

Reconocimiento y distribución simbólica de la palabra en radio

Una disputa por el sentido

Recognition and symbolic distribution of radio speech

A dispute for sense

Paula Morales | ORCID: orcid.org/0000-0002-8037-5579

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

moralesmpaula@gmail.com

Argentina

Recibido: 10/11/17

Aceptado: 15/2/18

Resumen

Actualmente, la radio es uno de los medios de comunicación más escuchados en la región Latinoamericana. Su cercanía a grandes colectivos sociales, la empatía producida cotidianamente por voces cercanas y conocidas para las audiencias, y la doble condición de ser un medio altamente económico (en su producción y recepción), y no requerir de poblaciones alfabetizadas para su escucha, le inscribe en el centro de las dinámicas de entretenimiento e información más popularizadas.

En radio, la violencia mediática se expresa bajo múltiples registros, y es en la propuesta de cada emisora donde adquiere ribetes particulares. Sin embargo en la radiofonía local cordobesa, existe un común denominador: en diversos tipos de emisoras, así como en formatos radiofónicos exponencialmente diferentes, el tiempo de las voces al aire y el reconocimiento de las mismas presenta una dimensión de género poco estudiada hasta el momento.

En este artículo abordaremos el tema del *reconocimiento* como un problema fundamental para pensar la comunicación radiofónica, y demostraremos la existencia de una relación aguda y persistente entre las condiciones económicas y políticas del campo periodístico, y la distribución y reconocimiento simbólico de la palabra, en función de la división sexual de sus enunciadores/as.

Abstract

Currently, radio is one of the most listened to media in the Latin American region. Its closeness to large social groups, the empathy produced daily by close and familiar voices for audiences, and the double condition of being a highly economical medium (in its production and reception), and not requiring literate populations to listen to, inscribe in the center of the most popular entertainment and information dynamics.

In radio, the media violence is expressed under multiple registers, and it is in the proposal of each station where it acquires particular borders. However, there is a common denominator in local radios: in different types of stations, as well as in exponentially different radio formats, the time of the voices in the air and their recognition presents a genre dimension that has been little studied so far.

In this article we will address the issue of *recognition* as a fundamental problem to think about radiofonic communication, and we will demonstrate the existence of an acute and persistent relationship between the economic and political conditions of the journalistic field, and the symbolic distribution and recognition of the word, depending on the sexual division of its enunciators / as.

Para comprender dicha relación, acercaremos algunos hallazgos de una investigación local reciente situada en la ciudad de Córdoba (Argentina), y finalmente propondremos un enfoque novedoso para su interpretación: La violencia mediática como sistema semiótico.

Palabras clave: Violencia mediática; Radiofonía; Reconocimiento.

To understand this relationship, we will bring together some findings from a recent research located in Córdoba (Argentina), and finally we will propose a novel approach for its interpretation: Media violence as a semiotic system.

Keywords: Media violence; Radio; Recognition.

Introducción

La radio sigue siendo hoy -en Argentina, y en la región latinoamericana-, un medio de referencia para grandes colectivos sociales. La *Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital* (2013) elaborada por la Secretaría de Cultura de la Nación indagó acerca de los gustos, preferencias, usos, percepciones y valoraciones de los argentinos respecto de la cultura en general -y de los consumos culturales en particular-. Los datos arrojados indicaron que en Argentina el 86% de la población encuestada escucha radio y el promedio de escucha va de una a tres horas diarias.

Durante 2012 se realizó en la Provincia de Córdoba un mapeo sobre la configuración mediática cordobesa (Período 2012-2013). El mismo fue producido por el *Círculo Social de la Prensa de Córdoba* (CÍSPREN) y dio cuenta de que la radio ocupa casi el 70% del consumo mediático de las y los cordobeses. De 1.275 medios ubicados en el territorio provincial, el 65% son radios.

La radio es uno de los medios de comunicación más económicos (en su receptividad) y extensivo a nivel mundial. Particularmente, en Latinoamérica, supone una opción muy bien considerada para el desarrollo de redituables negocios en el campo de las telecomunicaciones debido a sus bajos costos de inversión. Del total de medios mapeados en el informe citado, el 83% correspondían a capitales privados, y en la radiofonía ese valor se duplicaba, siendo el medio donde el capital privado se encontraba más concentrado.

Además, el lenguaje oral facilita la llegada a grandes poblaciones analfabetas, tiene presencia permanente en las cotidianidades familiares y laborales de amplios colectivos sociales, y colabora en el imaginario de una comunidad de voces sociales que participan de la gestión de los

asuntos comunes, ejerciendo los derechos de libre expresión y acceso a la información.

En el juego entre los sentidos compartidos y la novedad, entre la ruptura de lo conocido y su reproducción, la radio se distingue de otros medios ya que, sorteando la unisensorialidad de su escucha produce un juego muy rico sobre el sentido social. La radio trabaja en los niveles de intersubjetividad e interdiscursividad social cotidiana y vivencial porque es una fuente inagotable de entretenimiento y distracción, y un soporte de mediatización históricamente vinculado a la compañía.

Pensar la radio en un contexto latinoamericano, donde el espectro está altamente concentrado en manos de muy pocos actores, nos sitúa frente a una situación de desequilibrio e injusticia comunicacional. Sin embargo en la radio, esta condición institucional parece desdibujarse. Rincón (2006) menciona que *trabajar con la radio es una puerta de entrada a la intersección entre lo público y lo privado, a través de lo cotidiano como impasse entre ambos dominios* (2006:161). La confusión proviene de la noción de intimidad y colocalidad permanentes. Por todo lo anterior, lo dicho en radio tiene un aquí y ahora personal, institucional, político y evaluativo y, por lo tanto, es palabra pública.

Por ello, hablar de comunicación es nombrar modos de relacionamiento del tejido social, personal, interpersonal, e institucional. Hablar en radio implica modos de narrar y de narrarse que involucran las identidades, la interculturalidad, las historias, los cuerpos, las visiones del mundo, la proyección que (se) hacen en torno de la sociedad y el Estado, así como los modos de participación para gestar las condiciones sociales, políticas, económicas en las que se pretende vivir.

La reconocida teórica y radialista Claudia Villamayor (2008) alude a la comunicación como dimensión de lectura y producción de la sociedad, ineludible para construir cualquier tipo de modelo socio cultural. Para la autora es parte sustancial

en la construcción del poder, del Estado, del mismo mercado, y de cualquier sistema social hegemónico o contra hegemónico, e implica asumir posicionamientos políticos y modos de marcar la existencia, la estética y la circulación del poder.

Las violencias mediáticas, un común denominador

Violencia Mediática es, según su definición legal, una modalidad de la *Violencia Simbólica* hacia las mujeres. La Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales fue promulgada el 1 de Abril de 2009, y reglamentada el 20 de Julio de 2010. En el artículo 6º, acápite f precisa al respecto:

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

Esta definición es nuestro punto inicial para preguntarnos ¿Cuáles son las diversas situaciones de desigualdad y opresión que existen en las radios? Partimos de un aquí y ahora situado en los medios de comunicación radiales, con una perspectiva crítica feminista y descolonizadora del paradigma de concentración internacional mediático imperante para profundizar en algunas de estas inequidades.

Los datos internacionales señalan tendencias relentizadas cuando de comunicación con perspectiva de género se habla.

El *Monitoreo Global de Medios* (GMMP) es un estudio comparativo de alcance global realizado en 114 países, que se inició en 1995, y se presenta con una periodicidad de 5 años. En 2015 reveló que existe una enorme disparidad entre la representación de las mujeres y los hombres en los medios de comunicación y que en todo el mundo las mujeres constituyen aproximadamente el 50 por ciento de la población general, pero sólo el

24 por ciento 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. Estos datos confirman a nivel regional el mismo nivel registrado que en 2010.

Además de estas manifestaciones, la violencia mediática se expresa de maneras diversas -y a veces mucho más sutiles- en el mundo de las empresas periodísticas. Diversos estudios aluden a la *infra* representación de las mujeres en el campo, y precisamente en el estudio realizado por Ayala (2010) estos valores se demuestran como significativos. La autora señala que las mujeres asumen solo entre un 20 y un 30 por ciento de presencia mediática y con esto el protagonismo es asimétrico. Asimismo la ley de inversión, la familiaridad, el intimismo y la coloquialidad en el modo de nombrar a las mujeres, la minusvaloración del perfil profesional, y la identificación de la mujer con la maternidad son indicadores de la visión estereotipada de los papeles sociales de género en la cultura mediática que refuerzan ese protagonismo balanceado hacia figuras masculinas.

Para este estudio la autora partió de la noción de *neutralidad de la información* como principio aún valorado en la cultura periodística, porque entiende que este es el contexto donde ciertas actuaciones y criterios profesionales se interpretan como *sutilezas terminológicas* que exceden el principio de universalidad de la labor periodística.

En esta misma lógica se desconoce (y hasta rechaza) la idea de que pertenecer a un sexo determina la socialización de género. Este desconocimiento condiciona la función de mediación (periodística) entre los hechos generales y el público. En el mismo plano de la cultura profesional también la *focalización informativa* en unos pocos escenarios excluye y elimina muchos otros ámbitos que habitualmente no son foco de la mirada informativa (2010:30) y por lo tanto, a quienes los presentan y abordan habitualmente.

Estas operatorias dan lugar a la deslegitimación ideológica de los temas de género y funcionan como un poderoso mecanismo que actúa para

disuadir y señalar de falta de profesionalidad de quien intente tratar temas vinculados a la agenda de género en los medios.

El Consejo Audiovisual de Andalucía realiza desde 2009 una serie de informes anuales con el propósito de contribuir a mejorar la representación de la mujer en los servicios de comunicación audiovisual. Como aportación para los medios públicos disponen de un instrumento útil que les permite autoevaluarse y comprobar si las medidas de corrección que pudieran adoptar para mejorar la representación de hombres y mujeres en sus informativos consiguen el efecto deseado.

Intentando producir una serie de indicadores para evaluar la igualdad en el sector de la comunicación, un ámbito clave en la estrategia impulsada por Naciones Unidas y la Unión Europea mediante el *Plan de Acción de Beijing*, estos informes analizan las intervenciones y los tiempos de palabra masculinos y femeninos que ofrecen los telenoticiarios de la Radio y Televisión Andaluza y concluyen en que se siguen reforzando estereotipos de género, ya que hombres y mujeres aparecen transmitiendo imágenes que naturalizan la existencia de ámbitos femeninos y masculinos que se corresponden con los roles sexistas tradicionalmente atribuidos.

En estos informes la *brecha de género* aparece cuando se analizan los tiempos de voz de hombres y mujeres en los asuntos que han tenido más trascendencia mediática. Así la variable de *Distribución por sexo de los tiempos de palabra* (2010-2011) permite analizar el número de intervenciones y la duración en términos absolutos y relativos, desglosadas por prestadores, como así también los tipos de rol que asumen los actores: institucionales, políticos y no.

En el mismo sentido la *representación de las mujeres en las noticias* bajo la clasificación de presencia (por mención, por entrevista o por presentación) es investigada por López Diez (2001). Tal y como se confirma en el *Informe de Monitoreo Mundial 2015*, la tendencia respecto de la participación femenina en la conducción y reportes mantiene los códigos del género, reproduciendo la división sexual de espacios mediatizados a través de los temas abordados y los segmentos asignados, bajo la responsabilidad diferencial tanto de mujeres como de varones.

En este contexto, América Latina había comenzado a destacarse por su cifra estable y posterior incremento gradual y paulatino. La región había pasado de 29% de presentadoras en el 2000 a 44% en 2015, demostrando una reducción de 15 puntos porcentuales en la brecha de representación de género en esos 15 años consecutivos. Este dato es relevante porque evidencia la aparición de un indicador que vincula precisamente todo un conjunto de políticas públicas en materia de comunicación audiovisual, con legislaciones lo-

cales que -habiendo reconocido la existencia de tratados internacionales en el tema (CEDAW, Belén Do Pará, etc)-, promovían un clima de ascenso en los niveles de equidad representacional en los medios de comunicación argentinos.

En el marco de estas cifras, de todas maneras, prevalecía la tendencia interna de la división sexual del trabajo en el oficio periodístico. También puede encontrarse la *presencia* cada vez mayor de mujeres que en los medios ocupando lugares y tareas de producción de contenidos pero justamente con la contracara de no contar con la firma de autoría visible sobre sus producciones, asumiendo papeles de *asistencia* (frente a los temas de agenda planteados por los colegas varones), de *visibilidad* (cuando las temáticas suponen una asociación a los roles femeninos de cuidado producción -Izquierdo, 1994-) y reproducción de la vida (en temas como la salud, el bienestar, la crianza y cuidado de adultos mayores); de *invisibilización* cuando las coberturas son colaborativas; de *rutinización* cuando asumen tareas informativas de servicios (el clima, la quiniela, los cortes viales); de *complementariedad* cuando asienten los ejes de discusión presentados por sus colegas varones y no desarrollan asertivamente propuestas editoriales propias; y de *infravaloración* cuando los espacios de análisis político, económico y mediático están absolutamente asignados a enunciadore masculinos.

En síntesis, cuando hablamos del tiempo de las voces al aire, estamos aludiendo a un fenómeno mayor: el *reconocimiento* de las mismas.

Desde la dimensión de género, el tiempo de la palabra y la ética del cuidado (quienes hablan, cuanto, a quienes, sobre qué, y cómo) tienen mucho por iluminar al respecto.

Estas conclusiones son producto de un trabajo de investigación doctoral recientemente concluido, titulado *Violencia Mediática: Un abordaje socio-semiótico sobre el tratamiento de las relaciones de Género en el discurso radiofónico*, donde nos propusimos analizar la naturalización de las relaciones de género en el discurso radiofónico de dos emisoras situadas en la ciudad de Córdoba (Argentina): Radio LV3 y Radio Nacional Córdoba (período 2011-2012).

Para dicha investigación partimos de la preocupación por los procesos de construcción discursiva *mediatizada* de las subjetividades que se dan en el marco de una cultura como la cordobesa basada en relaciones de género binarias, sexistas y jerárquicas. Desde allí comenzamos a indagar sobre la relación entre la práctica periodística, las manifestaciones de los presupuestos fundantes de la cultura, y una serie de situaciones naturalizadas que podemos sintetizar en el orden del acceso de las mujeres al sistema mediático, su permanencia, el desarrollo de condiciones de enunciación en (in)equidad y

en el tipo de reconocimiento del campo hacia la presencia significativa de mujeres en él¹. A partir de allí abordamos la relación entre la presencia o ausencia de mujeres en el discurso radiofónico, las tópicas y retóricas que las incorporan o las excluyen, y las modalidades de negociación que aparecían en el diálogo radiofónico.

El estudio demostró que las maneras en que lo mediático presentaba las relaciones de género, configuraban un campo de restricciones discursivas en varios niveles y el discurso radiofónico elaboraba marcos (Butler, 2010) de interpretación sobre lo políticamente habilitado (o no) de acceder a la doxa mediatizada (entendiendo la visibilidad como un tipo de reconocimiento mediático), y los márgenes y fronteras que delimitan en el campo de la política, lo político, lo público y lo privado. Algunos ejemplos pueden graficar lo anterior.

La temática de la sexualidad ingresó a las dos emisoras mediante estrategias discursivas diversas. Uno de los fragmentos analizados nos permitió ver que la expresión de la sexualidad está altamente moralizada y cómo a través de dicha tópica opera un sistema de clasificación y jerarquización sociocultural basado en los roles de género. En determinada fecha analizada, y tras introducir a la audiencia en el tema de las rutinas de ocio, esparcimiento y encuentros del fin de semana, el columnista de uno de los programas analizados pregunta a la locutora si su rutina *incluye la gimnasia sugerida por el mesías Agüero*. La pregunta persuade a la periodista produciéndole sorpresa e incomodidad. La locutora responde afirmativamente y complementa lo dicho con el modismo popular *¿Cómo no?! Esta aclaración funciona prescriptivamente asociando la sexualidad a un enfoque de la sexología y el rendimiento sexual. En una función pragmática de la palabra él repregunta incluyendo un adverbio de cantidad: ¿dos por día? Esta metonimia que sustituye el término (encuentro sexual) por el adverbio de cantidad, interpela nuevamente a la locutora quien responde, en un intento por generar distanciamiento sobre el tema (y mantener su imagen profesional de seriedad informativa frente a la audiencia): lo que se pueda. La respuesta ambigua provoca en el primero la repregunta literal, a lo que la locutora responde de igual manera y cierra su intervención con un*

¹ Desde un enfoque cualitativo y teniendo en cuenta tres dimensiones de abordaje metodológico -con las que ingresamos análisis- (hablamos de la dimensión institucional, referencial y enunciativa), analizamos estrategias discursivas y mecanismos institucionales y elaboramos series narrativas que funcionaron para nuestro análisis como una conjunción de tópicos afines, y nos permitieron adentrarnos en aquellas estrategias retóricas y figuraciones discursivas que ambas emisoras pusieron en juego. En el orden referencial del discurso (lo dicho y lo no dicho) las tres series presentaron temáticas afines para referirse a figuraciones comunes: la división sexual del trabajo, el mandato de la maternidad, la incompreensión de la Violencia de Género, etc.

qué se yo... El tono de la misma disminuye y su voz pasa a fondo.

El diálogo entre ambos ha logrado producir una estrategia discursiva ejemplar: en el devenir de la conversación una provocación oportuna generó la incomodidad necesaria para romper con la previsibilidad del relato y producir entretenimiento. El giro narrativo que desarrolla el columnista ha interpelado a la enunciativa y a los oyentes en el aspecto de la “expresión pública” de la sexualidad y la exposición mediática de una de sus dimensiones constitutivas: la práctica sexual. La puesta en escena a ambos enunciativos, denota imágenes de sí muy diferentes y asocia la acertividad y la provocación a la enunciativa masculina. De manera complementaria, la contestación femenina se excusa y con ello vincula la práctica sexual femenina al dominio de lo privado e íntimo. El juego apela emotivamente a la audiencia en su condición pudorosa y tradicionalista, y reinscribe la imagen de la enunciativa en los cánones de una mujer que resguarda la intimidad. La actitud del enunciativo lo ubica empáticamente cerca de la audiencia desde la retórica del chiste picarezo y construye otra estrategia que es la de cotidianidad, lograda haciendo alusión intertextual a un tema de público conocimiento como los consejos sexuales del mentado Mesías Agüero.

Podemos reconocer esta *exposición* de la vida privada de la periodista como el ejercicio de una Violencia Mediática ya que en el marco del contrato de escucha que tiene la emisora con su audiencia (vinculada a valores tradicionales como la familia, la monogamia y creencias religiosas católicas que operan como figuraciones), la periodista queda en evidencia tras la humorada y asume un rol de género que la autoexcluye del aire.

Para dar continuidad al vínculo ya establecido con la audiencia y no traicionar esos valores implícitos, la periodista asume una posición de “resguardo” sobre estos aspectos de su sexualidad y abandona gradualmente el espacio del aire, desde la disminución de la tonalidad de su voz.

Esta *tonalidad* de su voz fue clave para nuestra interpretación ya que su disminución gradual, y la posterior autoexclusión del aire, trastabillando entre una serie de reiteraciones y silencios, evidenció simbólicamente una retirada pública, dado el grado de exposición al que fue derivando el discurso, y la ponderación de la locutora a la hora de avanzar en dicho sentido, o retirarse y mantener las formas moralmente ya consagradas en ese vínculo con la audiencia.

En otro ejemplo, situándonos en el plano de la cultura profesional periodística, la *infra-representación* de las mujeres se pudo constatar mediante el intimismo y la coloquialidad en el modo de nombrarlas, cuando se las presentaba superficialmente, a veces sin nombrarlas completamente, a veces mediante apodos, desle-

gitimando sus competencias en la construcción de su imagen en el campo del trabajo periodístico, reconocido por la firma de autor.

Otra de las estrategias discursivas que reconocimos como parte de estas violencias mediáticas fue la *objetualización* femenina, que asumió diversas modalizaciones, como por ejemplo la presentación de la mujer periodista como propiedad de un sujeto masculino conductor (bajo el acápite “mi” o la adjetivación “de”), o la construcción de un vínculo participativo de la audiencia basado en la retórica de la ironización devaluativa (sostenida en el orden de la producción por su reproducción al aire y el intercalado con chistes y las saluciones por bodas y aniversarios bajo el género entretenimiento). Otra modalización de esta objetualización pudo encontrarse analizando la función expresivo-argumental de la palabra, desde la cual los enunciadores asignaban la responsabilidad del cuidado de los hijos a las mujeres y generalizaban el estereotipo de la cuidadora bajo la figuración de la mujer madre.

En el orden de los mecanismos de la cultura profesional periodística, una estrategia que confirma las tendencias registradas por el monitoreo global es aquella que situó la relación mujer/política en el marco de la *desvalorización* y *ridiculización* femenina, aludiendo a la escasa capacidad genuina al respecto y las intenciones de participar en política motivadas por razones del orden emocional ligadas al rencor o la competición.

La *división de espacios* se evidenció ilustrativamente en varios segmentos y uno de ellos fue significativo al conjugar el ámbito de la cocina como femenino y, paradójicamente demarcar los límites de la participación profesional femenina en temas vinculados a compras, pago de impuestos, asignaciones universales familiares y por hijo, etc. En este ejemplo los turnos y las interrupciones marcaron el tempo de la palabra y, aunque retóricamente se apelara a “las señoras” que

saben del tema, quienes formulaban y defendían argumentalmente los temas eran los varones, asumiendo generalizaciones e incurriendo en un lenguaje sexista.

Lo anterior es solo un pantallazo para demostrar cómo estas estrategias enunciativas generaban un *espacio simbólico de disputa* donde cotidianamente se definían y redefinían -en radio- los márgenes de construcción de sentido sobre el acceso de subjetividades femeninas y feminizadas al mundo de lo público.

La distribución de la *palabra* y el *silencio* mediatizados -en articulación con los demás elementos y dimensiones de lo radiofónico como sistema expresivo-, demostraron tener relación con las concepciones que cada emisora construye sobre la palabra pública y el carácter político que le asignaran (y en qué medida) a las relaciones de género.

Incorporar la distribución de la palabra y el silencio a los análisis sumó elementos a la mirada y agudizó la escucha. El registro excedió entonces las violencias mediáticas asociadas al plano de la representación, para recuperar desde ellas diversas tensiones profundas de lo social, como lo es el reconocimiento y la naturalización.

Entendimos entonces que los marcos de inteligibilidad que la radio construye sobre las relaciones de género -al circunscribir ciertas identidades y prácticas al ámbito de lo privado-, generaban una exclusión simbólica que se expresaba en el discurso social mediatizado desde nuevas retóricas, reforzando el carácter binario, sexista y jerárquico de las mismas. Entendimos también que esta exclusión es un modo de reconocimiento que supone una participación diferencial de las voces mediatizadas. Así pudimos ampliar el enfoque al decir que la visibilidad de estas voces ya no implica sólo niveles de aparición/ausencia mediática, sino de participación diferencial en el consorcio de las voces públicas, y por lo tanto de audibilidad y reconocibilidad.

Marcos de interpretación: entre la representación, la distribución y el reconocimiento

La investigación citada, y de la que presentamos aquí algunos resultados, se situó desde un enfoque feminista aplicado para comprender la relación entre las condiciones económicas y políticas del campo periodístico, y la distribución y reconocimiento simbólico de la palabra, en función de la división sexual de los espacios consagrada por el orden de género imperante.

El estudio aportó -desde una perspectiva feminista latinoamericana- una mirada sobre los medios en su interrelación con el orden de lo político, lo económico y lo social, ya que consideró una *trama de factores* a tener en cuenta a la hora de analizar las violencias mediáticas. Poner la experiencia concreta de dos emisoras locales bajo el prisma de otras experiencias (como lo eran los antecedentes en la materia que hemos citado en este artículo) permitió entender la particularidad del contexto enunciativo y, a la vez, la universalidad del fenómeno estudiado en su profunda vinculación con las condiciones económicas y políticas de la reconocibilidad.

Releyendo el intenso intercambio entre Nancy Fraser y Judith Butler, recuperado por Boria y Morey (2010) pudimos comprender que el reconocimiento fue configurándose como la principal gramática de las demandas feministas en el *fin-de-siècle* (2010, p.20). Tas haber sido asociado inicialmente a los nuevos movimientos sociales de la década del 60, una segunda fase feminista se centró en el campo de la cultura y, particularmente en las políticas de identidad. El feminismo se vio imposibilitado de avanzar para revertir las injusticias de la economía política, y el viraje hacia las políticas de identidad apareció como un campo de indagación y acción viable. Fraser contextualiza este momento coincidentemente con el desgaste de la democracia social de base nacional bajo la presión del neoliberalismo global.

En este marco la crítica se centró en los prejuicios generados por los patrones androcéntricos de valor cultural o de las jerarquías de estatus de la sociedad capitalista. Se cuestionó el paternalismo del bienestar y la familia burguesa, se reveló el androcentrismo, y se politizó el espacio privado y la experiencia personal. Para Fraser, esto implicó extender los límites de la lucha más allá de la redistribución socioeconómica (Fraser, en Boria y Morey 2010:19).

Sin embargo, como el mismo enfoque descuidaba la economía política y los avances geopolíticos, no logró cuestionar efectivamente los estragos de las políticas de libre mercado ni la creciente ola del chovinismo de derecha. El

resultado fue un importante cambio en el imaginario feminista:

Mientras que la generación anterior persiguió un ideal de igualdad social ampliada, ésta invirtió la mayor parte de sus energías en el cambio cultural [...] Hubo una tendencia a subordinar las luchas sociales a las luchas culturales, y la política de redistribución a la política del reconocimiento. El resultado fue una ironía histórica y trágica [...] la subordinación se construyó como un problema de cultura y se disoció de la economía política (Fraser, 2010: 20-22).

La tercera fase nos habla de un feminismo deslocalizado (o situado en espacios transnacionales emergentes) operando con lógicas de *una política transnacional* (2010:16-17). En este imaginario político las ideas economicistas del feminismo fueron resignificadas y selectivamente incorporadas y el feminismo se reinventó a sí mismo como política de reconocimiento.

Fraser desarrolla entonces una alerta epistémica sobre el posmodernismo asociado al culturalismo y su disociación de la economía política. Sin embargo, su pensamiento intenta situarse en una perspectiva más dialéctica que dicotómica.

Para nosotros tanto el reconocimiento como la redistribución son *distinciones* analíticas, porque en la práctica ambas están íntimamente relacionadas. Las instituciones económicas tienen una dimensión constitutivamente cultural y toda práctica discursiva tiene una dimensión político económica, y ambas se refuerzan dialécticamente. En este sentido Boria y Morey señalan que *las desventajas económicas impiden la participación igualitaria en la producción de la cultura y en las esferas públicas cotidianas que resulta a menudo en una subordinación económica y cultura* (2010:37).

Judith Butler -a diferencia de Fraser-, señala que tanto género como sexualidad forman parte del modelo de producción capitalista donde lo material y lo económico poseen contornos muy poco nítidos (Butler, 2000: 112). La distribución no se subsume al reconocimiento y es por ello que desde esta perspectiva dualista interpreta y discute a Fraser. Butler (2004) asigna una importancia relevante a la dimensión simbólica y filosófica de reconocimiento. Partiendo de la tradición hegeliana que enlaza el deseo con el reconocimiento entiende que:

En ocasiones, los mismos términos que confieren la cualidad de humanos a ciertos

individuos son aquellos que privan a otros de la posibilidad de conseguir dicho estatus, produciendo así un diferencial entre lo humano y lo menos que humano. Estas normas tienen consecuencias de largo alcance sobre nuestra concepción del modelo de humano con derechos o del humano al que se incluye en la esfera de participación de la deliberación política. (2004: 14)

Morey describe la polémica Butler-Fraser como una *falsa dicotomía* entre reconocimiento cultural y redistribución económica (Morey, 2010:35). La autora acuerda con Butler respecto del anti-reduccionismo como criterio epistemológico que debemos salvaguardar, ya que es imposible sostener que existe un elemento primordial o prioritario en todo sentido en la vida social al cual reducir todos los demás elementos (Morey, 2010: 36). Al mismo tiempo señala que el posmodernismo cae en el problema de indistinción de los límites entre lo material y lo cultural, porque al atacar la unificación cae en la fragmentación, es decir, *ataca el materialismo y se olvida de los aspectos materiales en las explicaciones de los fenómenos* (Morey, 2010: 36).

A esta altura se hace imprescindible asumir una posición situada *entre* ambos términos, reconociendo que no hay discusiones teóricas anacrónicas sino, a menudo, escasas historizaciones y referenciación es sobre los términos que hemos presentado.

Los modos de construir y reconstruir mediáticamente los imaginarios sobre las relaciones de género se desarrollan bajo un *encuadramiento inadecuado (por misframing)*. Para Fraser, el encuadramiento inadecuado es un objetivo central de la política feminista en su fase transnacional (Fraser, 2010:31) e implica pensar una tercera dimensión de la justicia de género. En palabras de Fraser:

Llamo a esta tercera dimensión representación. Como yo la entiendo, la representación no sólo es cuestión de asegurar la expresión política equitativa para las mujeres en las comunidades políticas ya constituidas. Exige, además, re-encuadrar las discusiones sobre la justicia que no están debidamente contenidas en las políticas establecidas. Por lo tanto, al cuestionar el encuadramiento inadecuado, el feminismo transnacional está reconfigurando la justicia de género como un problema tridimensional, en el cual la redistribución, el reconocimiento y la representación deben estar integrados de manera equilibrada (Fraser, 2010: 31).

En este sentido, un estudio sobre el reconocimiento en radio no puede desconocer la redistribución como el tercer eslabón de un sistema

que enlaza subrepresentación femenina, escasos niveles de distribución y reconocimientos diferenciales en función de la noción de *diferencia sexual*.

Los marcos de inteligibilidad que la radio construye sobre las relaciones de género, ya dijimos, circunscriben ciertas identidades y prácticas al ámbito de lo privado y generan una exclusión simbólica que transversaliza el discurso social mediatizado y su código de funcionamiento en general (citación, fuentes, y orden del discurso). En el análisis pudimos constatar que la relación entre la presencia femenina desde la subrepresentación o directamente la ausencia de mujeres en el discurso radiofónico, en los puntos de vista sobre las narrativas, tópicas y retóricas tratadas, y las modalidades de negociación presentes en el diálogo radiofónico con innumerables interrupciones, silenciamientos, desvalorizaciones y ridiculizaciones sobre el orden de lo femenino y las prácticas e identidades feminizadas (como pudimos ver en las tres series), estaban presentes en ambas radios y generaban un espacio simbólico de disputa donde cotidianamente se definen y redefinen los márgenes de construcción de sentido y el acceso de subjetividades femeninas y femineizadas al mundo de lo público.

Ambas emisoras, desde los contratos propuestos a las audiencias y asociados a rutinas y convenciones del género periodístico, elaboraron modelos de identificación nosotros/ellos basados en figuraciones vinculadas a (y sobre) las relaciones de género que responden al orden de género binario y sexista. Como lo señalan los resultados del análisis, estos contratos operaron de acuerdo a tres funciones discursivas que identificamos como: *Actualizaciones, Variaciones y Disrupciones*.

Haber considerado la dimensión institucional como marco de análisis de ambas radios (LV3 comercial y Radio Nacional, estatal) nos permitió identificar diversas y diferenciales *estrategias discursivas* propias de los objetivos explícitos e implícitos de las emisoras, del diálogo intertextual que producen entre sí en el campo periodístico, y de los contratos de escucha propuestos a sus audiencias.

El análisis pudo demostrar que entre las agendas y tratamientos de ambas emisoras, existía una marcada diferencia al momento de reconocer su responsabilidad en el ejercicio de Violencias Mediáticas. La emisora pública asumía una posición de vanguardia al replantear -bajo las retóricas de la autocrítica sobre el oficio periodístico-, los modos de abordaje de cuestiones relacionadas a la agenda de género y diversidades. Aquí la condición institucional de producción, en el marco de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (vigente en la amplia mayoría de sus artículos al momento del análisis), cobra peso para entender dicho posicionamiento y su opuesto, es decir, las reacciones indiferentes y violatorias de la

misma norma, por parte de la emisora comercial, a través del ejercicio de diversas violencias mediáticas y la parodia del tema al aire.

Estas dos emisoras, situadas en extremos tipológicos, demostraron que todo orden es político y está basado en alguna forma de exclusión. La radio estatal registraba estar realizando un ejercicio anti ético al respecto, mientras que la comercial presumía de su soberbia fundamentada en índices de audiencia, contactos con el poder y, por supuesto, con la naturalización de la matriz de inteligibilidad que daba sustento a su decir, acumulando adhesiones por la iterabilidad del mensaje y la cita.

La inscripción institucional de ambas estrategias enunciativas (opuestas) demostró cómo es menester situar los contextos políticos y económicos de enunciación, porque de lo contrario cualquier aplicación de los indicadores del ejercicio de violencias mediáticas se asociaría a estilos particulares de conducción, o temáticas puntuales ajenas “al género” y desconocería la

articulación entre capitalismo y género, y la carga violenta que conlleva dicho orden de distribución, reconocimiento y representación.

Pensar la violencia mediática enmarcada en un proceso mayor como lo es la distribución económica de la palabra (ubicando lo dicho en las estructuras de propiedad de los medios y sus lógicas de organización empresarial) es un aporte desde la epistemología feminista, de la mano del imperativo por desmontar las relaciones de poder político y concentración mediática que sufren nuestros pueblos. La teoría crítica feminista puede ayudar en esa deconstrucción. Los aportes de la epistemología feminista en su apuesta analítica por integrar la dimensión económica, política, mediática y de género, y en su provisión de herramientas para visibilizar, denunciar y elaborar propositivamente alternativas al punto de vista sexista y androcéntrico de la cultura, ayudaron a construir una nueva categoría: la *violencia mediática de género como sistema semiótico* (VMGSS).

Conclusiones. El *frame* de la violencia mediática de género como sistema semiótico

El enfoque que elaboramos parte de entender la violencia mediática de género (VMG) como un sistema signifiante que articula mecanismos de base del funcionamiento social bajo el principio funcional de la violencia de género, es decir, que restaura el orden simbólico de la cultura a través de múltiples estrategias, combinando los elementos integrantes del sistema, a fin de reproducir su funcionamiento.

La VMG utiliza la plataforma mediática para su reproducción porque en ella convergen modalidades de enunciación, tópicos, retóricas, saberes técnicos e instrumentales, y tradiciones filosóficas y políticas, voces mediatizadas y tecnología de contacto. Aunque su aplicación sea reductible a mediciones de presencia/ausencia mediática, es una categoría que da cuenta de un complejo sistema semiótico cuya potencialidad radica en que demuestra cómo operan una serie de relaciones complejas en (y *entre*) tres dimensiones: la violencia, el género, y lo mediático.

Como sistema signifiante desborda los análisis centrados en la dimensión del lenguaje y nos habilita a repensar el discurso mediático desde los regímenes de visibilidad/reconocimiento que pone en juego, y los cruces con el dominio de lo público, lo privado y lo político como un complejo entramado de condiciones de producción discursivas (Verón:1987) que articula, en el ámbito mediático, la legitimación sociocultural de la jerar-

quización de las relaciones de género en base a la diferencia sexual.

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

Enfocar el problema de la VMG como una *manifestación* evidente de la actualización de cierta tradición cultural y profesional nos haría ver el árbol y perdernos de la perspectiva del bosque. De este modo, el lenguaje, los medios técnicos, los marcos de reconocibilidad de los que disponen las audiencias -entre otros-, son puntos nodales donde se tensionan y distienden las articulaciones posibles entre género, Violencia de género y medios de comunicación. Hablamos entonces de configuraciones en lugar de manifestaciones de la VMG.

Las tácticas y estrategias de poder y resistencia que entran en juego ya no son mediáticas, sino mediatizadas. El efecto de la VMG no es producto de las combinatorias internas de su lenguaje, sino de este complejo entramado de relaciones pre-visibles, y de sus puntos de fuga y resistencias.

Estas relaciones que se evidencian en el lenguaje radiofónico son parte de tramas de poder que

operan en todas las culturas mediatizadas. Sin embargo en América Latina la realidad compleja respecto de los derechos de la comunicación y la información configura un mapa común. En la avanzada de un contexto jurídico y político que subvierte las cargas y reinscribe la distribución (económica) de la propiedad de los medios -bajo un esquema hartó conocido de concentración monopólica-, la distribución (simbólica) de la palabra se ve seriamente afectada, dado que su condición de posibilidad consiste, fundamentalmente, en el reconocimiento del valor y la visibilidad de las existencias en su diversidad y pluralidad.

Los derechos de la comunicación se ven tensionados hoy entre un conservadurismo retractor (propuesto desde los centros de poder mundial) que intenta inscribir lógicas económicas sobre los derechos de las mujeres y la diversidad, y las disputas sociales por el sostenimiento de aquellas conquistas que significaron ampliación de *Frames* de reconocimiento.

Chantal Mouffe dirá que *una sociedad democrática liberal pluralista no niega la existencia de conflictos, sino que proporciona las instituciones que les permiten ser expresados de un modo adversarial* (2011:37). En las emisoras analizadas el antagonismo estuvo dado en el plano de la política partidaria porque, en sus posicionamientos sobre el orden de género, ambas emisoras ejercieron violencias mediáticas (aunque se diferenciaron por su gradualismo). Esto nos lleva a reflexionar acerca de las políticas institucionales como condiciones de producción y a demostrar que, respecto de las relaciones de género, ambas instituciones compartían presupuestos y convenciones.

El recorrido de este artículo abre nuevos desafíos. Uno de ellos consiste en superar la perspectiva del modelo adversarial de la política, ya que hemos visto que diferentes propuestas periodísticas pudieron hacer un uso estratégico del género para disputar sentidos políticos conexos. El desafío está en poder *reconocer* al género de maneras menos técnicas e instrumentales (como lo vimos en los eventuales usos estratégicos que se hizo del género para la disputa por el sentido mediatizado), para comenzar a pensarlo en su dimensión político-ideológica, vinculando la palabra enunciada con el orden de lo dicho, y los dispositivos que entran en juego cuando esa palabra es mediática como dispositivos de enunciación y de poder.

El contexto actual ha hecho un giro de 180° y los medios -que estaban al servicio de ese modelo adversarial del pluralismo democrático liberal-, se encuentran en otro escenario. El clima de época pospolítico nos indica un retroceso hacia discursos conservadores que legitiman el ejercicio de violencias mediáticas desde retóricas que aluden a la libertad de expresión y de em-

presa, y desconocen (en un acto político) el conflicto estructural: las relaciones de género como relaciones de poder. Bajo esta lógica liberal -signada por el interés lucrativo-, la violencia mediática es restituible en una dimensión monetaria que vendría a saldar "el error" e insiste en personalizar un fenómeno que bien describimos, alude a funcionamientos de lo social y de los institucional.

El desafío agonístico está en repolitizar las significaciones sociales sobre el género (como relaciones de poder), evitar las simplificaciones teóricas y reduccionismos epistémicos del feminismo en el campo del periodismo, y aceptar la existencia del conflicto como variable permanente y potencial para disputar sentido en la arena social.

Bajo la retórica de la democratización de las comunicaciones, los discursos neoconservadores han logrado re-articularse e ingresar nuevamente a espacios protagónicos que otrora estaban siendo ocupados por voces disidentes, desafiantes, irreverentes. El giro conservador en la comunicación hoy (tanto en sus políticas como en sus prácticas académicas y profesionales) insiste en la aplicación de la norma, resituado en el paradigma interpretativo sobre las bases de la diferencia sexual, despreciando nuevos marcos de reconocimiento recientemente conquistados para colectivos sociales como los de las mujeres empoderadas, la comunidad LGTTBIQ, o las nuevas masculinidades.

La discusión se avizora por el lado del *reconocimiento*, de lo que hoy entendemos por sus umbrales necesarios, posibles, y deseables. Dado que la *representación* mediática es una carta con dos caras, la disputa vuelve a situarse en los marcos, y no ya en el ingreso o exclusión a ellos.

Participar, lograr visibilidad y/o permanecer, no son variables que en este contexto comunicacional conduzcan necesariamente a la configuración de mundos donde quepamos todos, y mediatizaciones que así lo interpreten. Escuchar las voces de la opresión en primera persona, cuando los marcos se han ensanchado de tal modo que la palabra del amo es la se autorepresenta como representación de la carencia, y convence al subalterno de que le representa, implica una reflexión profunda.

Quizás, el murmullo ensordecedor de la disidencia pueda despertar oídos, y la mediatización de lo vivido empiece a mostrar rupturas con la experiencia de la vivencia. En esa fisura los silencios cobran valor y los silenciamientos se comprenden como algo más que simples ausencia de palabra, como lo que son: un ejercicio biopolítico sobre nuestro derecho humano a la comunicación y libre expresión. Lo bueno es que el oído humano es el único sentido humano que nunca duerme.

Bibliografía

- Ayala, J. G. (2010). "Producción informativa e mecanismos de reproducción de estereotipos de género en los medios de comunicación". En Álvarez Pousa, L. y Puñal Rama, B., *Claves para una información non sexista*. España: Atlántica.
- Boria, A. y Morey, P. (comp.) (2010). *Teoría Social y Género. Nancy Fraser y los dilemas teóricos contemporáneos*. Buenos Aires: Catálogos.
- Butler, J. (2010a). "Marcos de guerra". En Butler, J. y de Guerra, M., *Las vidas lloradas*. Madrid: Espasa.
- Fraser, N. (1997). *Iustitia interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*. Bogotá: Universidad de los Andes.
- López Díez, P. (2001). *Representación de Género en los Informativos de Radio y Televisión. Primer informe*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE.
- Morales, P. (2017). *Violencia Mediática: Un abordaje socio semiótico sobre el tratamiento de las relaciones de Género en el discurso radiofónico* (Tesis de Doctorado). CEA-UNC (En prensa).
- Mouffe, C. (2011). *En torno a lo político* (Nº 32). Fondo de Cultura Económica.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas mediáticas: O cómo se cuenta la sociedad de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Villamayor, C. (2008). *La subjetividad oxidada*. México: ALAIC.

Online

- Encuesta Nacional de Consumos Culturales y Entorno Digital* (2013) elaborada por la Secretaría de Cultura de la Nación. Recuperado de http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/encuesta_nacional_de_consumos_culturales_2013.pdf
- Informe Cispren (2013) *Provincia de Córdoba un Mapeo sobre la configuración mediática cordobesa* (Período 2012-2013). Sindicato de Periodistas de Córdoba (Cispren). Recuperado de <https://www.cispren.org.ar/>
- Informe sobre la distribución por sexo de los tiempos de palabra en los informativos de las televisiones públicas andaluzas* (2013) Recuperado de <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/informes/2014/09/informe-sobre-la-distribucion-por-sexo-de-los-tiempos-de-pala>
- Informe sobre la presencia de la violencia de género en los informativos de las televisiones públicas andaluzas* (2015) Recuperado de <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/informes/2016/11/informe-sobre-la-presencia-de-la-violencia-de-genero-en-los-i>
- Ley 26.485 de Protección Integral para Prevenir, Sancionar, y Erradicar la violencia contra las mujeres en los ámbitos en que desarrollen sus relaciones interpersonales. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/152155/norma.htm>
- Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/155000-159999/158649/norma.htm>
- Proyecto de Monitoreo Global de Medios* (2015). Recuperado de www.whomakesthenews.org (5 de Noviembre de 2017).