultados sobre la producción de contenido del programa,- selección de noticias, de entrevistados, tiempos, etc.,- si bien se cuenta con el trabajo de Yanina Babiachuk desde la producción, ella misma aclaró: *“yo puedo decir -César está enganchado tal móvil después del móvil vamos con mensajes y después de los mensajes vamos con la nota-, y César lo puede cambiar”.* Sobre la línea editorial, la productora agregó: *“todos tienen que estar a disposición de que si a César se le cruza -Talleres-...*



va a decir -Aníbal ¿qué pasó con Talleres?-, entonces es como que todos tienen que estar ahí disponibles”.

Es notorio cómo se recurre constantemente a la presencia de Barraco a lo largo de las diversas entrevistas. En este mismo sentido, pero desde otro punto de vista, se explayó la columnista María Estela “Pate” Palero a la hora de comentar cómo presenta y cómo piensa el tratamiento de su espacio en el programa: *“Ahí me doy cuenta que funciona, que cuando generas polémica o cuando tocas así una fibra vivencial, **lo que le pasa a César le pasa a la gente** [Negritas agregadas]. A mí la columna me sirve mucho para eso, para aprender a reformular el discurso para que llegue más, para que efectivamente transforme y que no sea convencernos entre las convencidas.”*

De esta forma, parece pertinente retomar algunos conceptos que fueron trabajados anteriormente. La licenciada María Rosa Alfaro (1988) señala en cuanto a la responsabilidad que el comunicador tiene, en este caso, inserto en un medio público, de en primer lugar escuchar y responder. Fomentando a la construcción de identidades, respetando y priorizando la pluralidad. Es decir, que la línea editorial del programa, debería de responder a una demanda ciudadana.

Continuando con la idea de la -demanda de las audiencias- y teniendo en cuenta el rol activo de los radioescuchas, es que toma vigencia lo expuesto por Ramonet (1999) cuando señala críticamente que los medios de comunicación “son el ojo que ve pero no se mira”. En relación a esto agrega que la audiencia espera que los medios hagan una autocrítica de sí mismos.

Realizando un repaso por lo recabado y analizado en este punto, se encontró gran influencia de César Barraco en el lugar de editorialista del programa, y de esta forma también la libertad y modos de toma de decisión. Como se menciona anteriormente, si bien se cuenta con la presencia y trabajo de la productora, se declaró continuamente la facilidad con que el programa puede cambiar de rumbo según la decisión del conductor. No es un dato menor a remarcar, que Barraco también es el Director de las radios.

En cuanto a la agenda como radio universitaria, encontramos posturas muy fuertes que chocan. Por un lado, lo que establece el Manual de Estilo, con los que expresa el



conductor: se especifica que los grandes medios no serán quienes impongan su agenda de noticias, pero en la práctica la comparten, aclarando que aquí se realiza en tratamiento diferenciado de las noticias. Por otro lado, y más cercano al Manual, una entrevista da cuenta de una falencia en la agenda del medio, proponiendo lo que más se acerca al origen y fundamento de una radio universitaria: “una agenda superadora”. Ahora bien, esta declaración, enmarcada en este apartado, y dentro de la libertad de expresión que han declarado tener, ¿tiene o influye en la toma de decisión? Aparentemente, no.

Se encontró en este punto, la intención del medio de hacerse partícipe de lo “políticamente correcto” en cuanto a materia de género: el Decálogo, la columna, sumado a conversatorios, pero se encuentran contradicciones desde las propias declaraciones del equipo de trabajo, como por ejemplo aquella que dice existe una “población desatendida” en la programación y contenido de la radio, porque no hay programas de mujeres.

### 5. 1.3. El trabajo al aire: El reparto del micrófono

Se consideró fundamental para el estudio de caso, detectar cómo se define la duración de las columnas y quién elige a los columnistas, a los fines de considerar la cantidad de tiempo y calidad que cada uno de los mismos ocupan al aire. Al determinar el “reparto del micrófono” se pretende dar cuenta la presencia que cada uno de los periodistas posee al aire, en tanto que construye a la identidad del programa. De esta forma, determinar la participación de varones y mujeres, los temas que tratan, y la legitimidad que se imprime.

Se entendió la presencia de micrófono, simbólicamente, como la posibilidad, y la legitimidad que tiene una persona para hacer su voz, pensamiento y discurso algo público, como así también, quién decide que sea así, y no de otra forma. Por la importancia que justamente los medios de comunicación tienen como acción mediática en la ciudadanía.

El programa cuenta con diferentes espacios temáticos que se desarrollan durante toda la semana, con tiempos diferentes. Yanina Babiachuck nos describía: “*Los lunes Eugenia Almeida, que es la columnista y escritora que habla de literatura y el arquitecto Cohen y Mariano Saravia que esta los lunes, miércoles y viernes. Los martes, (...) el*



*pajarólogo, que le decimos nosotros, que es un fotógrafo aficionado de pájaros que se llama Guillermo Galliano, y Pate Palero que hace su columna sobre feminismo y género, y el informe de Carlos Gallo y el Turco Squeff que va de 12 a 13hs que toman un tema particular y lo desarrollan durante casi una hora. Los miércoles la doctora Mariana Reznichenko. Los jueves Roger Koza que habla de cine (...) y los viernes tenemos las Pérez Correa que hacen su sección de humor (...), el doctor Carlos Presman que ahora lo pasamos para los lunes y el divulgador Guillermo Goldes que habla de astronomía”.*

DIA	COLUMNISTA
Lunes	Eugenia Almeida Alejandro Cohen Mariano Saravia Carlos Presman
Martes	María Estela “Pate” Palero Informe (Carlos Gallo, Turco Squeff ) Guillermo Galliano
Miércoles	Mariana Reznichenko Mariano Saravia
Jueves	Roger Koza
Viernes	Las Pérez Correa Guillermo Goldes Mariano Saravia

En relación a los tiempos, Palero cuenta sobre su columna: *“Sale los martes entre las 11:45 y las 12hs, con suerte (risas), en general es más, 12 menos tres minutos, hasta 12 y tres, y así”*.

Al ser consultada sobre los tiempos de cada columna, casualmente Babiachuk hizo referencia al tiempo que tiene Palero para desarrollar la suya: *“la mayoría van...que se yo...por ejemplo Pate Palero de 11:45 a 12, porque a las 12 nos vamos a las noticias, y después de las noticias nos vamos al informe con Carlos Gallo”*.

De esta forma, se comparó los quince minutos aproximados de Palero, con la hora de duración de la columna de Carlos Gallo y Turco Squeff. También con la participación del *“profesor Guillermo Goldes”* que *“ha hecho columnas de cuarenta minutos”*, - comentó César Barraco en la entrevista-, y con la periodicidad de tres veces por semana de la columna de Mariano Saravia.

Esto fue puntualmente constatado con la escucha de la semana de grabación, -desde el lunes 7 al viernes 11 de diciembre, que corresponde a una semana antes de nuestra visita al medio-. El tiempo que se le otorga a Palero en la grabación es de diez minutos y justamente al final de la columna, agrega: *“¡Digo un par de invitaciones y me dejás! (risas)”*. Y el cierre del conductor es: *“Bueno, muy bien, ahí estaba la columna de género que hacemos habitualmente los martes”*.

Por otro lado, la columna de Política Internacional de Mariano Saravia, que tiene lugar lunes, miércoles y viernes, puede escucharse a lo largo del programa, y sin tiempos estipulados. Entre otras, también se pudo escuchar la columna de Eugenia Almeida, que tiene una duración de 9´30´´; la doctora Reznichenko 21´38´´; Las Pérez Correa 20´10´´. También, encontramos el caso particular de Roger Koza, que da la casualidad que por demanda de noticias, su columna sólo duró 9´y lo invitan a participar al día siguiente.

Cuando consultamos sobre quién elige a los columnistas, fue Babiachuk quien detalló: *“Fueron llegando de a poco (...) finalmente el que decidía qué columnista quería es César [Barraco], entonces en base a eso tratábamos de coordinar con el columnista si podía, que día podía y en qué horario”*.



A la hora de definir quiénes son los columnistas que salen al aire y qué temas tratan, el conductor nos dijo: *“Yo me tomo el laburo de tratar de sacar de cada columnista, cada persona que se sienta conmigo con un micrófono, de ver según mi óptica, obviamente, en qué terreno mejor se desempeña, a dónde se luce más”*. Asumiendo de este modo, la responsabilidad que recae en él, al momento del reparto del micrófono durante el programa, no sólo con las columnas.

De esta forma, a modo general, los días lunes encontramos las columnas que relacionan a los varones con la arquitectura, la política y las investigaciones médicas, y a la mujer con la literatura.

Los martes, la columna de género de María Estela “Pate” Palero con sus diez minutos aproximados; el informe sobre política y sociedad de Carlos Gallo y Turco Squeff, que llegan a durar una hora y Guillermo Galliano con su columna sobre avistamiento de pájaros.

Los miércoles, la Doctora que aborda la salud al cuidado de la familia, y Mariano Saravia con política internacional. Los jueves, la columna de cine por Roger Koza, que tiene participación en diversos momentos del programa, sin tiempos estipulados.

Y los viernes el humor de Las Pérez Correa, Mariano Saravia y Guillermo Goldes con su propuesta de astronomía.

Puntualmente Palero, sobre cómo comenzó su columna en el programa, explicó: *“Lo planteé, yo no quiero pasar más teléfonos, salvo que tenga un programa y él [César Barraco] me dijo...lo que decía siempre...-yo no tengo plata para pagarte- pero si vos querés...”*. Esta conversación se dio en el marco de que Palero estaba buscando hacer un programa de televisión en Canal 10: *“Con Falcón [Esteban] tuve dos reuniones para ver de hacer un programa de tele, y siempre hay una cosa de buena onda conmigo, pero no como una inquietud por el tema. No la he advertido”*. Cuando se habló con la columnista sobre cuáles fueron los criterios para elegir el día y el horario de la misma, nos comentó que fue una decisión de producción: *“Tiene que ver con la programación del programa, porque los otros días estaban...en realidad a eso lo hable con Yanina [Babiachuk]*



*directamente, no con César. Ese fue un criterio de Yanina, tales días fulano y así, o ese es el que mejor queda tal día. Fueron criterios del programa”.*

Por otro lado, dentro de este tema, y la elección de tiempos de cada uno, César Barraco, lo justifica a partir del “público”, y lo que éste quiere y cuánto tiempo lo quiere: *“Tengo un parámetro que cuando yo me empiezo a aburrir, siento que el oyente también se aburre. A lo mejor estoy equivocado, pero es un termómetro que yo más o menos manejo”.*

En este sentido, el comunicador juega un papel importante. Ya que en palabras de Jesús Martín Barbero (1998), debe ser capaz de poner su voz al servicio de las demandas colectivas y no hablar en nombre de ellas. De no serlo, estaría expropiando a la gente un derecho fundamental.

Aquí se pretende abrir un paréntesis al respecto, para rescatar la declaración que surgió en una de las entrevistas en donde se dijo: *“Si vos preguntas en una radio te van a decir “Ah! lo que la gente quiere es esto”. Todos sabemos lo que la gente quiere y es mentira, no sabemos lo que la gente quiere”.* Contrapunto interesante a la hora de pensar qué se le ofrece a la audiencia.

De esta forma, sigue marcándose la cuestión de la toma de decisión del conductor, en entenderse a sí mismo, figura representativa de lo que la ciudadanía quiere, cómo y cuánto tiempo lo quiere. Antes que nada, siendo él la voz principal del equipo, y decidiendo sobre cada columna el tiempo que debe estar “al aire”.

Desde la escucha y la información recabada de las entrevistas, es notable la mayor participación de varones en las columnas, siendo éstas también, las de mayor duración en la diaria del programa. Se comparó los diez minutos aproximados de María Estela “Pate” Palero (género), o el mismo tiempo de Eugenia Almeida (literatura), con la hora aproximada de las investigaciones de Carlos Gallo, o de Guillermo Goldes.

En el caso de las columnas realizadas por mujeres, encontramos a la Doctora Reznichenko, que la duración en la escucha es de casi veintidós minutos, pero se analizó también que la temática que trata, es dirigida a las mujeres para el cuidado de salud de la familia. Entonces, en este caso se identifica la diferencia en que las temáticas tratadas por



mujeres, están dirigidas al cuidado de la salud familiar, es decir, del espacio privado que se las ha impuesto a las mujeres ocupar en la sociedad. Que se puede también comparar, al tratamiento de la columna de política internacional, que la desarrolla un varón, tres veces en la semana, y con varias intervenciones por programa.

Retomando datos obtenidos del Monitoreo de la WACC (2010), éste reconoce que las voces que se escuchan en la radio, son en su mayoría de varones y que las noticias más “importantes” las dan ellos. También reconoce que las mujeres periodistas, están ocupando otros lugares de cobertura en las noticias (que antes se consideraba sólo de espectáculos), pero que aún no llega a alcanzar la misma cobertura de temas importantes que los varones. Lo que nos llevó a analizar la cantidad de varones y mujeres del “equipo fijo” que salen al aire. Sin entrar aquí en muchos detalles, que serán expuestos más adelante, de las nueve personas que integran este equipo, siete son hombres, y dos mujeres. Dentro de las últimas, sólo una sale al aire, y con “participación acotada”.

#### **5.1.4. Formación periodística**

Otra característica que se buscó conocer fue la trayectoria y la formación de cada uno de los/las miembros del programa. Esta inquietud, surgió a partir de lo expuesto por la docente Paula Morales, sobre las exigencias que se les pide a quienes trabajan la temática de género, en este caso en un medio de comunicación. Desde los relatos de los integrantes del equipo, se intentó constatar o evidenciar las diferentes formaciones y trayectorias profesionales que encontramos en el programa, y analizar si esto influenciaba o no en el lugar que ocupa cada uno/a.

En el caso del equipo de producción: Yanina Babiachuk es Licenciada en Comunicación Social, se ha desempeñado como redactora en una página de política Internacional. En los SRT comenzó en septiembre del 2010 como productora de una columna dentro de “Mira Quién Habla”, pero luego, en febrero del 2011, Barraco la convoca para ser la productora del programa. Mientras tanto, Aníbal Abd está a materias de recibirse de Licenciado en Comunicación Social. Comenzó a trabajar en radio hace mucho tiempo como productor de deporte en Radio Impacto. Actualmente hace tres años



que pertenece al equipo de “Mira Quién Habla”.

Por su parte Susana Curto, cuenta con el título de Locutora Nacional. Comenzó en radios chicas, y hace treinta años que trabaja en Radio Universidad. Puntualmente en el programa lleva cuatro. También está a cargo de la Jefatura de Locutores, siendo de esta forma, la única mujer que aparece en el Organigrama de los SRT.

Martin Siboldi, estudió en la Escuela de Ciencias de la Información y realizó otras actividades, en el ámbito de la música, para complementar su formación. Trabajó en Telefé haciendo espectáculos, y en referencia a su partida expresó: *“Y un día llegó una orden de Telefé Buenos Aires, diciendo que espectáculos tenía que haber una chica, porque la línea era esa... espectáculos es para las chicas, no coincido (...) Y bueno, llegó una chica rubia, como manda también, la que más rubia se tiñe, es una cosa muy loca, pero bueno, muy primitivo me parece eso”*.

Sobre la formación de César Barraco, expresó haber cursado en la Facultad de Derecho y la Escuela de Ciencias de la Información, y que: *“ninguna terminé”*. En otros medios, trabajó en las emisoras Rock and Pop y la Rock-a, *“primera radio de rock en Córdoba (...) pero después que llegué acá, realmente ahí me formé periodísticamente”*. Llegó a los SRT en el 2002, pero entre el 2008 y 2009 se desempeñó como Director en radio Mitre, y luego volvió al Multimedia.

Antes de desarrollar la formación de Palero como columnista de género, es pertinente rescatar lo declarado por Paula Morales, investigadora del CONICET quien señaló, con respecto a los trabajos de género en espacios públicos, que: *“Se exige (...) que los temas que son tratados allí, tengan un nivel de profesionalismo, una profundidad en el tratamiento, una bastedad de fuentes, de recurso que argumenten eso que no es comparable al nivel de calidad que se exige a otros espacios dentro de la misma programación”*.

Continuando con lo enunciado anteriormente, Palero realizó un comentario muy minucioso sobre su trayectoria, lo que da cuenta de su vasta formación en medios y en materia de género. Es Licenciada en Comunicación Social, hizo programas en Radio Sur, participó en la Radio UTN (Universidad Tecnológica Nacional). Respecto a la prensa



gráfica, trabajó de auxiliar de redacción en Página 12/Córdoba, y en la revista Umbrales. Tuvo un cargo en la Municipalidad de Córdoba y se desempeñó como productora cultural y comunitaria. Hace varios años, junto a Coqui Dutto, hace el programa “Me extraña Araña” de producción musical infantil, que actualmente se emite en radio Universidad los sábados de 13 a 15hs. En cuanto a su formación en género, el primer acercamiento fue desde un proyecto de Investigación del CEA (Centro de Investigaciones Avanzadas), permitiéndole esto acercarse al feminismo. Y en el 2005 fue parte de la fundación de RedPar en Córdoba, espacio en el que milita hasta la actualidad.

Se afirma de esta forma, comparando el desarrollo de Palero con otros integrantes de “Mira Quién Habla”, lo que Morales plantea en cuanto a exigencias para quienes desarrollan labor periodística con perspectiva de género. Demostrando de ésta manera, la extensa y delicada trayectoria de la periodista en medios de comunicación y desarrollo de género.

Por otro lado, pudo analizarse el lugar que la locutora desempeña. Siendo ella una de las personas con mayor trayectoria, está condicionada su participación al aire.

Esto nos lleva a concluir que si bien se exige para algunos temas una extensa capacitación, en “Mira Quién Habla” no se evidencia que la trayectoria influya en el lugar que ocupan y en la toma de decisiones.

#### **5.1.5. Las tareas del equipo**

Al momento de consultar a los integrantes del equipo sobre la tarea que realizan en “Mira Quién Habla”, el objetivo fue identificar, desde sus propias declaraciones cómo se describen ellos en su labor, sus sentimientos al respecto e identificar el vínculo entre compañeros/as.

De esta forma, se buscó llegar a describir las tareas que realizan varones y mujeres, para luego evidenciar si existe tendencia a enmarcar a unos y otras en determinadas tareas.



Sobre la tarea puntual en el programa. Ellos mismos se definen:

**Babiachuk:** *“Yo soy la productora. ¿Qué hago? todo (risas). Edito mensajes, gestiono las entrevistas, coordino los columnistas, todo (...) el staff fijo digamos, es César Barraco que es el conductor, Amadeo Sabattini que está hasta las 10 de la mañana porque él viene de “Cara y Cruz” y se queda un rato, Tincho Siboldi que habla más de espectáculos, Susana Curto que es la locutora y Aníbal Abd que habla de deportes, eso es al aire. Después en producción Aníbal [Abd] también me da una mano en la producción, estoy yo y está Federico Pereyra que también me da una mano (...) Sí César [Barraco] es el piloto de todo, es el que va tirando líneas o va tirando la pelota”*

Escuchando esto buscamos consultar sobre cómo se sienten, o cómo piensan que es su lugar en el programa:

**Babiachuk** nos dijo: *“Yo me siento como directora de teatro u orquesta, como que tratas de coordinar, digamos, yo me siento más que productora, me siento coordinadora, al margen de que la última palabra siempre la tiene César [Barraco]”*.

**Siboldi:** *“Lo que hago yo, que es periodismo de espectáculos, y que además lo tiño con algunas cositas así como tipo misceláneas, o las famosas notas de color, y esas cosas que son necesarias y le dan dinámica a una mesa de trabajo (...) El dato duro que lo manejen los especialistas, que hay muchos, y muy buenos acá. Yo jamás me pongo a competir con ellos, de la misma manera nadie compite conmigo acá (risas)”*.

**Curto:** *“ Soy la locutora comercial y la lectora de los informativos, mensajes de texto y algún tipo de colaboración que se requiera en el momento. Es muy acotada mi participación”*.



**Abd:** *“Al aire hago la parte de periodismo deportivo, (...) hace tres años, en la práctica de aprendizaje, me inserte yo en eso, en la parte de producción y algo de redes sociales”.*

Para tener una visión completa del vínculo entre los compañeros, también se le preguntó a César Barraco su relación con el resto del equipo:

De ese modo, el conductor sobre Siboldi, dijo: *“es un gran jugador que sabe acompañar, en este caso a mí, se amolda a eso, no, no, no, no pretende ser el conductor en ningún momento, ni un tipo que se meta” (...)* Aníbal (Abd) *es un jugadorazo también, muy laborador, eficiente, siempre, ehh... tiene información, siempre tiene notas, aparte produce, hace de todo un poco”.*

Sobre Amadeo Sabattini, declaró: *“Yo me permito también, no sólo disentir a veces, en algunos puntos, sino también llevarlo a otro plano que, que, me hable de su vida privada, de qué va a comer el fin de semana, me parece que la gente a ese Sabattini lo ha hecho hablar de música, tiene como un personaje al aire, en ese punto, es donde yo digo, si en algo creo que soy más o menos bueno, es poder ver qué es lo que puede aportar el otro, y saber sacárselo.”*

Llegado el turno de Flury y Galfré, Barraco señala que: *“Alfredo (Flury) es un tipo que habitualmente habla con datos, no es un tipo que opine y editorialice mucho, es un tipo que habla con información (...)* Galfré, *si, tiene un poco más de discurso, de spech, por ahí peleamos, pero es más parte de poner un personaje cada uno, para no... es muy aburrido escuchar a dos personas que están coincidiendo todo el tiempo al aire, te aburre”.*

Cuando tocó hablar sobre el lugar de su compañera Yanina Babiachuk dijo: ***“Es como mi esposa acá*** [Negritas agregadas], *digamos, que me organiza la vida, me dice que va, que no va, y puedo discutir con ella como uno discute con una esposa, pero en definitiva es una convivencia para mí perfecta, es una productora de puta madre”.*



Dentro de los estudios de género, uno de los pilares fundamentales en su desarrollo es el trabajado por Diana Maffia (2007) donde enuncia la división del trabajo entre mujeres y varones. A esta división la autora identifica a lo público como ámbito masculinizado (tiene que ver con el Estado y con el trabajo productivo), y lo privado como ámbito femenino (es el ámbito de la familia y del trabajo reproductivo). En este sentido, encontramos una similitud de lo expuesto vinculado a la división del trabajo en los medios de comunicación: El trabajo de producción posee características del ámbito privado considerando que es un trabajo no visible para el público, mientras que la voz al aire representa una labor en el ámbito de lo público.

No es un paralelismo caprichoso, ya que en palabras de Siboldi: *“A la mujer se le otorgan roles, ojo, con mucha responsabilidad, como producción, que **me parece que no en vano son mujeres** [Negritas agregadas], la mayoría de las productoras muy confiables.”*

Algo que llamó la atención, es el lugar que le dan sus compañeros a Susana Curto. Esto fue tomado en cuenta en la observación realizada durante el primer encuentro con los y las miembros del programa. Cuando se consultó sobre miembros del “staff fijo”, sólo Yanina Babiachuk la nombró.

De esta forma, se le preguntó a Barraco al respecto del lugar que ocupa la locutora: *“Al programa hace un aporte muy desde afuera, muy chico, muy limitado, pero bueno, es lo que hay... que se yo... Si me preguntas a mí, me gustaría sumarle una mujer, pero que pueda sumarse digamos (...) Susana Curto en mi programa, tengo el mejor respeto por ella, pero debe salir tres veces al aire, cuatro (...) lo que sí le falta al programa es una mina que le sume, pero por el perfil del programa, no es Susana Curto, porque está parada desde otro lugar, generacionalmente”.*

Es curioso que se señale desde lo “*generacional*” esta situación. El propio conductor posee diferencias generacionales semejantes o mayores con otros miembros del programa como pueden ser Aníbal Abd (20 años menor que el conductor).

Esto llevó a reflexionar ¿Por qué el lugar de la locutora al aire es tan acotado, o en palabras de Barraco, “*hace un aporte muy desde afuera*”?



Cuando se le consultó a Curto sobre su participación en el programa ella insistió en la idea de que “*está dado así*”:

**¿Sentís que tu lugar dentro del programa es acotado?**

*No, no. No, no es una cuestión de sensación, es algo establecido así. Más allá de lo que yo opine, es así.*

**¿Y tu opinión en relación a eso? Al rol del locutor en un programa informativo, ¿Cuál es?**

*Mira, eso lo determina el conductor. Son criterios del conductor. Mi misión es acompañar. Por ejemplo, si está Barraco, todos cumplimos una determinada función. Cuando por falta de él, hay otra persona que conduce, todos pasamos a cumplir otro tipo de función. Es un criterio que uno tiene que acatar”.*

Si bien entre el conductor y la locutora se puede apreciar un “contrato tácito” al respecto de la participación de esta última al aire, desde el ISER se especifica que aquellas personas recibidas con matrícula de locutor están capacitados para conducir o desarrollar un programa, a la par de lo que hace un/a periodista. Cada matriculado/a estará formado/a para poder realizar cualquier proyecto comunicacional.

Entonces, ¿Se puede justificar la participación de Curto desde la necesidad estética de contar con una voz femenina al aire? En palabras de Paula Morales: “*La gente no está buscando en esa voz femenina el argumento político, ni siquiera el argumento económico. Está buscando escuchar una voz femenina para que cierre la idea de la complementariedad de los sexos, y porque ahí mismo se refuerza la división sexual. Si no hubiese mujeres, sería más llamativo*”.

En diálogo con Mónica Reviglio, delegada gremial en los SRT, desarrolló el lugar que ocupan las mujeres en el medio, en el que la mayoría de las mujeres desarrollan en la producción. Hizo referencia también a comentarios de los compañeros del medio: “*el trabajo sucio hacelo vos, yo salgo en cámara*”.



Al ser consultada sobre la cantidad de trabajadores/as en el medio y cuántas son mujeres señaló: *“Quizás encontras mitad hombres y mitad mujeres, sobre todo porque en la administración hay muchas mujeres, vas a encontrar muchas productoras. Pero el problema es de roles, no de cantidad. En el Directorio son tres hombres, que yo ya le había pedido a Tamarit [Francisco] comencemos cambiando esto. Incorporación con visión de género, no estamos hablando de mujeres y hombres, de sexos femenino y masculino, estamos hablando de visión de género”*.

Esta declaración guarda profunda relación con los números manejados por Chaher (2007) vinculados a la cantidad de mujeres en cargos directivos: *“Las mujeres ocupan pocos lugares entre los accionistas de los medios de comunicación (15,4% señala Chaher en Argentina) y en los puestos directivos (21,4% de acuerdo con el Informe Global sobre la Situación de las Mujeres en los Medios de Comunicación)”* (Chaher; 2007: 6). Se puede ver así que las mujeres tienen pocas posibilidades de tomar decisiones sobre línea editorial. Así y todo, como señala Reviglio, no basta que sean mujeres sino que deben tener “visión de género”: *“Siempre es preferible tener en los puestos de decisión mujeres con visión de género, porque la visión de género transversaliza todo en cada una de las áreas.”*

De esta forma, y desde lo expuesto, resultó necesario hacer una evaluación de las mujeres que forman parte del equipo de “Mira Quién Habla”:

<b>Susana Curto</b>	Locutora
<b>Yanina Babiachuk</b>	Productora
<b>María Estela “Pate” Palero</b>	Columna de género
<b>Mariana Reznichenko</b>	Columna de salud
<b>Las “Pérez Correa”</b>	Columna de Humor
<b>Eugenia Almeida</b>	Columna de literatura

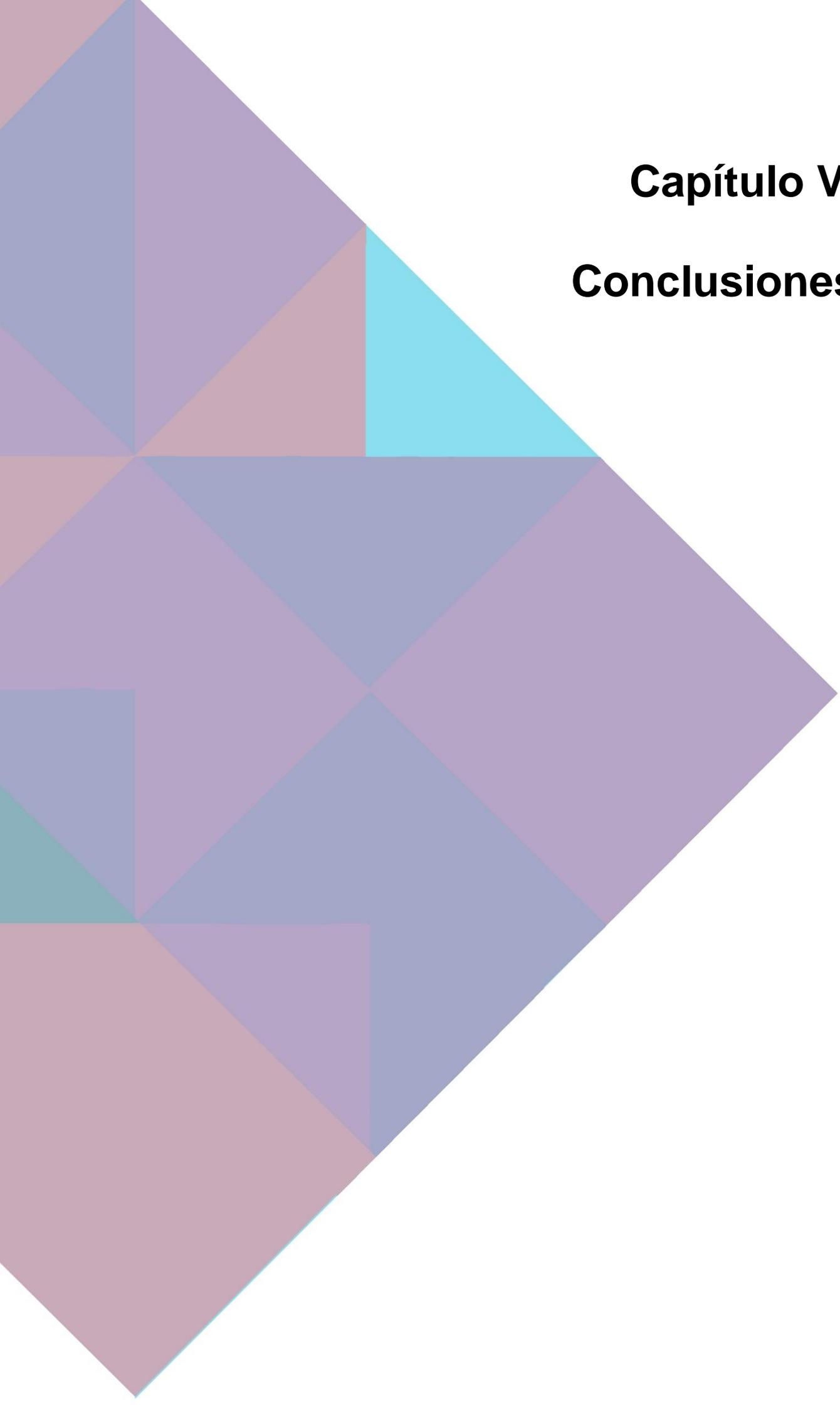


De esta forma, y como ya se ha aclarado en otra oportunidad, el equipo fijo de “Mira Quién Habla” cuenta con nueve personas, siete varones y dos mujeres. Si sumamos a los columnistas encontramos, un total de siete mujeres, y catorce varones, es decir el doble.

Entonces, a modo general, se ve de forma constante la tendencia a enmarcar a las mujeres en labores considerados del ámbito privado, y los varones en lo público.

Se pudo analizar, que la mayoría de las mujeres realizan trabajos identificados con “lo femenino”, es decir: salud y familia, venta publicitaria (lectura de mensajes), género y producción periodística, reforzando el ideal de que son espacios “exclusivos de mujeres”. Mientras que los hombres desarrollan tareas de toma de decisión- como es el caso del conductor-, política internacional, nacional, economías, investigaciones sobre salud, etc. Cabe aclarar, que dentro de la labor de producción, Babiachuck aclara que si bien lo hace ella, el conductor tiene la última decisión. Como así también, el de la locutora, resulta ser acotado a la lectura de boletines horarios, y algunas otras mínimas acotaciones.





# **Capítulo VI**

## **Conclusiones**

### 6. 1. Conclusiones

*“En la igualdad de oportunidades va a reinar la paz, la concordia entre hombres y mujeres, se va a dejar la violencia de lado”.*

*Mónica Del Carmen Reviglio.*

Desde lo abordado en la presente tesina sobre *“La construcción de la labor periodística de las mujeres en radio. Estudio de caso: Equipo de trabajo de “Mira Quién Habla” de Radio Universidad AM 580”*, se pueden desarrollar algunas conclusiones que se desprenden de distintos ejes, y a las cuales nos hemos aproximado y mencionado a lo largo del análisis aquí expuesto. Se entiende que resulta necesario la descripción del contexto socio-histórico actual en cuanto marco legal en materia de comunicación y género para comprender el escenario en el cual se desarrolló el estudio. Por otro lado, el análisis puntual de la línea editorial y proyecto institucional que presenta el programa analizado, que refiere a la labor periodística del equipo, y en este caso, de las mujeres en particular.

Se observó en cuanto al contexto actual, avances en materia de género dentro de los medios: La Ley SCA incorpora entre sus objetivos la no estereotipación y representación igualitaria de varones y mujeres; el “Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres”, redactado y trabajado por la RedPar hace más de diez años, que ha sido incorporado de a poco por los medios de comunicación, y la ley de Protección integral contra la violencia que, como explica la WACC (2010), amplía la tipología incorporando la violencia simbólica donde los medios de comunicación son centrales para evitar que se reproduzcan los estereotipos, aunque todavía quede un camino en su puesta en funcionamiento.

Enmarcado el estudio en este contexto, la construcción de labor periodística de las mujeres en “Mira Quién Habla”, se visibiliza desde una interacción con los/as protagonistas partiendo de las entrevistas realizadas. Si bien, en el estudio se desarrolló el concepto de labor periodística, fue cada uno/a quien se definió en el espacio laboral. A



partir de ello, y el análisis realizado, se puede dar cuenta de la división del trabajo en público/privado en función de las tareas asignadas, la diferencia en la distribución de roles y las temas que trata cada persona, el acceso a la toma de decisiones y la ausencia de una transversalidad de género. Todo ello sin dejar al margen los avances que los/as protagonistas han considerado.

La labor periodística de cada trabajador/a radial, está vinculada al espacio que puede tener al aire, a los temas que trata, a su preparación personal para elaborar y opinar sobre dichos temas, a la posibilidad de tomar decisiones dentro del programa, a la producción del material que se trata al aire y a su trayectoria como profesional de los medios.

En la recolección de información, se pudo observar que en el Multimedia en cuanto a cantidad de trabajadores de varones y mujeres está equiparada, lo que no asegura una igualdad de género. Lo que se analiza puntualmente es que los varones son quienes ocupan los lugares de toma de decisiones, mientras que las mujeres, en su mayoría, se ocupan de cuestiones administrativas o producción de contenido, aunque realizar estas tareas no significa tomar decisión en qué contenido desean trabajar, sino que está impuesto.

En “Mira Quién Habla”, trabajan siete mujeres,- entre el equipo fijo y las columnistas:- Yanina Babiachuk, Susana Curto, María Estela “Pate” Palero, Eugenia Almeida, Las Pérez Correa (Julieta Daga y Laura Ortiz) y Mariana Reznichenko. Lo que se pudo analizar aquí, es el rol que cada una ocupa y la función que poseen en el programa. De esta manera se detectó: trabajo de producción, locución comercial, columnas de género, salud, literatura y humor. Ninguna de estas siete mujeres se encuentra en un lugar referido a la toma de decisión. Si bien se detecta a Babiachuck en la producción, su labor está limitada a la disposición del editorialista. El caso de la locución a cargo de Susana Curto es el que más llama la atención. Se pudo observar y escuchar que su participación es muy acotada. Teniendo en cuenta que es la única mujer sentada en estudio diariamente, con un cargo administrativo en el medio (Jefatura de locución), se ve limitada su participación a presentar temas o leer el boletín horario ¿Es una justificación la diferencia



“generacional” para limitar dicha participación? ¿Por qué una locutora no podría “armar un personaje” en el programa y poder dar a conocer sus posturas al aire? Teniendo en cuenta la definición del ISER donde señala que un/a locutor/a esta capacitado para encabezar proyectos, ¿Qué cualidades debería cumplir entonces una locutora para poder tener mayor participación al aire y derecho de difundir su opinión en el programa?

A si mismo las columnistas están en su mayoría a cargo de temas vinculados a las “responsabilidades de las mujeres” entendidas tradicionalmente en la sociedad como en salud, educación o género. Son el dúo humorístico “Las Pérez Correa” las únicas que realizan una labor al aire, poco frecuente para las mujeres: el humor político.

María Estela “Pate” Palero reconoce que la columna de género puede verse como parte de un discurso políticamente correcto, pero también entiende que es un avance muy importante que un programa radial de AM pueda brindar semejante espacio a una temática tan sensible. Entendiendo que el género debe ser visto como un eje transversal en la programación radial, pero reconociendo el avance que implica mantener un espacio dentro de “Mira Quién Habla”. Sobre todo por las reacciones y posturas que se generó por las columnas y por la posibilidad de dar debate dentro del Multimedia.

En cuanto a los temas que trata cada trabajador/a en el programa, se pueden escuchar voces masculinas cuando se habla de política nacional, política internacional, economía, investigación científica, espectáculos y deportes. Es sumamente escasa la participación de voces femeninas en estas temáticas. El control del micrófono, como simbolismo del control de la palabra, y discurso público, está en su mayoría a cargo de varones. No sólo por ser Barraco el conductor y ser quien “distribuye” el reparto del micrófono en cuanto tiempo al aire, sino porque incluso cuando él se ausenta, la conducción queda a cargo de otro varón.

A la hora de analizar la participación al aire de las columnas, se reconoce la amplia diferencia de tiempo que tiene cada una dependiendo de la temática correspondiente. Dichos temas deben pensarse en relación a la agenda de los medios y en función a lo que la emisora considera “más importantes”. Mientras que la columna de género tiene una duración de diez minutos aproximadamente, columnas como la de política internacional



salen tres veces por semana y poseen un margen mayor de tiempo. La de Roger Koza se llevan adelante a lo largo del programa sin límite de tiempos y con la posibilidad de participar en diferentes conversaciones al aire.

Recuperando la noción de trabajo público/privado expuesta por Maffia (2007) vemos como el espacio público está a cargo de trabajadores varones y el desarrollo de la labor periodística de mujeres en este espacio es limitado. La producción periodística puede identificarse como espacio privado por su característica de tratarse de un trabajo no visible al público. En este espacio la construcción de la labor femenina es sumamente importante, ya que la productora del programa tiene una gran responsabilidad, aunque es consciente que la última palabra siempre la tiene el conductor del informativo. En palabras de Maffia (2007) solo a partir de realizar importantes cambios culturales se lograra producir condiciones que favorezcan la igualdad entre varones y mujeres. Cambios culturales que no van a ser posibles sin la participación clave de los medios de comunicación. En el mismo sentido se puede tomar lo trabajado por Broyelle (1977) cuando señala que la división del trabajo excluye a las mujeres de la producción social y las confina al trabajo doméstico (o labor privada en nuestro caso).

En este sentido, el periodismo con perspectiva de género no debe ser un tema exclusivo de una columna, sino que debe ser una perspectiva que atraviese toda la agenda informativa y todo el proceso de construcción de la noticia de los medios. Siendo ésta una responsabilidad no sólo de periodistas, sino que se necesita del esfuerzo de otros actores: medios de comunicación, organismos con responsabilidad de controlar los medios, el Estado, AFSCA, los observatorios de medios, de la gente que ve y elige los medios desde los cuales informarse o divertirse. En palabras de Maffia (2007), se requiere de un cambio cultural.

Se comprende, a partir de diversas declaraciones que hemos recolectado, que en el medio se vive un momento de debate respecto a temáticas vinculadas a la visión de género. Es un tema que está en agenda. Es por ello que las propias trabajadoras de los SRT reconocen ciertos avances al respecto, como así también son sumamente críticas en otras. Es justamente esta situación la que permitirá avanzar en mejorar la relación entre



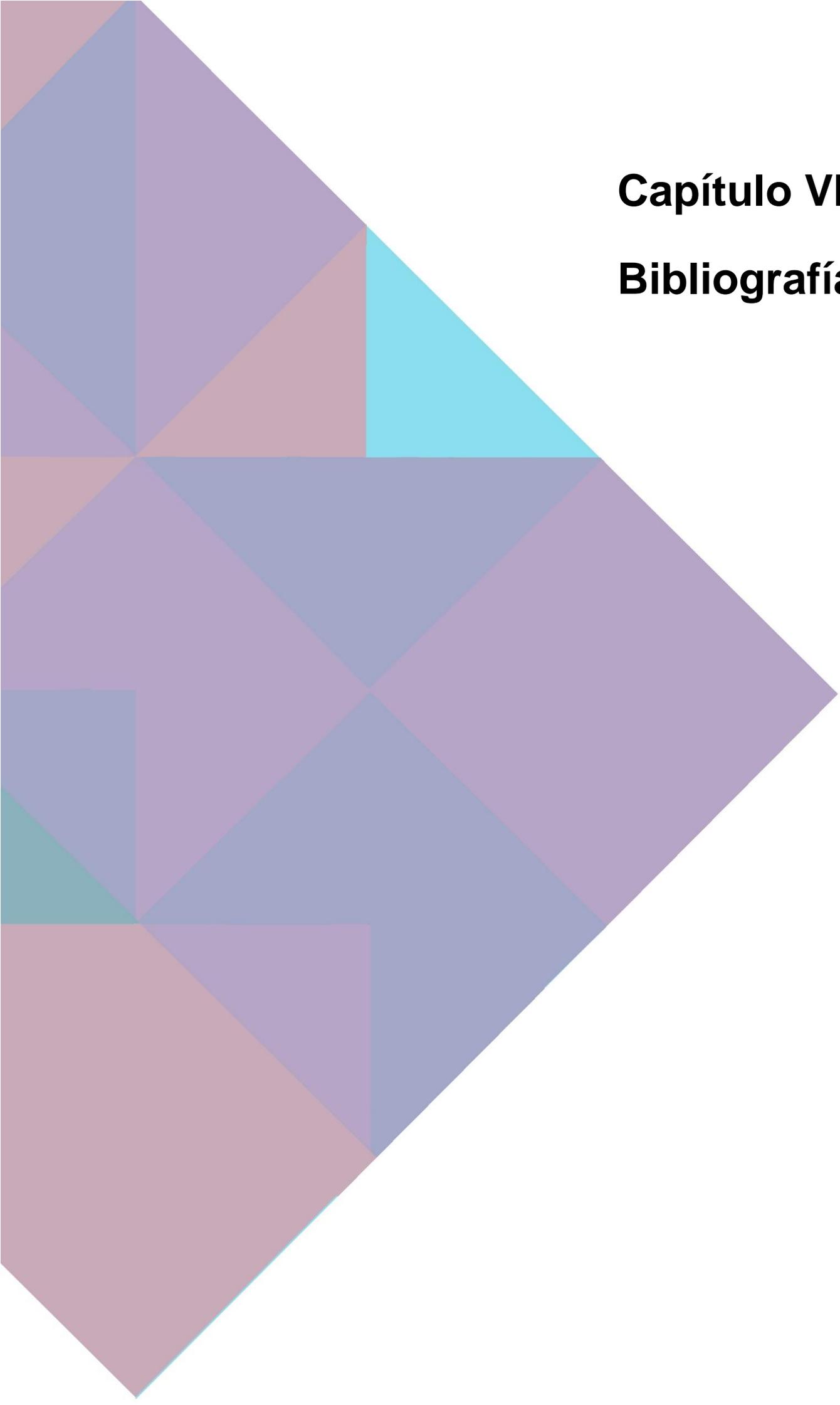
colegas. Sobre todo si se tiene en cuenta el postulado de Ramonet (1999), donde analiza desde una postura crítica a los medios, en tanto que no están solo para juzgar a los demás, sino que cuando se cometen errores es importante reconocerlos. Si bien el cambio es lento, esta noción deberá avanzar.

En este sentido, no se pretende con este desarrollo llegar a un estudio acabado, ni exhaustivo del tema. Sino, tomar sólo un caso de los tantos medios y programas radiales que encontramos en la ciudad, para aproximar la temática desde una postura crítica, y dejar abierta puertas para que otros colegas, y los mismos medios comiencen -o continúen- desarrollando investigaciones.

Lo que aquí se ha plasmado deberá ser tomado como una fotografía de un momento socio-histórico puntual que está en constante modificación. Solo profundizando estos estudios y dando lugar al debate, desde la pluralidad de voces, es que se logrará avanzar en la igualdad de oportunidades y responsabilidades tanto para varones como para mujeres en incorporar la perspectiva de género, no sólo a modo de estudio, sino como modo de vida y visión del mundo. No se pretende imponer a un género por sobre el otro, solamente comprender que como seres humanos somos iguales, merecemos igualdad de derechos y oportunidades tanto en el ámbito laboral como social.

A modo de cierre, queremos plantear que el estudio da cuenta de un intento por parte de los medios de comunicación, y de los SRT en particular, por incorporar la perspectiva de género en sus noticias. Han comenzado a incluir los protocolos para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres, y el género ya no es algo de los que “no se habla” o “se habla bajo estereotipos”. Las mujeres han logrado mayor participación y se han generado debates que seguramente irán enriqueciendo la labor diaria, tanto de mujeres como de varones. En este proceso se encuentra hoy el medio público universitario, siendo un panorama esperanzador para los medios de Córdoba.





# Capítulo VII

## Bibliografía

### 7. 1. Bibliografía

- Alfaro, Rosa María (1993) La comunicación como relación para el desarrollo. En “Una comunicación para otro desarrollo”. Ed. Calandria. Lima, Perú.
- Alfaro, Rosa María (1988) “¿Participación para qué? Un enfoque político de la participación en comunicación popular”. Diálogos de la comunicación. Edición 22. Desde: <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/22-revista-dialogos-participacion-en-comunicacion-popular.pdf>
- AMARC ALC, ALER y RITMO SUR (2008) Gritos en el coro de señoritas. La apropiación del rol político de las mujeres a través de los medios. Buenos Aires, Argentina.
- Ammann, A. B. y Da Porta, E. compiladoras (2008) Rutas alternativas de la Comunicación. Procesos de significación social, ideología y poder.
- Argentina.gob.ar, “Radio, historia y presente” Historia de la radio en la Argentina. Argentina (2006). Desde: <http://www.argentina.gob.ar/informacion/cultura/111-radio-historia-y-presente.php>
- Asociación de Radios Universitarias (ARUNA) “Estatuto” (1998). Extraído 10 de Febrero del 2016 desde <http://www.aruna.org.ar/default.asp?sec=6&suple=1>
- Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés) (2010) Argentina: Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP).
- Barbero Martín, Jesús (1988) "Las Facultades de Comunicación no pueden renunciar a un proyecto de país". Extraído de Revista Latina de Comunicación Social el 6 de mayo del 2015 desde: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/77b.Barbero.htm>
- Barbero Martín, Jesús (1989). De los intermediarios a los mediadores. Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona



- Berbél, Sara (2004) Sobre género, sexo y mujeres. Extraído de Web Mujeres en Red extraído el 7 de septiembre del 2015 desde <http://www.mujiresenred.net/spip.php?article33>
- Berger, P. L. y Luckman, T. (1968). La construcción social de la realidad. Amorrortu editores S.A. Buenos Aires, Argentina.
- Bonvillani, Andrea (2008) Subjetividad política juvenil. Estudio comparativo en jóvenes cordobeses de procedencias sociales contrastantes. Tesis doctoral. Doctorado de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional de Córdoba. Dirección: Alicia Gutiérrez. Fecha de la defensa: 3 de julio de 2009. Calificación: Sobresaliente, Con recomendación de publicación. (Inédita).
- Broyelle Claudie (1973) La mitad del cielo. Editorial Agora. 1er ed. (2010) Buenos Aires, Argentina
- Carbajal, Mariana (23 de Diciembre del 2012) Un acuerdo antisexista. Página /12. Recuperado de [www.pagina12.com.ar](http://www.pagina12.com.ar).
- Castagno N., Castro L., Lovato S.; (2009) Crónica de una Crónica. Material audiovisual de Tesis de grado en Licenciatura en Comunicación Social, extraído desde: <https://www.youtube.com/watch?v=k7UEhjWTSJA>. Córdoba, Argentina.
- Chaher S. y Santoro S. compiladoras. (2007). Las Palabras tienen sexo. Introducción a un periodismo con perspectiva de género. Artemisa Comunicación Ediciones. Buenos Aires, Argentina.
- Culasso M. C., Montali M. F. y Rey M. Beatriz. (2009) Mujeres participando: Ciudadanía comunicativa en Radio Sur. Tesis de grado de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social. Córdoba, Argentina.
- Defensoría del Público (2016) ¿En qué cambian la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual los decretos del Poder Ejecutivo Nacional? Extraído el 30 de Enero del 2016 desde:



<http://defensadelpublico.gob.ar/es/que-cambian-ley-servicios-comunicacion-audiovisual-decretos-del-poder-ejecutivo-nacional-0>

- Denzin, M. y Lincoln, Y, (1994). Handbook of qualitative research. Sage. Thousand Oaks.
- Duarte, Amelia (2014) “El periodismo de García Márquez, el mejor oficio del mundo” Desde: <http://www.granma.cu/cultura/2014-04-18/el-periodismo-de-garcia-marquez-el-mejor-oficio-del-mundo>.
- Emanuelli, P, Dionisio, E, Von Sprecher, R, Ortúzar, I, García Lucero, D, Dorado, C, Ulla, C. (2009). Herramientas de Metodología para investigar en comunicación Tomo I. Copy-Rapido. Córdoba, Argentina.
- Engels, Federic (1884). El origen de la familia, la propiedad privada y el Estado. Suplemento del semanario Hoy, número 12 (1995). Buenos Aires
- Entel, Alicia (2006). Historia de la comunicación: Afinidades sustantivas entre comunicación y utopía.
- Escuela de Ciencias de la Información, Área de comunicación institucional. Reglamento para la elaboración de trabajo final desde: <http://www.eci.unc.edu.ar/sites/default/files/archivos/nuevoreglamentotrabajofinal.pdf>
- Ferrer, Julio (2010). El oficio del periodista. Buenos Aires: Cooperativa Puntos de Encuentro.
- Ferrer, Julio (2010). El oficio del periodista. Buenos Aires: Cooperativa Puntos de Encuentro.
- Gamba, Susana (2008). ¿Qué es la perspectiva de género y los estudios de género? Extraído de Web Mujeres en Red el 6 de mayo del 2015 desde <http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1395>



- Gerbaldo, Judith. (2008) “Hacia una cartografía de las radios comunitarias argentinas”. Ponencia en 10º Congreso REDCOM. Salta. Desde: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/82/82-revista-dialogos-cartografia-de-las-radios-comunitarias.pdf>
- Guber, Rosana. (2004) *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós.
- Igarza, Roberto (2008). *Nuevos Medios. Estrategias de Convergencia*. Editorial, La Crujía. Buenos Aires, Argentina
- Irigaray, Fernando (2004) *Red Iberoamericana de Comunicación Digital*. Rosario, Argentina. Extraído de <http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/nuevos-alfabetismos/la-educacion-tiene-que-ser-reinventada-jesus-martin-barbero.php>
- Irigaray, Fernando (2011) *El periodista hoy debe pensar en múltiples pantallas y dispositivos*. Extraído el 7 de septiembre 2015 desde <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/13/el-periodista-hoy-debe-pensar-en-multiples-pantallas-soportes-y-dispositivos/>
- Isella, Juan (2005). *El género: una categoría útil para el análisis comunicativo en las organizaciones de sociedad civil*. La Plata, Argentina. Extraído el 7 de septiembre del 2015 desde <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/viewFile/932/832>
- ISER. (2016). *Locutor Integral, Perfil*. Extraído el 10 de Febrero desde: <http://www.iser.gob.ar/locucion/>
- Lamas, Marta (1995). *La perspectiva de género*. Guadalajara, México.
- Lamas, Marta (2007). *El género es cultura*. Extraído el 7 de septiembre del 2015 desde [http://www.oei.es/euroamericano/ponencias\\_derechos\\_genero.php](http://www.oei.es/euroamericano/ponencias_derechos_genero.php)
- Ley 26.522, *Servicios de Comunicación Audiovisual y reglamentación* (2009) Buenos Aires, Argentina.



- López Vigil Juan Ignacio (2005). Manual Urgente para Radialistas Apasionadxs. Quito, Ecuador.
- Mata, María Cristina (1993). La Radio: Una Relación Comunicativa. Extraído el 9 de diciembre del 2014 de Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. Desde: [http://palabraradio.org/media/uploads/documents/la\\_radio\\_una\\_relacion\\_comunicativa.pdf](http://palabraradio.org/media/uploads/documents/la_radio_una_relacion_comunicativa.pdf)
- Mata, María Cristina (2012). La radio: una relación comunicativa. Extraído el 15 de junio del 2015 desde: [http://palabraradio.org/media/uploads/documents/la\\_radio\\_una\\_relacion\\_comunicativa.pdf](http://palabraradio.org/media/uploads/documents/la_radio_una_relacion_comunicativa.pdf)
- Mata, María Cristina (2006) “Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación”. Revista Fronteiras – Estudos Mediáticos. N° VIII. Extraído el 24 de Septiembre del 2015 desde: <http://seminariodemocratizar.eci.unc.edu.ar/files/6113-18691-1-SM-1.pdf>
- Mata, María Cristina (1985) Módulo 2, Curso de Especialización Educación para la comunicación-La Crujía, Bs. As. Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva. Extraído el 10 de Octubre de 2015 desde: <http://www.cent40.edu.ar/wordpress/wp-content/uploads/2014/04/NocionesparapensarMMata.-U-I.pdf>
- Mattelart, Armand (1996). La comunicación-mundo: historia de las ideas y de las estrategias.
- Milito, C. y Casajús, L. (2011) “Las radios universitarias argentinas en internet: relevamiento, desarrollos, modelos y enfoques”. Question, revista especializada de periodismo y comunicación. Volumen 1, Número 30. La Plata, Argentina. Extraído el 10 de febrero del 2016 desde: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1150>



- Morales, Monguillot Paula. (2013) Preocupaciones retóricas y políticas. Un abordaje sobre la categoría Violencia Mediática de Género desde dos legislaciones vigentes. AVATARES de la comunicación y la cultura, N° 5. ISSN 1853-5925. Desde:  
<http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/avatares/article/view/3019>
- Ortúzar, I. Emanuelli, P. Dionisio, E. García Lucero, D. Dorado, C. Ulla, C. (2010). Herramientas de Metodología para la investigación en comunicación TOMO II. Córdoba, Argentina.
- Portugal M. y Yudchak H.; (2008). Hacer radio. Guía Integral. Editorial Galerna. Buenos Aires, Argentina.
- Prats, Joaquim (2005). Estudio de caso único como método para el aprendizaje de los conceptos históricos y sociales. Universidad de Barcelona. Desde:  
[http://www.quadernsdigitals.net/datos\\_web/hemeroteca/r\\_1/nr\\_609/a\\_8304/8304.html](http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_609/a_8304/8304.html)
- Radios Libres, “Capítulo 6: Lenguaje Inclusivo”. (2014):  
Desde: <http://radioslibres.net/article/capitulo-6-lenguaje-inclusivo>
- Radios Libres, 2014. Extraído de <http://radioslibres.net/article/capitulo-6-lenguaje-inclusivo>
- Ramonet, Ignacio. (1999) El periodismo del nuevo siglo. Extraído en Febrero del 2016 desde  
[http://www.cabuenes.org/03/documentos/cursos/globalizacion/bloque2/glob\\_bloque2\\_04.pdf](http://www.cabuenes.org/03/documentos/cursos/globalizacion/bloque2/glob_bloque2_04.pdf)
- Ramos, Pablo (2012) Políticas de programación radiofónica. Escuela de Ciencias de la información, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina.
- RedPar (Periodistas de Argentinas en Red por una Comunicación no sexista). (2010). Decálogo para el tratamiento periodístico de la violencia contra las mujeres. Buenos Aires, Argentina.



- Sandoval Casilimas, Carlos (1996) Investigación Cualitativa. *Material del Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social*. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. Colombia.
- Sanguinetti, Susana compiladora (2006) *Vocación de Radio: Antes de salir al aire*. Córdoba, Argentina.
- Sapag M. F. y Zanotti A. (2007). *Procesos de socialización, situación laboral y perspectiva de género de mujeres de Radio Universidad AM 580: Un abordaje*. Tesis de grado de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social N° 964. Córdoba, Argentina.
- Schmucler, Héctor (1982). *La investigación: un proyecto comunicación/cultura*.
- Scott, Joan (1986). *El género: una categoría útil para el análisis histórico*.
- Servicios de Radio y Televisión (2015). *Reglas de estilo para trabajar en el informativo de Canal 10, radio universidad y FM Power*.
- Télam. (2016) *Dos fallos frenan la aplicación de los DNU que derogan la ley de medios y disuelven el Afsca. Desde:*  
<http://www.telam.com.ar/notas/201601/133915-dos-fallos-frenan-aplicacion-de-los-dnu-que-derogan-la-ley-de-medios-y-disuelven-el-afsc.html>
- Tomayo y Tomayo, Mario (1997). *El Proceso de la Investigación científica*. Editorial Limusa S.A. México.
- Valles, Miguel (2003) *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis.
- Vargas, Esther (2014) *Clases de Periodismo*. Rosario, Argentina. Extraído de <http://www.clasesdeperiodismo.com/2011/12/13/el-periodista-hoy-debe-pensar-en-multiples-pantallas-soportes-y-dispositivos/>



- Verón, Eliseo (1980). Discurso, poder, poder del discurso. Extraído el 7 de junio del 2015 desde: <http://eliseoveron.com/wp-content/uploads/2013/08/Discurso-poder-poder-del-discurso.pdf>
- Verón, Eliseo (1982). El espacio de la sospecha. En E. Verón (Ed.), Fragmentos de un discurso. Editorial Gedisa. Barcelona 2004.
- Verón, Eliseo (2004). Fragmentos de un tejido. Editorial Gedisa. Barcelona, España
- Wolf, Mauro (1987) La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas. Paidós.

