

**La transversalización de la perspectiva de género y sexualidades en radio.**

**El escenario profesional de les jóvenes en las radios del multimedia SRT UNC**

**Paula Morales**  
moralesmpaula@gmail.com

Doctora en Estudios de Género, Diplomada en Medios de Comunicación, Violencia Intrafamiliar y Equidad de Género, y en Desarrollo Humano con Perspectiva de Género y Derechos Humanos. Es profesora de Radio en la UNC e investigadora sobre la Transversalización de la Perspectiva de género en Radio.

## Resumen

Este artículo presenta algunos resultados de la investigación postdoctoral “Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización” (CONICET 2017-2019) mediante la cual nos propusimos investigar la transversalización de la perspectiva de género y sexualidades (TPGS) en el campo radiofónico, desde el marco de los estudios en comunicación y género, con un enfoque sociodiscursivo.

Para pensar la relación entre la condición juvenil de les profesionales que participan de las radios de nuestra muestra (AM 580 y FM 102.3 de los Servicios de Radio y Televisión de la UNC) y la manera en que la categoría analítica “género” opera en los sentidos asociados por les jóvenes a Género y Sexualidades en el campo profesional, prestamos especial atención al contexto enunciativo e institucional de las emisoras. En este artículo compartimos entonces cuál fue nuestro abordaje metodológico para el análisis sociodiscursivo de las entrevistas a profesionales del medio y el registro de la programación, así como también el Sistema de Indicadores para trabajar la TPGS en radio que diseñamos para el estudio.

**Palabras clave:** juventudes - discurso - radiofonía - género - socio semiótica

## Abstract

This article presents some results of the postdoctoral research “Inquiries about the gender perspective on radio. A semiotic socio approach from the mainstreaming approach” (CONICET 2017-2019) through which we set out to investigate the mainstreaming of the gender and sexuality perspective (TPGS) in the radio field, from the framework of communication and gender studies, with a socio-discursive approach.

To think about the relationship between the youthful condition of the professionals who participate in the radios of the radios of our sample (AM 580 and FM 102.3 of the Radio and Television Services of the UNC) and the way in which the analytical category “gender” operates in the senses associated by young people to Gender and Sexualities in the professional field, we pay special attention to the enunciative and institutional context of the stations. In this article we then share what our methodological approach was for the socio-discursive analysis of interviews with media professionals and the recording of programming, as well as the System of Indicators for working the TPGS in radio that we designed for the study.

**Keywords:** youths - speech - radio - gender - socio-semiotic.

## Introducción

En el marco de la investigación postdoctoral “Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización” (CONICET 2017-2019), este trabajo intenta compartir resultados de investigación y líneas de reflexión para el debate teórico sobre la formación profesional y escenarios laborales (en las dos emisoras de los Servicios de Radio y Televisión -SRT- de la UNC, AM 580 y FM 102.3 y durante el período 2017-2019).

En dicha investigación nos propusimos desarrollar una línea de investigación que abordase el problema de la transversalización de la perspectiva de género y sexualidades (TPGS) en el campo radiofónico, desde el marco de los estudios en comunicación y género, con un enfoque sociodiscursivo.

Para ello trabajamos la idea de “Transversalizar la perspectiva de género” y comprendimos que es un proceso estratégico de índole sociocultural y político que surge como objetivo de los organismos internacionales (Beijing, 1995) frente a las demandas del movimiento de mujeres global y pretende dar respuesta a las inequidades de género. La TPGS implica acciones en el orden de legislación, políticas y/o programas -en todos los ámbitos y niveles-, en pos de crear capacidades institucionales para la implementación de acciones positivas y el empoderamiento de la ciudadanía<sup>1</sup>.

El problema teórico de la TPGS se inscribe en un contexto paradójico: la necesidad de innovar en enfoques tecnológico-productivos que atiendan a la diversidad y la inclusión, desde un sistema de convergencia mediática ya

---

<sup>1</sup> A nivel iberoamericano el antecedente de referencia son las investigaciones de López Díez (1996) sobre magazines radiofónicos desde la perspectiva de género, y el diseño e implementación de la TPG en los servicios de Radio y Televisión Española (2001; 2005); y el Informe andaluz sobre la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas, editado en 2010 por el Área de contenidos del Consejo Audiovisual de Andalucía.

imbricado en un contexto mundial de profundas y persistentes desigualdades sociales y de predominio de un mercado capitalista.

Según el Índice de Desarrollo Humano (IDH) incluido en el Informe sobre Desarrollo Humano (2014), los niveles de desigualdad en ingresos siguen aumentando, y la inequidad en educación, continúa siendo la más alta. La región de ALC (América Latina y Caribe) mantiene la cota más elevada del mundo en cuanto a desigualdad de los ingresos. El nuevo Índice de Desarrollo de Género (IDG), que por primera vez calcula el nivel de desarrollo humano distinguiendo entre hombres y mujeres en 148 países, revela que globalmente el IDG para las mujeres es un 8 por ciento más bajo que el de los hombres y muestra que la disparidad del ingreso nacional bruto per cápita es muy elevada: a nivel global, el de los hombres es más del doble que el de las mujeres.

Estos datos se complementan con los arrojados por el último Monitoreo Mundial Global de Medios (GMMP, 2010-2015). El estudio comparativo de alcance global realizado en 114 países desde 1995, reveló en 2015 que sigue existiendo una enorme disparidad entre la representación de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación y que si bien en todo el mundo las mujeres constituyen aproximadamente el 50 por ciento de la población general, sólo el 24% de las personas que se ven en las noticias, sobre las que se lee en los periódicos, o se escucha en la radio y la televisión son mujeres. Estamos hablando de uno de los aspectos más significativos para el enfoque de la TPGS: el de la sobre e infra representación. Aún persiste la invisibilidad LGBTIQ en este tipo de estudios.

En vinculación con los trabajos que venimos desarrollando en el marco del proyecto de investigación “Interfaces de la cultura contemporánea: Jóvenes, medios y cuerpos en tensión” (SECYT UNC) quisimos profundizar este paradójico contexto laboral reflexionando específicamente sobre la relación entre la condición juvenil de los profesionales que participan de las radios de los SRT y la manera en que la categoría analítica “género” les ubica en el campo profesional.

## Miradas teóricas

La perspectiva de género desde la cual partimos se sustenta en la teoría feminista y dialoga con las perspectivas posestructuralistas de los estudios en sexualidades (Alcoff L., Braidotti R., Butler J., Haraway D., De Lauretis T., Preciado B.). Esta perspectiva y en articulación con la sociosemiótica, habilita una mirada productiva sobre el campo de estudios en medios (particularmente en radio) vinculándolo con otros campos constitutivos de lo social, es decir, con sus condiciones de producción y reconocimiento (Angenot M., Bajtín M., Verón E.).

El problema de la transversalización de la dimensión sexo-genérica situada en el análisis de lo radiofónico (en tanto lenguaje que pone en juego dimensiones referenciales, enunciativas e institucionales) nos ubica en la centralidad de debates políticos respecto de los límites y el alcance por la disputa del sentido socialmente construido.

El fenómeno de la disputa por el sentido socialmente reconocido y aprehendido se configura en la tensión entre dos polos de producción discursiva. Por un lado, la producción hegemonizada por los centros de poder (que elaboran y circulan discursos y gozan de credibilidad asociada a su trayectoria y convencionalidad) y por el otro la recepción que está caracterizada por sujetos prosumidores que intervienen en la misma dinámica de la mediatización.

Asumimos un criterio sociológico para la caracterización de los medios de comunicación (Verón, 1997:13) y entendemos la producción mediática en un mercado de bienes culturales donde el medio -si bien es un dispositivo tecnológico de producción-reproducción de mensajes-, siempre está asociado a determinadas condiciones de producción y modalidades (o prácticas) de recepción en el contexto de los usos sociales (1997:13).

Desde nuestra perspectiva de trabajo el contenido mediático es pertinente para el análisis porque se asocia a una estrategia enunciativa y es evidente que no hay producción de sentido sin inversión en una materialidad. El decir es siempre una puesta en escena, una puesta en sentido de los

registros significantes (imagen, voz, cuerpo) (2001:77) que construyen lo real social.

Sin embargo, en la red de discursos de un momento determinado podemos notar cómo lo real es siempre fragmentado y se convierte en lugar de producción de diferencias. Este mecanismo de construcción de lo real es lo que marca agenda, sedimenta estereotipos, y naturaliza la jerarquía en función de los sexos. Los medios de comunicación operan –en este contexto de construcción diferencial- como mediadores obligados de la gestión política de las representaciones sociales (Verón: 2004).

La mirada sociodiscursiva y sociocultural sobre las prácticas juveniles nos permite situar su valor social y experiencial en la cultura, entendida como el “conjunto de los intercambios de signos y de valores mediante los cuales los grupos sociales se representan a sí mismos y para otros, comunicando así sus particulares modos de identidad y de diferencia” (Richard, 2005 p. 445).). Así, para nosotres, algunas prácticas discursivas juveniles proponen otras sensibilidades estético-políticas y producen resemantizaciones sobre lo que se entiende que es y que debería ser una TPGS, tensionando visiones adultocéntricas y punitivistas sobre el género y las sexualidades.

254

## **Principales enfoques metodológicos**

En este apartado nos interesa rescatar aquellas decisiones del proceso de investigación que fueron configurando la trama de lo posible a la hora de investigar el fenómeno de la TPGS en radio.

Para pensar la relación entre la condición juvenil de les profesionales que participan de las radios de los SRT y la manera en que la categoría analítica “género” nutre sus miradas sobre el campo profesional y les posiciona allí, prestamos especial atención a los sentidos atribuidos a la Perspectiva de Género y Sexualidades en el contexto enunciativo e institucional de las emisoras. Lo hicimos mediante un abordaje metodológico consistente en el análisis sociodiscursivo de dos materialidades: entrevistas a profesionales del medio y registro de una muestra de la programación en emisiones al aire.

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

## **La dimensión enunciativa**

Por Contexto Enunciativo entendemos todas aquellas condiciones de producción que intervienen en el dispositivo enunciativo radiofónico (Verón; Fernández) y propician la producción de sentido social del lenguaje radiofónico. La combinatoria de los elementos propios de este lenguaje y la intertextualidad discursiva (verbal y no verbal) configuran un espacio característico –dinámico y contingente– en el cual el dispositivo de enunciación opera.

Abordamos esta dimensión con una muestra de emisiones al aire registradas, constituida por 6.750 minutos, correspondiente a 8 programas (4 am y 4 fm)<sup>2</sup>, de cuatro turnos (primera mañana, segunda mañana, siesta y vespertinos). Los períodos registrados fueron del 31/7/2017 al 4/8/2017 de agosto de 2017, y del 4/9/2017 al 8/9/2017.

Las unidades de análisis tomadas fueron 1) Apertura y cierre de programas, 2) Columnas de opinión y Mesas de Café o Tertulias, 3) Diálogo radiofónico, comentarios y opiniones 4) Entrevistas, 5) Crónicas y/o móviles, 6)

---

<sup>2</sup> Programas analizados: Cara y Cruz, Entre Nosotros Rebeca, Qué pretende ud de mi?, Otra vuelta de turca (AM 580), y Ciudad Despierta, Mirá quien habla, Subversiones y Nada del otro mundo (FM 102.3).

Publicidad y 7) Música. No se consideraron a nivel analítico las artísticas, los segmentos informativos, ni llamados de oyentes.

## **La dimensión institucional (Las entrevistas)**

Cuando hablamos de Contexto Institucional como categoría de análisis nos situamos en lo que Vallequia (UNAM) y Matta y Scaraffa (1993) definen como las condiciones institucionales de la enunciación radiofónica, es decir, aquellas que entran en juego y hacen posible la producción de sentido en radio: histórico-jurídica, técnica, laboral y productiva, política y simbólico económica de los proyectos radiofónicos.

Nuestra investigación realizó 38 entrevistas, con un promedio de 40 preguntas, cubriendo los roles de: conductorxs, co-conductorxs, locutorxs, columnistas, movilerxs, productorxs, redactorxs, operadorxs, musicalizadorxs<sup>3</sup> (33 entrevistas), y cargos administrativos, directivos y gerenciales (5 entrevistas). Las mismas tuvieron lugar en las instalaciones de los SRT (Sala zoom) y se realizaron entre agosto y octubre de 2017 y se fueron protagonizadas por 19 mujeres, 18 hombres y 1 trans.

256

El análisis agrupó las 33 entrevistas a profesionales no gerenciales en 1) Conductorxs, co-conductorxs, y locutorxs (8 masculinos y 8 femeninas); 2) Columnistas (2 masculinos, 2 femeninas, 1 transexual); 3) Movilerxs (1 masculino y 1 femenina); 4) Productorxs y Redactorxs (5 femeninas y 1 masculino); 5) Operadorxs y Musicalizadorxs (3 masculinos). Esta segmentación permitió recuperar sentidos asociados a los roles de ejercicio en la institución y su incorporación nos ayudó a tener un pantallazo amplio

---

<sup>3</sup> Les entrevistades no se corresponden necesariamente con les integrantes de los programas capturados en la muestra. Si bien esta correspondencia es el criterio madre, el SI debe tener la flexibilidad para adaptarse a las lógicas institucionales de acceso a les profesionales, y las condiciones de viabilidad en tiempo y disposición de les entrevistades para participar de la muestra de entrevistades. Por ello, el criterio garantizó un número significativo de entrevistas, cuyo corte se realizó por saturación de categorías.

y comparativo por segmentos de rutinas y dinámicas profesionales. Les profesionales que se encuentran agremiados lo están a SAL, ATRAC (técnicos y operadores), SATSAID (prod. tv) o CISPREN.

La entrevista, más allá de simple herramienta o método cualitativo de investigación es un dispositivo de enunciación. Con ello queremos señalar que la entrevista no condensa representaciones tipológicas del sentido ni devela opacidades del lenguaje (la entrevista no es un múltiple choice encubierto ni un polígrafo o detector de mentiras), sino que construye –a sabiendas de hacerse discurso público–, actualizaciones, reafirmaciones, desplazamientos, concesiones de sentido sobre lo que en ese diálogo se configura, en nuestro caso, como el campo de los sentidos sobre la PGS.

Arfuch señala que:

“los relatos vivenciales de los sujetos involucrados (...) no son tomados como simples casos, por arquetípicos que puedan resultar, o como informantes, sino como interlocutores cuya narrativa puede aportar, en un universo de voces confrontadas, a la inteligibilidad de lo social; personas cuya historia, experiencia y memoria interesan por alguna circunstancia, en el marco de un corpus o terreno, superando un simple subjetivismo psicologista” (Arfuch, 2002, p. 201).

Desde esta perspectiva recurrimos a un enfoque biográfico porque entendemos que es compatible con la perspectiva de las narrativas, y es una aproximación adecuada para el estudio social (en nuestro caso socio discursivo). En ese sentido estos testimonios no son resultados objetivos, como puede ser la medición cuantitativa del registro que arroja una captura sonora, sino percepciones e identificaciones con imaginarios que operan como tramas de significación y producción de sentido en toda la cultura mediática de los SRT. Los relatos entonces aparecerán intercalados con los datos producidos en base a la dimensión enunciativa, a modo de profundización sobre estas dimensiones, y como variantes a considerar al momento de pensar los datos arrojados por la dimensión cuantitativa.

En síntesis, para esta investigación la herramienta “entrevista” no vino a

participar en un momento puntual de la investigación (y para dar cuenta de una de las dos dimensiones), sino que se elaboró justamente como el dispositivo para reingresar en ambas (institucional y enunciativa) ya que conjuntamente configuran la trama de esa producción de sentidos atribuidos a la PGS, producida desde el campo mediático y vinculada no solo a la cultura periodística y mediática, sino también –en estrecha intertextualidad– a otros ámbitos sociales y campos de producción del sentido (en términos de Bourdieu) como lo son el político, el educativo, el religioso, el económico, etc.

## Un Sistema de indicadores para trabajar la TPGS en radio

En el marco del desarrollo local para la innovación inclusiva, diseñamos y aplicamos un sistema de indicadores cuanti-cualitativos, que permitieron y permiten el estudio de la TPGS en proyectos radiofónicos de impacto en la comunidad universitaria y la ciudadanía en general.

Un indicador es un dato o conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad<sup>4</sup>. Los indicadores permiten un abordaje y seguimiento de las diferentes

---

<sup>4</sup> Como lo describe la Guía para la definición e implementación de un sistema de indicadores de la UGR (2007), Generalmente se clasifican en Indicadores de cumplimiento (relacionados con los ratios que nos indican el grado de consecución de tareas y/o trabajos), Indicadores de evaluación (vinculados al rendimiento que obtenemos de una tarea, trabajo o proceso para demostrar los ratios y/o los métodos que nos ayudan a identificar fortalezas, debilidades y oportunidades), Indicadores de eficiencia (partiendo de la actitud y la capacidad para llevar a cabo un trabajo o una tarea con el mínimo gasto de tiempo, están relacionados con los ratios que nos indican el tiempo invertido en la consecución de tareas y/o trabajos), Indicadores de eficacia (hablan del hacer efectivo un intento o propósito e indican –en el ratio correspondiente– capacidad o acierto en la consecución de tareas y/o trabajos), e Indicadores de gestión (vinculado al administrar y/o establecer acciones concretas para hacer realidad las tareas y/o trabajos programados y planificados. Ejemplo: administración y/o gestión de las reservas en las residencias universitarias).

intensidades que asumen los procesos que estamos estudiando. Al mostrarnos ciertos puntos problemáticos que emergen de la combinación de datos que conjugan, nos ayudan también a distinguir etapas y/o dimensiones críticas para cada emisora, pudiendo ofrecer una caracterización y comprensión de los fenómenos en los cuales las radios están inmersas, más allá de las situaciones coyunturales o contextuales que atraviesen.

En los estudios en comunicación hay una larga tradición en “monitoreo de medios” u “observatorio de medios”, tendencia surgida en los años ‘80 del siglo pasado vinculada al derecho a la comunicación. Diagnosticada la desigualdad en el flujo de la información luego del Informe MacBride (MacBride, 1980), y la concentración en la propiedad de los medios, surgió la necesidad de generar una observación sobre los mismos.

“Los observatorios de medios son organismos que aportan una mirada crítica del sistema global de medios de comunicación y que tienen como objetivo común la búsqueda de su democratización. Su trabajo consiste en revisar de forma sistemática y continuada el trabajo realizado por los medios de comunicación, así como en informar a la sociedad y a los propios medios de sus buenas y malas prácticas y en educar a la población en el consumo crítico de los medios” (Rossell y Correyero Ruiz, 2008:23 en Chaer y Pedraza, 2018).

Los indicadores que elaboramos pretenden aportar a estos modos de observar los fenómenos mediatizados, es decir, a la construcción de una mirada que permita capturar un momento, y luego hacer memoria y sacar conclusiones del fenómeno hacia la producción de un conocimiento situado para el diseño de políticas en el sistema de medios, y la incidencia.

Partimos de un punto de vista compartido con colegas, que puede resumirse en la premisa de Carlos Scolari cuando alude al objetivo de su último libro “Las leyes de la interfaz” (2018). Scolari aclara que el lector no encontrará en su libro un conjunto de recomendaciones para diseñar interfaces intuitivas ni una lista heurística de principios de usabilidad, sino

que será espectador de la emergencia, vinculación y evolución de su objeto de estudio, las interfaces. Del mismo modo nuestro Sistema de Indicadores es un lenguaje, más que una herramienta. Si bien la materia de su constitución limita el alcance –ya que estamos trabajando con datos cuantitativos y cualitativos–, es el diseño de su arquitectura lo que nos permite mirarlo como un lenguaje de interpretación sobre los fenómenos que los proyectos comunicacionales expresan en su condición sexo-genérica.

El sistema de indicadores que hemos diseñado es un aporte para la medición cuanti-cualitativa, ya que mide procesos claves y contiene porcentajes que ayudan a poder determinar la gradualidad de los mismos. Los indicadores parciales se entrelazan y sus diferentes combinatorias ofrecen diversos grados de ubicación para los procesos que estamos estudiando. Esa interacción es inaprehensible, aunque sus derivas pueden hablar mucho de los momentos y/o espacios donde la gestión de una emisora puede incidir para transformar su cultura y sus prácticas.

Un indicador siempre está unido a la definición de objetivos por alcanzar. Es su comparación con este objetivo lo que nos dirá cómo estamos actuando frente a dicho parámetro deseable. Nuestra investigación no pretende definir estándares ideales que impliquen la optimización de rendimientos (su efectividad y eficiencia) respecto de cómo sería prescriptivamente una emisora con adecuados parámetros de G y S., sino apuntalar aquellas radios que se ven contenidas en el modelo de gestión de procesos y no en el modelo de gestión de resultados. En este sentido cada indicador presenta relaciones directas (en el sentido de derivadas) con algunos procesos más que con otros.

Como los indicadores se fijan acordes al objetivo que se pretenda alcanzar, de acuerdo a cada emisora, el desarrollo de esos procesos variará, como también la definición sobre a qué nos referimos con valores deseables, óptimos, para los mismos. Lo que sí podemos plantear es un criterio de base, fundamentado en las recomendaciones de G y S para el ámbito educativo y para los medios de comunicación, ya considerado en diversos

tratados internacionales y documentos nacionales. Cada emisora universitaria manejará códigos internos y pautas de funcionamiento, pero la labor profesional de quienes son protagonistas de la comunicación pública en contexto universitario debe al menos atenerse a mínimos estándares reconocidos en las definiciones mismas de medios universitarios y medios públicos. Estos mínimos estándares son los valores máximos expresados en nuestro Sistema de Indicadores, y por valores mínimos recuperamos los propios estándares que cada emisora presente al momento del diagnóstico inicial que es, en nuestro caso, el trabajo sobre el sub corpus 1 y 2.

La elaboración de nuestro Sistema de Indicadores es un aporte para las emisoras universitarias, productivo a los fines de documentar procesos claves en la consecución de sus objetivos institucionales (de gestión) y realizar el seguimiento de los mismos, con los correspondientes indicadores de cumplimiento y/o satisfacción, de acuerdo a un enfoque de género y sexualidades.

En este sistema de indicadores que creamos, los contextos institucional y enunciativo tuvieron un interesante peso en la configuración de un universo juvenil de sentidos sobre Géneros y Sexualidades (GyS). Tras haber mencionado el carácter transversal e interdependiente de ambos contextos en la producción de sentido mediatizada, podemos adentrarnos entonces en los modos en que operaron (en las emisoras analizadas), y compartir los resultados a los que arribamos. Si destacamos la distribución de voces por UA podemos ver que:

- 1) Del total de 640 minutos en aperturas y cierres de la am y de la FM, la aparición de voces se presentó distribuida en: 23 masculinas y 5 femeninas (16 masculinas y 3 femeninas en am y 7 masculinas y 2 femeninas en FM). Esto representa un 82% de voces masculinas (28 voces en total) en las aperturas y cierres de programa y una subrepresentación femenina que no alcanza el 28%.
- 2) La UA Columnas asume un total de 340 minutos en una muestra

de 6750 minutos totales, es decir, que representa el 5% de la programación escuchada. Esta distribución se da en un 73% en 3 programas conducidos por varones y en un 27% restante. Es llamativa la ausencia de columnas en el 43 % de la programación conducida por mujeres ya que si nos guiamos por el criterio de presencia/ausencia de columnas en programas magazines, podemos ver que cuando son conducidos por varones (9 hs semanales), en el 100% de los mismos hay columnas, y de hecho las columnas que se presentan a lo largo de la semana de programación, se distribuyen en un 59% en estos tres programas magazine.

- 3) La UA Comentarios y opiniones en diálogo radiofónico constituye el 46% del contenido emitido ya que asume un total de 3.122 minutos en una muestra de 6.750 minutos. Las voces que participan en esta UA son 32. De ellas el 75% son masculinas (24) y 25% femeninas (8). Se registra ausencia de voces trans en la muestra seleccionada. Los roles desde los cuales asumen la enunciación representan una conducción 71%masculina-29%femenina; una co-conducción 85% masculina-15%femenina; una locución de turno con presencia en la muestra de 55%masculina-45%femenina, y una voz de personificación humorística masculina.
- 4) El total de minutos registrados en la UA Entrevistas es de 1.142, es decir, un 17% de la programación. Porcentualmente, la distribución de voces que entrevistan y que son entrevistadas es de un 77% entrevistadores masculinos y 23% entrevistadoras femeninas. Del 77%, es decir, de las veces que los varones entrevistan, en un 74% lo hacen tomando como fuentes a otros varones, y en un 26% a mujeres. En el caso de las entrevistadoras mujeres en un 29% entrevistan a otras mujeres y un 71% de las veces a varones, confirmando la tendencia sexista en el reconocimiento de las voces con status de fuentes, y desmitificando la idea de que las mujeres actúan

corporativamente con otras mujeres cuando tienen a cargo la conducción de un programa.

- 5) La UA Crónicas y Móviles abarca 213 minutos de la muestra, configurando el 3% de la programación registrada. Las crónicas, en la muestra, se presentaron seis movileros/as y cronistas. De las 30 salidas al aire registradas, 19 corresponden a la voz masculina y 11 a la femenina, es decir 63%-37%.
- 6) La UA Música consigna 921 minutos, lo que representa un 14% de la muestra total. Los separadores se presentaron 52 veces. De estas, el 75% corresponde a separadores con voces masculinas (39 veces), el 24% con voces femeninas (12 veces), y el 2% con voces diversas, otras (1 vez). Un dato interesante es que el 40% de los separadores se escucharon en un mismo programa, que había implementado un mecanismo participativo de integración de la audiencia a la hora de producir las piezas artísticas que el programa luego llevaría al aire. De estos 21 separadores, ninguno fue elaborado con una voz femenina o trans. Todos los oyentes que participaron en esta edición técnica –y en el concurso que los seleccionó– fueron masculinos. Esto nos habla de la brecha digital y de género presente en el manejo de herramientas de edición sonoras de las audiencias universitarias, entre otros factores intervinientes. Respecto de los temas musicales, la muestra capturó 284. De estos temas musicales, los que remitían conceptual e ideológicamente al tema tratado en el programa fueron 21. El resto (263) cumplieron una función estética. Dentro de los temas vinculados, la distribución asumió un 71% de las veces (15) una interpretación hecha por voces masculinas y 29% de las veces (6) por voces femeninas. Aquí, ninguna vez apareció una voz disidente bajo este criterio de concordancia temática al contenido del programa. Respecto de los temas musicales estéticos, en un 82% de las veces fueron interpretados por voces masculinas (216 temas), 16% por voces femeninas (43 temas) y sólo un 2% por voces disidentes (otras y mixtas).

- 7) Las publicidades asumen un total de 372 minutos en una muestra de 6.750 minutos, es decir, que representa el 6% de la programación escuchada. La distribución temática expresa el sexismo en la selección de las voces asociadas a los temas de las publicidades y propagandas. En sólo 4 de los 34 rubros temáticos, las voces masculinas no tienen participación, es decir que participan del 88% de las veces que se emite una publicidad al aire. Dentro de los 15 rubros que se presentan asumidos de manera mixta o alternada (según el caso) la tendencia muestra un 79% de participaciones femeninas (repeticiones al oído) y un 21% masculinas. Las PNT se distribuyen en un 63% para las voces masculinas (33) y un 37% femeninas (19). No hay registro de voces trans en la muestra. Asimismo hay rubros que marcan un desplazamiento, como por ejemplo: La difusión de información institucional de la UNC (Cursos, presentaciones, campañas y concursos) es asumida en un 87% por mujeres (similar al 90% de las veces que voces femeninas difunden los eventos editoriales o culturales del columnista Saravia), y la tendencia se contrasta con un igual porcentaje para el rubro de difusión de publicidad política (candidaturas) a favor de voces masculinas, un 86% en Telefonía (apps y negocios asociados) o un 95% en turismo comercial. Este último ejemplo demuestra la dispar distribución de la pauta publicitaria en las voces y su retribución económica y simbólica.

A nivel institucional, en esta distribución de roles sexuados, la conformación de los equipos de trabajo y en la conducción de la programación es otro indicador importante. De un total de 22:30 hs semanales registradas, la distribución de géneros asociada a la conducción de programas evidencia un 70% de conducción masculina y 30% femenina. Uno de los conductores ilustra: “es un lugar donde está todo bien y a la hora de que se prende el micrófono es el primero que mete el pecho, digamos... se define quien conduce un programa con el primero que mete

el pecho”. De ese 70% (15:30 hs) el 55% (8:30 hs) corresponden a programas magazine y 45% a programas periodísticos. En el caso de las conducciones femeninas se focalizan en un 100% programas magazines, lo cual indica que la concentración de la programación periodística (en un 100%) está asignada a conducciones masculinas.

Los equipos de trabajo están conformados por conductorxs, co-conductorxs, locutorxs, columnistas, movilerxs, productorxs, redactorxs, operadorxs, musicalizadorxs. En la muestra la distribución de roles se ve atravesada por una sexualización de las tareas, evidencia que puede constatarse en la siguiente asignación: La distribución de roles presenta una conducción marcadamente masculinizada, arrojando un 67% de conducciones masculinas en estos segmentos, frente a un 33% femenina (de un total de 8 voces, 6 masculinas y 2 femeninas), y una tendencia similar en la co-conducción, con un 75% masculinas y 25% femeninas (15 voces, 12 masculinas y 3 femeninas)<sup>5</sup>. Sobre las tareas de operación y musicalización la muestra capturada registró una asignación 100% masculina, aunque en datos del período existe evidencia de que en la musicalización hay una mujer en función. Sobre locutorxs, columnistas, movilerxs, productorx y redactorxs, la distribución se desglosa en el análisis de cada UA.

---

<sup>5</sup> Es importante rescatar la voz de un entrevistado que describe su percepción sobre la distribución de voces en la programación: “Todas las mujeres que están haciendo aire frente al micrófono están un día sábado”. Incluso en la frecuencia fm una entrevistada confirma “no hay más mujeres que conduzcan. Las dos los sábados. Y en la semana olvidate, no”. Este dato se es percibido por uno de los columnistas de manera parcial, pero significativa: “me parece que la FM especialmente con la visión que tiene, con la línea editorial distinta que tiene que es distinta de la am (...) por otra parte no tiene sentada en la silla de conductora ninguna mujer. y creo que eso sería necesario”. En lo anterior sí hay mujeres, pero la exclusión del prime time o la programación semanal hace que en la percepción generalizada, no haya “mujeres conduciendo programas”. En este tema hay quienes argumentan no conocer mujeres a la altura de dichas conducciones, e incluso quienes registren que no tener esos nombres presentes, no figurarse un universo simbólico posible “puede ser un síntoma de una cuestión de género latente no explicitada”.

## **Sobre el contexto de formación y el campo profesional**

En la investigación que posibilitó estos resultados, una de nuestras hipótesis de trabajo fue la existencia de dificultades curriculares en el acceso a una formación con perspectiva de género y su correlato en las inequidades del ingreso al campo mediático, donde las discriminaciones por género y sexualidades se presentan bajo un carácter sexista, androcéntrico y homolesbotrasfóbico y constituyen un condicionante para el desarrollo de trayectorias profesionales y de TICS con perspectiva de inclusión (Hipótesis I). López Diez señala que el problema de la TPG es un asunto de índole ideológico (ya que implica un cambio de perspectiva) y proviene –en parte–, de la falta de “acceso al conocimiento de la teoría que sustenta las prácticas y rutinas productivas y las habilidades profesionales androcéntricas” (López Diez 2005,8).

Como segunda hipótesis recuperamos a Teresa De Lauretis, quien trabaja el concepto de punto de vista excéntrico. La autora alude a prácticas feministas que han (re)construido posiciones que los discursos hegemónicos ubican fuera de plano. Esos movimientos son descriptos por la autora como prácticas de oposición y nuevas formas de comunidad desde los márgenes (entre líneas y a contrapelo) “frente a discursos hegemónicos y en los intersticios de las instituciones” (1993, p.33). El desafío se plantea entonces en poder identificar aquellas prácticas que remitan a otros modos excéntricos y no necesariamente abyectos de participación en el orden de la enunciación, inconsecuentes a las lógicas del exotismo, la mistificación, y la complementariedad (Hipótesis II).

Ambas hipótesis configuran el preludio de un universo discursivo en el cual se inscriben prácticas juveniles de acercamiento al campo laboral, y que funcionan como la trama que les contiene y, por momentos, restringe o potencia profesionalmente.

## Resultados sobre el universo de sentidos asociados por les jóvenes a Género y Sexualidades

Las percepciones sobre el género y las sexualidades (GyS) vinculadas al hacer radiofónico, así como las modalidades que adquieren los discursos emitidos al aire que remiten a temas vinculados a GyS constituyen un material consistente a la hora de comprender cómo se configuran ambos contextos (institucional y enunciativo) para el desarrollo de las trayectorias profesionales en lxs jóvenes.

Las trayectorias laborales de las y los profesionales deben leerse en vinculación con la variable generacional. De las 33 personas entrevistadas, 6 fueron jóvenes sub 30. De ellos, 4 mujeres y 2 varones. Este porcentaje configura el 19% de la muestra total de las entrevistas. Todxs asumen tareas de producción, y en ese rubro son quienes llegan a cubrir el 75% del rol en la programación. .

En las entrevistas realizadas, una pregunta fue clave: ¿Qué es para vos el género?

Con ella queríamos saber qué asociaban a la idea y cuáles eran las diferentes semantizaciones que desplegaba el término y cuáles fenómenos de los que venimos estudiando (como la brecha salarial, la desigual distribución de la palabra, el androcentrismo mediatizado, la ridiculización, el menosprecio y la humillación, o incluso la violencia sexual y el acoso) eran vinculadas a la cultura profesional investigada.

Lo que inicialmente se presentó como pregunta asociada a prácticas fuera del aire, adquirió –respuesta tras respuesta– un carácter transversal. Aquello que les entrevistades iban develando configuraba no sólo un estado de situación del clima laboral sino también la caracterización (y condición incluso) de los contextos enunciativos en los cuales las salidas al aire se inscriben.

A través de esta pregunta registramos que les profesionales acuerdan en que para ellos el género es la identidad sexual (cultural) auto percibida. También hay acuerdo, entre otros, en que es la distinción

femenino/masculino (M/H), y algunos incluso lo plantean en términos de encuadramiento cultural que normativiza binariamente. Sin embargo para muchos –todos varones– es un tema delicado y que requiere respeto (del cual indican no saber), o un tema que está en boga. Y para ambos, es un tema político (que remite a lucha y la reivindicación) que engloba la desigualdad, inequidad, e injusticias. En este posicionamiento se encuadran les entrevistades jóvenes.

Este posicionamiento contrasta con quienes –en la misma muestra– plantean que es un tema no es más importante que otro como la injusticia social o económica, y no lo asocian a estas dimensiones. Para algunas mujeres es una categoría y para muchas es la capacidad femenina de tener múltiples miradas, una diferencia (basada en el ser, y en el tener / o no), que se refleja en la diferencia sintáctica entre el masculino/femenino. Para ambos, resultó ser un tema sobre el que dicen no reflexionar ni cuestionarse.

Cuando preguntamos en cambio qué era para ellos la sexualidad, coinciden en que es una elección sexual íntima y también un tema de agenda periodística.

268

Sólo para los varones es mencionado como algo natural sobre lo que no reflexionan ni se cuestionan (como la vida y la muerte), y en este punto, sí están involucradas también les jóvenes. Para varias de les mujeres y varones entrevistades la sexualidad se asocia a los encuentros sexuales y es relacionada con la genitalidad. Allí las mujeres lo enuncian como una fuerza vital, motora y los varones como un instinto de necesidad.

Otro grupo de personas lo asocia a una dimensión subjetiva del ser humano, un tema de autoconocimiento y la ve como una expresión (cis y también diversa) ligada a los cuerpos y los afectos. Aquí reaparecen las voces jóvenes. También aparece la idea de práctica que va más allá de la reproducción y el sentimiento y que se relaciona con la idea de vivir una vida plena (placer, disfrute). La sexualidad aquí, como una dimensión, se vincula con la educación recibida y con lo que algunas entrevistadas definen como un tabú. Incluso también se relaciona con la identidad y es

referenciada por varones y mujeres como una dimensión a ser tratada con respeto (sin cosificación ni humillación). En este punto, la ESI en nuestros planes de estudio y currículas universitarias, no solo se proyecta como una demanda generacional sino como un imperativo para una cultura educativa que potencia perfiles y condiciones profesionales libres de violencia de género.

Finalmente la sexualidad es también una dimensión que implica responsabilidad, ya sea que esté vinculado a la tarea de comunicarlo o sobre el cual deban saber quiénes están a cargo de actividades con personas jóvenes y personal de instituciones.

Luego les preguntamos cómo aparecen en su día a día laboral el género y la sexualidad. Varies entrevistades coincidieron en que aparece como tema de agenda. Asimismo, y coherentemente con lo expresado anteriormente, un conjunto de entrevistados/as reconocieron la sensualidad de determinadas personas en el ámbito laboral entendiendo que GyS es una dimensión personal que involucra intersubjetividad y se expresa en el cotidiano laboral.

Sin embargo, aparecen también una serie de prácticas y discursos asociados al género y la sexualidad que distan mucho de ser placenteros. En un conjunto de entrevistas varones y mujeres coinciden en que GyS aparecen en el día a día laboral vinculados al destrato (o trato irrespetuoso) entre colegas. Expresan por ejemplo que han escuchado (o realizado) chistes sobre las elecciones sexuales de colegas. En esto, la diferencia generacional no opera, aunque sí es predominantemente mencionada por las mujeres entrevistadas.

También hay quienes registran una calificación primaria de género (por ser mujer) proveniente del equipo de trabajo, previa a la función/rol profesional que se va a desempeñar. Esto aparece también como descalificación sobre las mujeres bajo el precepto del sexo débil o en el registro de la falta de reconocimiento sobre la capacidad profesional<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Una profesional lo explica claramente: “hay toda una construcción que se hace sobre el género de las mujeres trabajadoras de prensa hacia adentro de esos

entre colegas y la correspondiente desigual distribución de cargos de producción, coordinación y conducción de programas periodísticos como un emergente de GyS en la programación.

Esta descalificación aparece cotidiana y explícitamente en tratos humillantes sobre la sexualidad de las trabajadoras, ejercidos mayoritariamente por personas en un cargo de mayor jerarquía. Al respecto es notorio un relato de entrevista donde la profesional reconoce dejar pasar prejuicios y humillaciones (que aparecen en forma de miromachismos: temas sobre los que conversan, formas de mirar) en pos de una buena dinámica grupal. Estas humillaciones y la cosificación registrada a nivel enunciativo explican que los trabajadores entrevistados hayan identificado esta pregunta con haber escuchado sobre denuncias por acoso sexual en el ámbito laboral. Un grupo de varones oscila entre reconocer discursos machistas en el discurso laboral (calificándolos como involuntarios) pero negando su asociación a la configuración de un clima laboral y desvincular compromiso, audiencia y ámbito laboral de GyS.

A nivel de criterios periodísticos por modificar, un grupo de entrevistados/as reconocen la resistencia masculina a la supervisión y

270

---

espacios, ¿no?, y que te posibilitan el acceso a lugares que una no tiene... que no ha tenido históricamente, pero una siempre tiene que dar esa discusión de por qué lo logró, por qué tiene que aspirar a ese espacio, por qué tiene que levantar la voz... o hasta esto de lo que hablábamos hace un rato del cuerpo, ¿no?, digo, hay una construcción cultural y simbólica de que un buen cuerpo, una compañera alta, piola, rubia, hermosa, divina, "y no puede ser tan buena productora en lo intelectual, es más para el cachengue, digamos. Y yo desde mi lugar de poder de hombre activo ese poder", entonces el género es una construcción simbólica cultural muy fuerte, pero aun mucho más vinculado a lo mediático y porque ahí también se dan, no solo hacia afuera la cuestión de la violencia mediática, sino que se da hacia adentro la violencia, y la violencia en micro violencias y también en otras que son muy visibles, digamos, muy visibles, naturalizadas, avaladas por quienes tienen cargos de poder, y que una en el lugar de jerarquía en que se encuentra es casi imposible dar la pelea, cuando una no tiene recursos". Otra trabajadora comparte su experiencia "he escuchado comentarios de directivos anteriores "no la saquen a la (x) que tiene unas tetas bárbaras".

corrección de contenidos por parte de una mujer y proponen no hablar mal de las mujeres al aire, dar visibilidad a autoras mujeres como criterio de selección de fuentes, desarrollar duplas<sup>7</sup> H-M con ambxs como referentes e interpelar a la audiencia en el reconocimiento de la locutora como integrante protagónica de la dupla de conducción-co/conducción, e incorporar mujeres columnistas<sup>8</sup>. Asimismo aparece la idea de incorporar en las salidas al aire el ejercicio de desmarcarse de las posiciones de género (como criterio artístico y periodístico), tanto en el nombrarse, como en las presentaciones, en las alusiones al aire, cambiar el artículo, identificarse con otro género, crear personajes, etc. Otras alternativas mencionadas cuestionan la homogeneidad masculina en el rol de la

---

<sup>7</sup>Respecto de la incorporación de duplas, en general, les entrevistades se pronuncian propensos a su incorporación: “En qué somos distintos los hombres y las mujeres? en la mirada, en la forma de percibir las cuestiones, me parece que ahí está la sinergia ideal. por ejemplo, yo siempre digo “los abogados compiten con las abogadas, los ingenieros con las ingenieras y los médicos con las médicas. Los periodistas, las periodistas, los locutores y las locutoras no compiten entre sí en género, al contrario, se complementan, porque al aire vos tenés que mostrar un producto que represente a los dos... y es más, además de esos dos habría que representar los demás del universo de género. Esa es una deuda a pagar a futuro” Sin embargo, también alertan sobre sus posibles tergiversaciones: “han puesto más mujeres a la pantalla pero no dura mucho porque el mismo compañero la saca y es como que sí, arranca y van a ser iguales y en par, pero ...”. En este punto las retóricas de la complementariedad pueden estar a favor o realmente en contra de la implementación integral de una TPGS. Si bien puede entenderse que una dupla heterosexista (al menos en la representación visual-sonora) favorece la equidad de género, es importante hacerlo teniendo en cuenta las distribuciones temáticas, los tiempos y los turnos de habla.

<sup>8</sup> Como reconocen la desigual distribución de voces femeninas especializadas en género en términos de un emergente *paradojal* de GYS en la programación, proponen esta modalidad de incorporación. Se sugiere visitar el apartado COLUMNAS de opinión de este informe considerando que en las mismas entrevistas las mujeres mencionan haber identificado que el *género como tema* implica conflicto y ha optado por evitarlo (como estrategia preventiva a la discriminación) y otra profesional expresa haber sentido discriminación por sostener valores diferentes al resto del equipo, cuando aludía a GYS al aire.

operación técnica y en cuanto a las prácticas pre profesionales la necesidad de reconoce la desigual posición de poder frente a pasantes (mujeres y jóvenes) y asumir un rol pedagógico.

Sólo fueron enunciadores masculinos quienes reconocieron actos de caballeridad en el ámbito laboral como gestos positivos, y la gestación femenina como un período donde hay que cuidar a las trabajadoras.

### **Conclusiones (retomando las hipótesis)**

Los datos obtenidos y la configuración de una trama de sentidos subjetivados entre los profesionales del medio nos permiten afirmar lo que enunciáramos como hipótesis I: “La dificultad para el acceso a una formación con perspectiva de género y su correlato en las inequidades del ingreso al campo mediático, junto a las discriminaciones por género y sexualidades con un carácter sexista, androcéntrico y homolesbotrasfóbico de ambos (académico y mediático) constituyen un condicionante para el desarrollo de trayectorias profesionales y de TICS con perspectiva de inclusión”. La inexistencia de una perspectiva de género en la formación de grado de la mayoría de les entrevistades jóvenes, es compensada por la capacitación continua, dispersa, y extra curricular que asumen, y por la participación política en espacios de militancia feminista. Estas derivas, sumadas a una concepción amplia e integral sobre el género y las sexualidades, permite hablar de un conjunto de experiencias laborales significativas, potencialmente menos sexistas, misóginas y androcéntricas que las generaciones precedentes, fuertemente concentradas en los roles de producción.

Dijimos que Teresa De Lauretis trabaja el concepto de punto de vista excéntrico cuando alude a prácticas feministas que han (re)construido posiciones que los discursos hegemónicos ubican fuera de plano. Esos movimientos son descriptos por la autora como prácticas de oposición y nuevas formas de comunidad desde los márgenes (entre líneas y a contrapelo) “frente a discursos hegemónicos y en los intersticios de las

instituciones” (1993,p.33). En esta investigación nos planteamos el desafío de identificar aquellas prácticas que remitieran a otros modos, excéntricos y no necesariamente abyectos de participación en el orden de la enunciación, inconsecuentes a las lógicas del exotismo, la mistificación, y la complementariedad (Hipótesis II).

Las estrategias de las y les profesionales, vinculadas al acceso, permanencia, ascenso, y proyección que pudimos ir conociendo junto con las lógicas del campo que fuimos reconociendo nos permitieron configurar un mapa y cartografiar modos de participación, alianzas y supervivencia así como propuestas e ideas innovadoras para el fenómeno estudiado. Algunos ejemplos encontrados son ilustrativos:

- “Lo que se generó con la (x persona) en estos últimos meses que ella compartía (su producción) y esta especie de provocación constante de (el conductor), de la sororidad y de tratar de generar esta cuestión de competencia entre mujeres, me parece que podría ser un ejemplo que como te decía recién puede resultar molesto pero a la vez sirve un poco para educar. A veces educar al conductor, o educar al equipo tiene impacto. No sabría cómo medirlo pero tengo como esa percepción de que (el conductor” diga “la sororidad” y que se apropie de esa palabra tiene que ver con esta pica que el mismo generó (...) Se fue dando así y después si ya hubo una formulación explícita entre nosotras de decir no vamos a permitir que (el conductor) en su -digamos que yo no pienso que él tenga el ánimo de hacerlo sino que es un juego y es como que de alguna forma nosotras, o al menos yo (...) tengo a veces la percepción de que al menos yo le sigo el juego porque me parece que funciona, como algo para mostrar, para visibilizar eso no? las mujeres siempre compitiendo o se fue porque no la dejabas hablar -dijo recién- y siempre está con eso no? de tratar de generar la discordia y a propósito -y muchas veces lo hemos dicho- jamás lo va a lograr! porque hay acuerdo”.
- “El tema de que los operadores sean generalmente hombres,

hay algo ahí. Uno intenta verlo y por eso intentamos muchas veces con (x operador) como de reírnos de eso, de pensar otra manera digamos de laburar que haga consciente eso y que te de la posibilidad de salirte un rato de eso. y con la (locutora) también” o cuando una columnista menciona “si bien hablo de libros-, mi trabajo consiste en acompañar al conductor del programa durante toda una mañana que es la de los lunes, en espacios propios míos que están directamente relacionados con la literatura, pero también participando en el tratamiento de temas generales en relación a la política y específicamente me interesa mucho trabajar todo lo relacionado con una mirada de género. Entonces trato de hacer hincapié en esos tiempos”.

Un punto a rescatar, en lo que respecta a la misma franja generacional (juvenil) es el dominio de las tecnologías por parte de lxs entrevistadxs. Todxs mencionan ser autodidactas con las tecnología, sin embargo, dentro de la franja juvenil, sólo los varones visualizan el dominio de las TICS aplicadas al hacer como una herramienta potenciadora de su perfil profesional, de carácter diferencial en el acceso a oportunidades laborales.

Para concluir, creemos que en relación con las hipótesis, el de la tecnología y el género es un campo sobre el cual la formación de grado debe apuntalar políticas educativas con una visión de reducción del sesgo sexista, a fines de disminuir la brecha tecnológico-digital de género y disminuir la brecha entre profesionales jóvenes.

## Referencias bibliográficas

- AYALA J. G. (2010) Producción informativa e mecanismos de reproducción de estereotipos de xénero nos medios de comunicación. En Claves para una información non sexista. ÁLVAREZ POUSA, Luis y PUÑAL RAMA Belén (2010) Ed. Atlántica. España.
- ANGENOT, M.(2010). Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias.

Cap. La historia en un corte sincrónico: literatura y discurso social. Ed. UNC. Arg.

- BALSEBRE, A. (1994). El lenguaje radiofónico. Madrid, Cátedra.
- BORIA A. y BOCCARDI F (2013) “Prólogo” en Prácticas Teóricas 1: lenguajes, sexualidades y sujetos.pp.11-17.Ed.Ferreyra.
- BUTLER, J (2010). Marcos de guerra. Las vidas lloradas. Ed. Paidós, Bs.As., Arg.
- CARUNCHO C.(2010).“Ética y feminismo. Una aproximación al lenguaje de la teoría feminista”. En Claves para una información non sexista. pp. 12-23. Álvarez Pousa, L. y Puñal Rama B.(Coord.) Ed. Atlántica. S. de Compostela, España.
- FERNÁNDEZ, J.(2008). La construcción de lo radiofónico. Ed. La Crujía. Bs.As. Arg.
- FRUTOS, R. de (2012). Estado del arte para la construcción de indicadores de género en los medios de comunicación. En I Congreso Internacional de Comunicación y Género, Universidad de Sevilla y Fundación Tres Culturas,5-7marzo2012.218
- IZQUIERDO, M. J. (2001) Sin vuelta de hoja. Sexismo: poder, placer y trabajo. Ed. Belaterra. Barcelona, España.
- LÓPEZ DIEZ, P. (1996). Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Información (UCM).Madrid.
- \_\_\_\_\_ (2001 -2005). Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión. Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE. Primer y Segundo informes. Madrid, España.
- \_\_\_\_\_ (2005).Los desafíos y la experiencia docente en el campo de los estudios universitarios de género y comunicación. In Democracia, Feminismo y Universidad en el siglo XXI: XV Jornadas de investigación interdisciplinaria, Madrid,21-23 de abril de 2004).25 aniversario del IUEM(pp.149-166).

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

MORALEs P. (2018). “Reconocimiento y distribución simbólica de la palabra en radio. Una disputa por el sentido. en Revista RevIISE | Vol 11, Año 11 | abril 2018 - septiembre 2018 | pp 315-325.

MORALEs, P. (2017) “Comunicación, Género y Radio: Avances de investigación en un campo emergente”. XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Rio de Janeiro, RJ –. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. pp. 25 a 46.

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

VERÓN, E. (2013) La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes. Ed. Paidós. Bs.As.

## Documentos

AAVV. El hilo de Ariadna. Números varios. Universidad Autónoma de Yucatán.

GMMP (2015).Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Toronto: WACC.WACC.[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

UNESCO (2014) Indicadores de Género para Medios de Comunicación. Paris.