

**UNED**

Escuela  
Internacional  
de Doctorado

**EIDUNED**

# **TESIS DOCTORAL**

**2020**



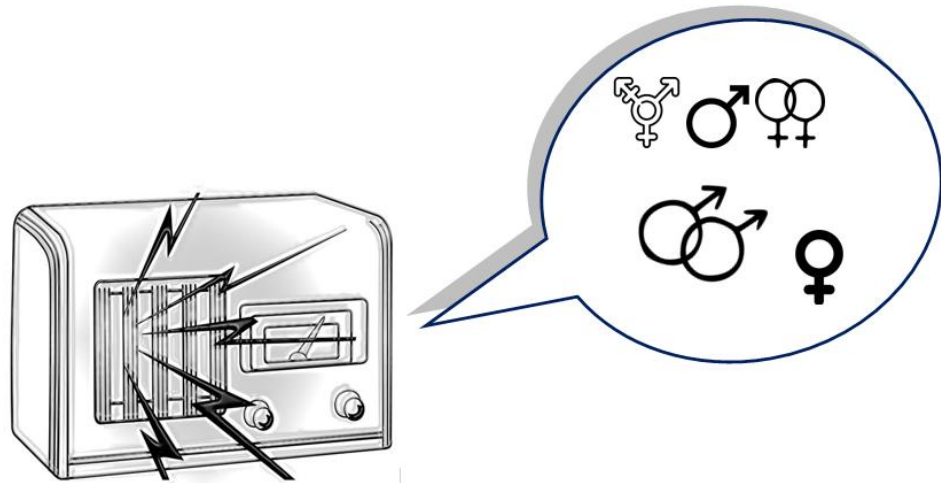
**DISCURSO, GÉNERO Y  
ORIENTACIÓN DEL DESEO  
EN LA FONOSFERA  
RADIOFÓNICA**

**JOSE MANUEL  
FRASQUIER MARCHAL**

**PROGRAMA DE DOCTORADO EN EDUCACIÓN**

**DIRECTORA: DRA. SONIA MARÍA SANTOVEÑA CASAL**





“Los que nacimos con la radio llevamos en el corazón esa R mayúscula de nuestras vidas. Gracias a la radio aprendimos a leer y aprendimos sintaxis, experimentamos, sin saberlo aún, qué beneficios tenía la lectura para la imaginación y para la inteligencia, y aún hoy, a pesar de la aparición de otros medios, algunos desmedidos, residentes en Internet, viajamos por la vida con la Radio a cuestas. No sabemos vivir sin la Radio, es la R que nos persigue desde nuestra infancia”.

(Cruz, 2018).



## Agradecimientos

Quiero dar las gracias a cada persona que ha compartido su tiempo, en menor o mayor medida, para ayudarme en la elaboración de este trabajo.

Quiero dar las gracias a cada persona que ha invertido su dedicación para ayudarme a construirlo.

Quiero darte a las gracias a ti porque vas a empezar a utilizar tu tiempo y tu dedicación para leerlo. Y también para disfrutarlo y ampliar tus conocimientos.



## Dedicatoria

A quienes utilizan sus ideas manifestándolas a través de la articulación discursiva con la que pretenden conseguir una sociedad en la que quepa todo el mundo.

“Sería importante difundir mensajes de tolerancia a través de los medios de comunicación (TV, radio, prensa, Internet, redes sociales...), ya que estos medios son instrumentos privilegiados para fomentar la empatía y tolerancia hacia la diversidad en general y la sexual en particular, eliminando estereotipos y prejuicios”.

(Landazabal & Larrain, 2020:88).





## Índice

<b>BLOQUE 0. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
Resumen.....	7
El origen y la motivación que envuelven este trabajo .....	11
Las cuestiones que se plantean .....	15
El objetivo principal. Los objetivos específicos. ....	19
Estructura de la tesis doctoral .....	21
<b>BLOQUE 1. EL MARCO TEÓRICO. LOS FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>25</b>
<b>CAPÍTULO 1. La educación de índole informal, una herramienta para el aprendizaje del género y de la orientación del deseo .....</b>	<b>31</b>
1.1.- La educación en el aprendizaje del género y de la orientación del deseo .....	31
1.2.- La diferenciación sexual didáctica .....	35
1.3.- El aprendizaje permanente .....	38
1.4.- La educación a través de la informalidad .....	40
1.5.- Los medios de comunicación y su poder de influencia a través de la informalidad en la conceptualización del género y la orientación del deseo.....	44
1.6.- La radio como herramienta para el aprendizaje del hecho cultural.....	48
<b>CAPÍTULO 2. El género.....</b>	<b>51</b>
2.1.- El género y el sexo .....	52
2.1.1.- El sexo como hecho biológico de la diferenciación .....	53
2.2.- Género, sociedad y modelos referenciales .....	56
2.2.1.- Un constructo social.....	58
2.2.2.- La binariedad: femenino vs. masculino .....	60
2.2.3.- Los estereotipos y prototipos, patrones para normar .....	62

2.3.- Género e identidad.....	65
2.3.1.- La identidad de género.....	66
2.3.2.- La transexualidad.....	68
2.3.3.- Alternativas a los modelos clásicos: las teorías performativas, la teoría <i>queer</i> y la contrasexualidad.....	70
2.4.- Género y poder .....	74
2.4.1.- El marco contextual patriarcal y androcéntrico .....	75
2.4.2.- Las relaciones asimétricas .....	77
2.4.3.- Los roles sociales normativos .....	80
2.4.4.- La construcción sexista del lenguaje .....	83
2.4.5.- Las manifestaciones discursivas de un lenguaje sexista.....	87
<b>CAPÍTULO 3. La orientación del deseo.....</b>	<b>93</b>
3.1.- Orientación, sociedad y modelos referenciales .....	94
3.1.1.- La orientación del deseo diversa.....	95
3.1.2.- La homosexualidad .....	97
3.1.3.- Los arquetipos homosexuales .....	99
3.2.- Orientación y poder .....	101
3.2.1.- Un escenario heteronormativo .....	102
3.2.2.- La construcción homofóbica del lenguaje .....	104
3.2.3.- El lesbianismo en un contexto patriarcal y androcentrista.....	105
<b>CAPÍTULO 4. La radio .....</b>	<b>109</b>
4.1.- Radio, poder e ideología.....	110
4.1.1.- El valor de la influencia mediática .....	112
4.1.2.- La locución institucionalizada .....	115
4.1.3.- La persuasión como objetivo .....	117
4.1.4.- La jerarquización de los contenidos: focalización y silenciamiento.....	120

4.2.- La transmisión imago-acústica .....	124
4.2.1.- La propagación <i>off-line</i> y la difusión <i>on-line</i> .....	125
4.2.2.- Géneros y formatos .....	129
4.2.3.- La fuerza de la palabra hablada y su seducción: radiogenia y eufonía.....	131
4.2.4.- La articulación del discurso. La prosodia, la pragmática y la paralingüística .....	136
4.3.- La construcción y la representación a través de las ondas radiofónicas.....	138
4.3.1.- Los varones y las mujeres. El discurso de género .....	140
4.3.2.- La construcción tímbrica asociada al género .....	146
4.3.3.- El discurso LGTBI.....	151
4.3.4.- La construcción tímbrica LGTBI.....	156
<b>CAPÍTULO 5. El estado de la cuestión .....</b>	<b>159</b>
5.1.- El género en los medios de comunicación masivos .....	162
5.2.- Los colectivos LGTBI en los medios .....	164
5.3.- El género y la orientación del deseo en el medio radiofónico.....	167
<b>BLOQUE 2. LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>179</b>
<b>CAPÍTULO 6. La metodología para el análisis del discurso radiofónico .....</b>	<b>183</b>
6.1.- Instrumentación de análisis y recogida de datos .....	184
6.2.- Primer instrumento de análisis. El estudio del discurso radiofónico desde el enfoque cualitativo.....	184
6.3.- Diseño y estructura de la investigación .....	187
6.4.- El ACD o Análisis Crítico del Discurso .....	188
6.5.- Realización de un ACD sobre la narrativa radiofónica .....	189
6.6.- La población y la muestra.....	196
6.6.1.- Definición de la población por tipología de programación, cobertura geográfica y temporalidad de las emisiones.....	196

6.6.2.- Selección muestral por agrupamiento o conglomerados .....	200
6.6.3.- La población y muestra de este trabajo: los espacios de cinco cadenas de radio convencionales y dos plataformas especializadas que emiten en territorio español.....	206
6.7.- Procedimiento de trabajo .....	218
6.8.- Construcción de un corpus oral radiofónico.....	221
6.8.1.- Las categorías discursivas del corpus oral. Su justificación y sus objetivos .....	223
6.8.1.1.- La ordenación de las categorías cualitativas de orden emergente e inductivo, codificación axial y clasificación politómica .....	225
6.8.1.2.- El trazado de las fichas para materializar el análisis .....	227
6.9.- Segundo instrumento de análisis. Los grupos de discusión, su justificación y sus objetivos.....	230
6.9.1.1.- Realización de tres grupos: composición, ubicación espacio-temporal y moderación .....	233
6.9.1.2.- Los asuntos a tratar. Propuestas para la realización de un debate que origine reflexiones .....	236
6.9.1.3.- La técnica para su análisis .....	241

**BLOQUE 3. UN ANÁLISIS DEL DISCURSO RADIOFÓNICO DE ORDEN CUALITATIVO, INDUCTIVO Y NATURALISTA .....** 245

**CAPÍTULO 7. Análisis cualitativo del discurso radiofónico desde la perspectiva del género .....** 253

7.1.- El doble valor de lo masculino. El género no marcado .....	253
7.1.1.- La ciudadanía y la etnicidad .....	254
7.1.1.1.- La ciudadanía .....	255
7.1.1.2.- Los gentilicios .....	255
7.1.1.3.- La etnicidad .....	257
7.1.2.- El parentesco generalizador .....	258

7.1.2.1.- El hijo, el padre y el abuelo.....	258
7.1.2.2.- Los hijos, los padres y los abuelos.....	259
7.1.2.3.- Los parentescos en singular y en plural.....	261
7.1.3.- La niñez y la adolescencia.....	263
7.1.3.1.- El niño y el chico.....	263
7.1.3.2.- Los niños y los chicos.....	264
7.1.4.- El hombre, ¿varón o persona?.....	267
7.1.4.1.- Un hombre, un varón.....	268
7.1.4.2.- Un hombre, una persona.....	269
7.1.5.- ¿Quiénes?, <i>el que</i> y <i>los que</i> .....	270
7.1.6.- Vocablos masculinizados. <i>El hado</i> y <i>la líder</i> .....	272
7.1.7.- La radio que se dirige a los varones exclusivamente.....	273
7.1.8.- Otros casos: el cliente, el amigo, el presidente y el usuario.....	276
7.2.- Jerarquía de desigualdades. Las representaciones asimétricas.....	281
7.2.1.- La no concordancia gramatical de género.....	282
7.2.1.1.- Términos que referencian a personas.....	283
7.2.1.2.- Vocablos que no mencionan a personas.....	286
7.2.2.- La representación nominal de género.....	291
7.2.2.1.- Ellas por su nombre de pila, ellos por su apellido.....	292
7.2.2.2.- <i>Julia en la onda</i> vs. <i>Herrera en la onda</i> .....	294
7.2.2.3.- El presidente Rajoy y la vicepresidenta Soraya.....	295
7.2.2.4.- Esperanza (Aguirre) no tiene apellido.....	297
7.2.2.5.- Candidaturas al PSOE: Pedro Sánchez y Susana.....	297
7.2.3.- El caso judicial del clan Pujol. El patriarca, primero.....	301
7.2.4.- Ellos en el espacio público y ellas en el privado.....	304
7.2.5.- La mujer silenciada.....	307

7.2.6.- Imanol Arias y Ana Duato. <i>Cuéntame</i> , la entrevista diferenciada de género .....	311
7.3.- Los duales aparentes y los vocablos ocupados .....	314
7.3.1.- Términos y expresiones de uso generalizado .....	315
7.3.2.- Lo <i>coñazo</i> y <i>tener huevos</i> .....	318
7.3.3.- Cualidades sin equivalentes. La violencia es masculina, los lloros son femeninos .....	320
7.3.4.- El timbre vocálico diferenciado .....	322
7.4.- Las viejas profesiones masculinas, las nuevas femeninas .....	325
7.4.1.- Los gremios y colectivos profesionales .....	326
7.4.2.- El abogado, el jefe, el doctor y el empleado, entre otros .....	333
7.5.- La mujer representada en los espacios profesionales de la judicatura y la fiscalía .....	337
7.5.1.- Una mujer que es la juez, la jueza y el juez .....	337
7.5.2.- Dimisión del Fiscal General del Estado, ¿hay candidato o candidata?.....	340
7.5.3.- La nueva Fiscal General del Estado .....	344
7.6.- Los vocativos de apelamiento como forma de tratamiento .....	348
7.6.1.- El desequilibrio de género en las formas afectivas .....	349
7.6.2.- La señorita, la señora y el señor, ¿cortesía?.....	350
7.6.3.- Unidades fraseológicas: ¡Hombre!, ¡macho!, ¡madre mía! .....	352
7.7.- La estereotipación de género .....	355
7.7.1.- Ellas, objetos sexuales e iconos estéticos .....	356
7.7.2.- La decoración, la moda y las muñecas, para ellas. El bricolaje y la automoción, para ellos .....	362
7.7.3.- Las princesitas y los futbolistas .....	368
7.7.4.- Ellas son encantadoras, preciosas, chismosas y compradoras compulsivas .....	372
7.7.5.- Ellos tienen varias novias, el objetivo de ellas es el casamiento .....	374

7.7.6.- La suegra, la maruja, la viborilla y <i>la churri</i> .....	376
7.8.- Los roles normativos de asociación.....	378
7.8.1.- Las madres .....	379
7.8.2.- Las amas de casa y las limpiadoras .....	386
7.8.3.- Las cuidadoras .....	389
7.9.- La representación de las mujeres en los espacios radiofónicos.....	392
7.9.1.- 8 de marzo. El Día Internacional de la Mujer .....	393
7.9.2.- Las mujeres en el universo del deporte.....	400
7.9.2.1.- Un caso: la entrevista a Mireia Belmonte .....	401
7.9.3.- Las mujeres representadas por sí mismas .....	404
7.9.3.1.- La mujer que se refiere a sí misma mediante la palabra <i>uno</i> .....	405
7.9.3.2.- La mujer que se refiere a sí misma utilizando términos de género gramatical masculino.....	407
7.9.3.3.- Mujeres que nombran a otras mujeres.....	408
7.9.4.- Las mujeres en la política y en la literatura .....	411
7.9.4.1.- El nuevo gobierno griego .....	412
7.9.4.2.- Margaret Thatcher, <i>La Dama de Hierro</i> .....	413
7.9.4.3.- Rosalinda Fox en <i>Un jardín al norte</i> .....	414
7.9.5.- La mujer de... ..	418
7.9.6.- La violencia contra las mujeres .....	420
7.9.7.- Otros discursos de representación de la mujer.....	421

**CAPÍTULO 8. Análisis cualitativo del discurso radiofónico desde la perspectiva de la orientación del deseo .....** 425

8.1.- La estereotipación que atiende a la orientación del deseo.....	425
8.1.1.- El gay es blando y se mueve en un mundo de color y fantasía.....	425
8.1.2.- Los varones gays y las mujeres heterosexuales .....	428
8.2.- La representación de la población LGTBI en los espacios radiofónicos .....	429

8.2.1.-	Informaciones que referencian a la homosexualidad específicamente .....	430
8.2.1.1.-	Persecución de los delitos de odio.....	430
8.2.1.2.-	Agresiones .....	431
8.2.1.3.-	Un caso: las entrevistas a Boris Izaguirre .....	432
8.2.1.4.-	Otros discursos .....	433
8.2.2.-	Informaciones que referencian a lo <i>queer</i> y a <i>las drag queens</i> .....	436
8.2.3.-	La celebración del Orgullo LGTBI en la radio .....	438
8.2.4.-	El contexto heteronormativo como modelo exclusivo de convivencia .....	443
8.2.4.1.-	El matrimonio, la pareja y la familia implícitamente heterosexuales ..	444
8.2.4.2.-	El matrimonio, la pareja y la familia explícitamente heterosexuales..	447
8.2.5.-	Reivindicación de la visibilidad LGTBI .....	450
8.2.6.-	El silenciamiento del lesbianismo en un universo homosexual masculinizado .....	451
8.2.7.-	La homofobia, la transfobia y la lesbifobia .....	453

**BLOQUE 4. EL ANÁLISIS DE LA NARRATIVA DE TRES GRUPOS DE DISCUSIÓN. LAS OPINIONES DEL PROFESORADO, EL ALUMNADO Y LA AUDIENCIA RADIOFÓNICA .....** 455

**CAPÍTULO 9. La discusión acerca de las reflexiones vertidas sobre la radio, la educación, el género y la orientación del deseo .....** 461

9.1.-	El género y la orientación del deseo. Las formas en las que se manifiestan ....	461
9.1.1.-	El sexo es biológico y el género una manifestación cultural. La orientación del deseo queda reducida a la atracción sexual .....	462
9.1.2.-	La binariedad como expresión exclusiva.....	464
9.1.3.-	La transexualidad también existe.....	466
9.1.4.-	Los convencionalismos y el uso social influyen poderosamente en la adquisición de la identidad de género y la orientación del deseo .....	468



9.1.5.- La educación, una herramienta determinante que actúa sobre el género y la orientación.....	470
9.1.6.- La educación formal segrega a los géneros: ellas enfermeras, ellos ingenieros .....	472
9.1.7.- Los roles se establecen según unas imposiciones marcadas por los prejuicios .....	474
9.2.- El género y la orientación del deseo en el medio radiofónico.....	478
9.2.1.- El relato radiofónico influye sobre la ciudadanía .....	479
9.2.2.- Las representaciones de la mujer giran sobre su aspecto físico e íntimo. Las del varón acerca de sus logros profesionales .....	481
9.2.3.- Para la locutora el papel ornamental y festivo, para el locutor el dominio de la palabra y el contenido relevante.....	483
9.2.4.- El timbre masculino es más creíble que el femenino.....	487
9.3.- Los casos concretos. ¿Cómo se expresan y manifiestan el género y la orientación en la discursiva radiofónica específica que pertenece a la población y muestra de este trabajo?.....	490
9.3.1.- Mireia Belmonte, la medallista olímpica que solo interesa por su aspecto físico y estético.....	491
9.3.2.- Las niñas son princesas y las mujeres hembras encantadoras .....	494
9.3.3.- Representación nominal de la alta jerarquía política: Rajoy es más porque tiene apellido, Soraya es menos porque solo tiene nombre de pila.....	496
9.3.4.- La masculinización de la jueza y la fiscal.....	498
9.3.5.- La moda es cosa de mujeres .....	500
9.3.6.- A las niñas les gusta maquillarse, es lo natural.....	501
9.3.7.- Los roles diferenciados para ellos y para ellas.....	504
9.4.- Las opiniones de los grupos que pertenecen al ámbito educativo: profesorado y alumnado.....	505
9.4.1.- El profesorado reconoce la gran influencia que tienen las representaciones y el lenguaje que utiliza en el aula .....	506

9.4.2.- El alumnado piensa que lo enseñado será lo aprendido y lo reproducido . 509

**CAPÍTULO 10. Las conclusiones extraídas sobre la discursiva grupal..... 517**

10.1.- El sexo, el género y la orientación..... 517

10.2.- El gran valor de la educación ..... 518

10.3.- La influencia del medio radiofónico en la construcción, el tratamiento y las representaciones del género y de la orientación del deseo ..... 520

10.4.- El lenguaje utilizado en los grupos de discusión no es inclusivo..... 523

**BLOQUE 5. LA DISCUSIÓN Y LAS CONCLUSIONES ACERCA DEL TRATAMIENTO Y LAS REPRESENTACIONES RADIOFÓNICAS DEL GÉNERO Y DE LA ORIENTACIÓN DEL DESEO..... 525**

**CAPÍTULO 11. La discusión de los resultados ..... 531**

11.1.- La discusión del objetivo principal. El universo masculino heterosexual ocupa la hegemonía sistemáticamente..... 531

11.2.- La discusión del primer objetivo específico. Los patrones lingüísticos y sociales utilizados para la representación nominal y semántica del género y de la orientación del deseo. .... 537

11.2.1.- El modelo heteronormativo y binario queda convertido en el referencial para nombrar al género y a la orientación..... 537

11.2.2.- Todo se nombra utilizando el género gramatical masculino, también para referirse al universo femenino..... 539

11.2.3.- Las expresiones *el hombre* y *el que* se utilizan para citar también a las mujeres ..... 541

11.2.4.- La representación nominal: ellos tienen nombre y apellido, ellas solo nombre de pila..... 543

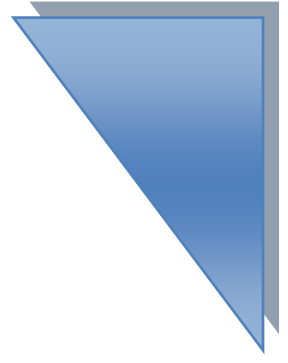
11.2.5.- Las formas de alusión y apelación vocativas: *niña* y *jovencita* para ellas, *señor* para ellos ..... 546

11.2.6.- Las dualidades aparentes son asimétricas: <i>él tiene cojones y ella es un coñazo</i> , la heterosexualidad es la formalidad y la homosexualidad la banalidad .	547
11.3.- La discusión del segundo objetivo específico. La estereotipación y los roles identitarios, sociales y profesionales asignados a la población LGTBI, y a la mujer y al varón heterosexuales .....	550
11.3.1.- Las mujeres son iconos estéticos y las niñas princesas.....	550
11.3.2.- Una mujer no es plena sino es madre, o como el rol maternal es inherente al género femenino .....	553
11.3.3.- A él le pertenece el ámbito del automovilismo y el bricolaje, pero no el de la moda y la vestimenta.....	555
11.3.4.- El gay es blando y se desenvuelve en un mundo de color .....	556
11.3.5.- La jueza y la fiscal se convierten en la juez y el fiscal .....	557
11.3.6.- El silenciamiento de la científica. Las enfermeras son enfermeros .....	564
11.4.- La discusión del tercer objetivo específico. Los espacios de ubicación y exclusión de las mujeres y los colectivos LGTBI.....	566
11.4.1.- Ellas en el espacio privado del hogar, ellos en el público profesional ....	566
11.4.2.- Las cualidades sin equivalentes: a ellos les corresponde el comportamiento violento y a ellas el sentimental .....	570
11.4.3.- El deporte pertenece al varón heterosexual .....	571
11.4.4.- El silenciamiento de la mujer heterosexual .....	574
11.4.5.- La homosexualidad es anormal.....	577
11.4.6.- El doble silenciamiento de la lesbiana .....	578
11.5.- La discusión del cuarto objetivo específico. El tratamiento con el que se ejecutan la construcción, articulación y difusión de la discursiva específica que referencia a la mujer y a los grupos LGTBI .....	580
11.5.1.- La mujer en su Día Internacional se reivindica, también como madre....	580
11.5.2.- La exigencia de derechos igualitarios y de visibilización cargada de estereotipos en el Orgullo LGTBI.....	583
11.5.3.- La mujer se representa a sí misma masculinizándose.....	587

11.5.4.- Al gay le gustaría ser y sentirse como una mujer heterosexual .....	588
<b>CAPÍTULO 12. Las conclusiones .....</b>	<b>591</b>
12.1.- Las conclusiones del objetivo principal. El discurso radiofónico se construye referenciándolo en nuestro modelo social contemporáneo cimentado en parámetros androcéntricos, patriarcales y heteronormativos de estructura binaria .....	591
12.2.- Las conclusiones del primer objetivo específico. La representación nominal universaliza el género gramatical masculino .....	593
12.3.- Las conclusiones del segundo objetivo específico. La maternidad y la atracción estética es inherente al género femenino, el deporte y la violencia al masculino heterosexual .....	594
12.4.- Las conclusiones del tercer objetivo específico. La mujer en el espacio privado del hogar, el varón en el profesional público, reconocido y remunerado .....	597
12.5.- Las conclusiones del cuarto objetivo específico. La mujer y los grupos LGTBI se reivindican utilizando la estereotipación .....	598
<b>CAPÍTULO 13. Aportaciones para la reflexión .....</b>	<b>601</b>
<b>CAPÍTULO 14. Guías de lenguaje no sexista. Una propuesta para el ejercicio y la práctica discursiva de inclusión del género y de la orientación del deseo .....</b>	<b>605</b>
14.1.- Utilización del lenguaje inclusivo en el aula .....	606
14.2.- Recomendaciones para evitar las representaciones sexistas en los medios ...	607
<b>Bibliografía.....</b>	<b>609</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>653</b>
Anexo 1.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado <i>El aspecto físico de la mujer</i> .....	653
Anexo 2.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado <i>La moda es cosa de mujeres porque ellos son unos ceporros y unos desastres</i> .....	655

Anexo 3.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado <i>Las niñas son princesas y las mujeres hembras encantadoras</i> .....	657
Anexo 4.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado <i>Los roles diferenciados</i> .....	659
Anexo 5.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado <i>La fiscalía y la jueza</i> .....	661
Anexo 6.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado <i>Rajoy y Soraya</i> ..	663
Anexo 7.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado <i>Entrevista a la deportista olímpica Mireia Belmonte en El larguero</i> .....	665
Anexo 8.- Transcripción de los discursos producidos en el grupo formado por la audiencia radiofónica .....	669
Anexo 9.- Transcripción de los discursos producidos en el grupo formado por el alumnado.....	691
Anexo 10.- Transcripción de los discursos producidos en el grupo formado por el profesorado .....	723
Anexo 11.- Validación de los grupos de discusión.....	753
Anexo 12.- Relación de páginas para la consulta de las informaciones cuyo contenido forma parte de la muestra estratificada .....	755
<b>Índice de figuras</b> .....	<b>757</b>
<b>Índice de gráficos</b> .....	<b>759</b>
<b>Índice de ilustraciones</b> .....	<b>761</b>
<b>Índice de tablas</b> .....	<b>763</b>

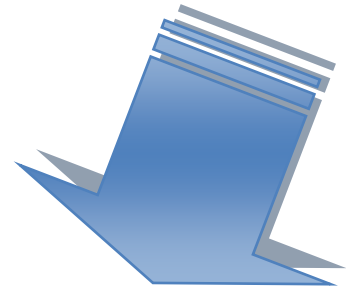




# **BLOQUE 0. INTRODUCCIÓN**







"Sé que cuando alguien sube aquí y pronuncia un discurso, el público aplaude y ahí acaba todo. Queridos hermanos y hermanas, no estoy aquí para entrar en detalles sobre los problemas a los que nos enfrentamos. Estoy aquí, como todos, para buscar una solución a estos problemas. Y puede que ustedes se estén preguntando: ¿cuál es la solución? **Yo creo que la única solución es ¡educación, educación y más educación!**

Con esta poderosa arma podemos combatir la violencia, el terrorismo, el trabajo infantil y la desigualdad. Las únicas herramientas necesarias son un lápiz y un libro para guiarnos en nuestro camino hacia un futuro mejor para todas las personas".<sup>1</sup>

(Yousafzai, 2013).

---

<sup>1</sup>Fragmento del discurso que pronunció Malala Yousafzai, activista en favor del derecho de las niñas afganas a la educación, durante la ceremonia en la que Amnistía Internacional le concedió el premio *Embajadora de Conciencia 2013* celebrada en Dublín.



El 10 de diciembre de 2014 las radios de todo el mundo difundieron en sus programas el discurso que una joven de tan solo 17 años pronunció en el Ayuntamiento de Oslo, Noruega. En él agradecía que se le otorgara el Premio Nobel de La Paz cuya motivación en palabras del Comité Noruego del Nobel, la institución que lo entrega, fue: "For their struggle against the suppression of children and young people and for the right of all children to education" (NOBEL, 2014).

Es así como nos enteramos de la historia de la paquistaní Malala Yousafzai quien, por participar en un blog de la BBC en el que denunciaba la creciente influencia de los talibanes en su país, sufrió un intento de asesinato en 2012 con un atentado al que sobrevivió.

Lo que narraba en su diario digital, entre otras historias, era el veto que la sociedad afgana impone a las niñas impidiéndoles el acceso a la escuela. Una denuncia que con el paso del tiempo ha alcanzado cotas de activismo manifestado en la defensa de una máxima. La que considera que todo el mundo, y especialmente las niñas, tienen derecho a la educación.

De este modo, los medios de comunicación de masas, y específicamente el radiofónico, se convirtieron en los altavoces a través de los cuales se expresó la relevancia del derecho a la educación como instrumento para el crecimiento, desarrollo y evolución de cualquier ser humano, según la propia Yousafzai sigue todavía explicando.

Una educación de la que sabemos que, además de la que se encuentra normativizada en los márgenes institucionales, también se puede adquirir allende sus muros como sucede, por ejemplo, al sintonizar una emisora de radio y escuchar lo que en ella se dice y cómo se dice porque este medio se conforma como una herramienta del proceso de aprendizaje de orden informal a través de la cual moldeamos nuestro pensamiento adquiriendo unos valores concretos, los que transmite. Con ellos, entre otras cosas, creamos, desarrollamos y manifestamos públicamente la identidad relativa a nuestro género y nuestra orientación del deseo. Los mismos con los que interpretamos los pertenecientes a la otredad, lo que facilita nuestra relación con ella, como animales sociales que somos.

Por todo ello, el tipo de discurso que el medio radiofónico difunde seleccionando las palabras y las expresiones con las que lo construye, se convierte en vital. Las que, en aras de conseguir una sociedad más justa, igualitaria y democrática, no deben discriminar ni incitar a las desigualdades. Porque con su uso normalizará una lengua integradora que, al ser emulada por la ciudadanía que la consume, será elevada a carácter de universalidad.

Es así como, eligiendo un vocabulario determinado, y también modificándolo como consecuencia de su evolución, se posibilita la transformación de aquellos pensamientos arcaicos e ideas trasnochadas que, cargados de prejuicios, sabemos que estereotipan cuando con ellos se fabrican representaciones de minusvaloración sobre la orientación del deseo y el género.

Es lo que suele acontecer sobre los colectivos no hegemónicos, como el formado por las mujeres, de lo que Malala Yousafzai ya dio y sigue dando cuenta en sus intervenciones públicas, y otros tantos entre los que se encuentran quienes pertenecen a la población LGTBI.

## Resumen

En nuestra contemporaneidad, incluida bajo denominaciones como *Sociedad Red*, *Sociedad de la Información* o *Sociedad de la Comunicación*, los medios de comunicación se convierten en herramientas esenciales para la adquisición del conocimiento.

El mismo que se manifiesta bajo la configuración de un aprendizaje de carácter informal porque escapa del dominio de la escuela. El mismo que se expresa sin ceñirse a su institucionalización ni a una normativización. El mismo cuya influencia es poderosa porque es universal.

Todo el mundo consume, al menos, algún medio de comunicación masivo en sus diferentes formas de manifestación, en parte debido a la sencillez de su transmisión, a su gran cobertura de alcance y a la comodidad de su recepción ya que exigen escaso esfuerzo intelectual para su comprensión.

Es así como sus contenidos alcanzan fácilmente categoría de referenciales. Unos modelos con los que la ciudadanía construye su ideario personal y colectivo al instalarse en su pensamiento lo que contribuyen a moldearlo, incluso en muchas ocasiones, siendo aceptados con una valoración superior a sus experiencias personales.

Todo porque los seres humanos tenemos la necesidad de socializarnos y para ello contamos historias y las escuchamos. Con su relato nos relacionamos. También con el que difunden los propios medios sobre las vivencias de la otredad que, de otro modo, no se llegarían a alcanzar.

Con la radio aprehendemos las formas en las que los demás conviven y se relacionan. Y también exponemos en sus espacios las nuestras, una posibilidad que este medio ofrece. Así se va configurando un universo de narraciones, que aun no dejando de ser mediáticas o virtuales, convertimos en las nuestras al reconocerlas como propias, en primer lugar, e imitarlas, posteriormente.

Con ella también aprendemos, casi de manera inconsciente, a manejarnos en nuestro entorno porque nos dice, de forma sutil en la mayoría de las ocasiones, lo que está bien y lo que está mal, estableciendo una categorización de las valoraciones sociales. De este modo asentamos unas pautas en el uso de nuestro lenguaje. El mismo que reproduciremos en nuestra vida diaria.

Por todo ello, la observación de las formas en las que realiza las representaciones tanto del género como de la orientación del deseo se convierten en fundamentales. Examinando la definición del tipo de modelos que utiliza para ello, la elección del vocabulario con el que construye los discursos y, entre otras más, la manera en la que establece las pautas narrativas con las que las expresa.

Un ejercicio que debe ejecutarse desde el posicionamiento instalado en el pensamiento crítico. El que interpreta que los medios de comunicación no son exclusivamente unas formas banales de entretenimiento sino unas herramientas clave con las que se fabrican y moldean ideas, actitudes y comportamientos.

Consiste en adoptar una postura alejada de toda inocencia al entender que la locución radiofónica no es simplemente un discurso sonoro ingenuo descargado de intencionalidad, sino que está diseñada y configurada según los objetivos de aquello que intenta comunicar. Por ello, su estudio ha de acometerse desde la perspectiva del cuestionamiento que, de una u otra manera, debe florecer y desplegarse a partir de la educación formal, esto es, en el ámbito de la escuela.

Todo porque en una sociedad compleja y poliédrica como la nuestra las manifestaciones humanas también lo son. Tanto en el contexto de la vida cotidiana como en el momento en el que la radio abre sus micrófonos para referirlos.

Es así como el análisis de los discursos radiofónicos con los que se representan y mencionan particularmente tanto la orientación del deseo como el género adquiere rango de primera magnitud si queremos saber cómo nuestro contexto social y cultural los percibe, interpreta y asimila.

Es reconocer la trascendencia de la actuación e influencia del aprendizaje y de la educación a través de los canales de la informalidad, tanto para la construcción de un ideario colectivo como para la de una identidad personal.

Por todo ello presentamos este trabajo. El mismo que se desarrolla a partir de un origen y una motivación con los que ofrecer respuestas a unas cuestiones que han sido planteadas y que exponemos y desarrollamos en el mismo.





## El origen y la motivación que envuelven este trabajo

¿Quién no ha escuchado alguna vez en un programa de radio el siguiente tipo de entrevista? Es la que se le realiza a una mujer que acaba de alcanzar una cota de poder en la esfera política y por ello se le pregunta cómo a partir de ese momento va a conciliar su vida familiar con su nueva actividad profesional, ¿a cuántos varones en una posición análoga se le pregunta esto mismo?

¿En cuántas noticias sobre quienes asisten a reuniones de alta jerarquía política, encuentros internacionales de instituciones prestigiosas, congresos científicos u otros eventos, se vierten comentarios sobre la clase de vestimenta que llevan los varones? ¿Y sobre el de las mujeres?

¿En qué tipos de contenidos radiofónicos en los que se menciona la homosexualidad se incluye a las lesbianas?

¿Qué vocabulario se utiliza para referenciar la transexualidad?, ¿En qué género radiofónico se incluye este contenido específico?, ¿Y la homosexualidad?

¿Por qué en los espacios deportivos se nombra el que practican las mujeres bajo el calificativo *femenino* pero, sin embargo, el que es propio de los varones no se adjetiviza?

Estas y otras muchas cuestiones son las que han agitado los intereses de esta investigación. Concretamente la necesidad de encontrar respuestas.

Es el deseo de comprobar, primero observando y posteriormente analizando, si las transformaciones sociales de las que tanto se habla en el medio radiofónico también tienen trascendencia en el lenguaje y las representaciones que utiliza para referenciar al género y a la orientación del deseo.

Una radio que destaca por la capacidad que posee de instalarse en el contexto diario de nuestra vida. Casi de manera vaporosa, sutil y tenue. Porque podemos escucharla, y

sentirla, en nuestros quehaceres diarios en casa, en el coche, en el trabajo, en la ciudad, en el campo, en actividades de ocio,...sin que perturbe, como siendo parte de ellas por la facilidad de recepción de su señal, su amplia cobertura, su asequible coste, y sobretodo, por la gran compañía que ofrece.

Todo esto contextualizado en nuestra contemporaneidad. La misma de la mecanización, de la industrialización y de la tecnología en la que la digitalización, aun imponiendo un distanciamiento entre las personas, no ha conseguido matar la necesidad humana de socialización que se produce a través de la transmisión oral. Porque necesitamos hablar y escuchar. Aun en un mundo en el que las historias visuales imperan y se empoderan sobre las que son exclusivamente sonoras.

En él todavía permanece encendida una radio, que se escucha de fondo. La misma que, aunque sepamos que se dirige a elevadas audiencias, nos habla individualmente *de tú a tí*, a nuestro oído. Una cercanía que consigue, al diferenciarnos del resto, que lo narrado sea percibido como el consejo que nos regala una persona cercana, lejos de entenderlo como un mensaje persuasivo, o disuasivo, de una institución mediática.

Por ello, creemos que es necesario conocer lo que la radio cuenta, y cómo lo hace, dada su capacidad de influencia y de re-producción por quienes la escuchan.

Especialmente prestando atención a la estereotipación del género y de la orientación. Al lenguaje que utiliza para ello. Al tipo de espacio, género y formato en los que se incluyen referencias a la mujer con respecto a las del varón, a las de la homosexualidad con relación a las de la heterosexualidad, y, entre otras, a las de la transexualidad en su correspondencia con las del cisgénero.

Porque entenderlo es un gran avance para comprender la trascendencia que tiene la educación mediática de carácter informal en el conocimiento de estas categorías humanas.

Todo ello observando, detectando y analizando los mecanismos que actúan, de qué manera funcionan, cuáles son sus intereses y su nivel de influencia en la construcción

del modelo discursivo utilizado en la radio para narrar, por ejemplo, el tipo de vestimenta que lleva una ministra y no la de un ministro, por qué a una presidenta de gobierno, y no a un presidente, se le pregunta cómo concilia su vida familiar con su profesión, qué tipo de preguntas se incluyen en una entrevista a un homosexual comparándolas con las que se realizan a un heterosexual, entre otras cuestiones.



## Las cuestiones que se plantean

Los asuntos que se plantean en este trabajo han sido definidos mediante un ejercicio construido a partir de un itinerario de interrogantes sobre los que se intenta aportar respuesta.

El primero, de carácter general, queda redactado en los siguientes términos:

*¿Cómo son representados y tratados el género y la orientación del deseo en los espacios radiofónicos?*

Para responder hemos de acotar nuestro campo de investigación. Por ello, nos hemos preguntado:

*¿Cuáles el objeto de estudio?*

Sabemos que es el discurso radiofónico. El contenido sonoro articulado mediante el uso de las palabras que se difunde a través de este medio de comunicación de masas. Y ahora,

*¿Qué hacemos con él?*

Nuestra actividad consistirá en observarlo y analizarlo.

*¿Desde qué perspectivas?*

Este trabajo se aborda desde dos vertientes que, aun encontrándose relacionadas, han sido segregadas para facilitar su investigación. Son las relativas al género y a la orientación del deseo.

Acerca de estas dos categorías humanas, y durante el período de investigación bibliográfica, se ha observado que existen términos con los que son referenciadas que en

ciertas ocasiones se pueden prestar a confusión. Por ello, creemos que utilizarlos desde una significación explícita, clara y objetiva facilita su comprensión.

Consecuentemente, en este primer acercamiento se detalla las que manejamos en este trabajo para asentar sus definiciones.

Para referirnos a la persona de género masculino utilizaremos el vocablo *varón* en preferencia sobre el de *hombre*. Esto es así porque mientras que con el primero se designa sin equivocación a una persona de género masculino (RAE, 2018ñ), con *hombre* también se puede hacer sobre una mujer ya que su significado institucionalizado nos cuenta que sirve para nombrar a cualquier ser animado racional (RAE, 2017).

Por su parte, en cuanto a la orientación del deseo se refiere, utilizamos la palabra *homosexual* para referenciar a cualquier persona, varón o mujer, que sienta inclinación sexual hacia individuos de su mismo sexo (RAE, 2018g). Mientras, *gay* es utilizada especialmente con respecto al varón (RAE, 2018h), ya que para la mujer homosexual se utiliza *lesbiana* (RAE, 2018j).

Sobre las referencias que se realizan de la población LGTBI bajo estas mismas siglas queremos señalar que además de mencionar con ellas sus significados expresos, es decir, Lesbianas, Gays, Transexuales, Bisexuales e Intersexuales, también incluimos los propios de la Q (*queer*), la P (pansexualidad) y otras que quedan incorporadas de forma genérica con el signo +. Por ello, al referirnos en este trabajo a lo LGTBI también referenciamos lo LGTBIQP+. Todo en aras de conseguir una mayor inclusión que no llega a concluir completamente porque se van incorporando más siglas según avanza el tiempo.

Es así como bajo la denominación LGTBI se incluye a todas las personas que no se ciñen a una concepción del género desde una imposición exclusivamente biológica planteada desde la determinación sexual, ni tampoco a la regulación cultural que desde la tradición decreta una exclusiva orientación del deseo desde su hegemonía, ni tampoco con respecto a su ordenación desde la binariedad.

Una vez conocido esto, nos seguimos cuestionando:

*¿Qué estudiamos tanto del género como de la orientación del deseo?*

Sobre ambas categorías humanas prestamos atención al modo en el que son tratadas y representadas en la radio.

*¿Cuál es el contexto en que nos movemos?*

A través de la formulación de esta pregunta queremos conocer cuál es la contextualización en la que se producen y desarrollan tanto el medio radiofónico, su discurso, como el género y la orientación del deseo.

Hemos de considerar como una condición necesaria para nuestro estudio, lejos de toda circunstancialidad, que nuestro ámbito contemporáneo es patriarcal y androcéntrico. Es así como el sistema social y cultural por el que nos regimos está estructurado y conformado. El mismo en el que nos movemos tanto nosotros como la radio porque este medio no existe ajeno a él.

Así es como en su circunscripción el varón es quien se sitúa en el centro referencial de la colectividad. La sociedad a la pertenecemos, mujeres y varones, le toman a él como modelo. Sobre él se construyen los roles de relaciones sociales y también del comportamiento, de identidad personal, de actuación personal e interacción grupal, de socialización, y un largo etcétera.

Entonces, ya sabemos que el género que ocupa el núcleo, sobre el que giran los otros, es el masculino. Pero, ¿qué orientación del deseo posee este varón?

Este contexto también es heteronormativo. Se rige por los patrones que declaran a la heterosexualidad como hegemónica. Consecuentemente, el varón referencial, el mismo que es el centro del patriarcado, posee una orientación del deseo heterosexual.

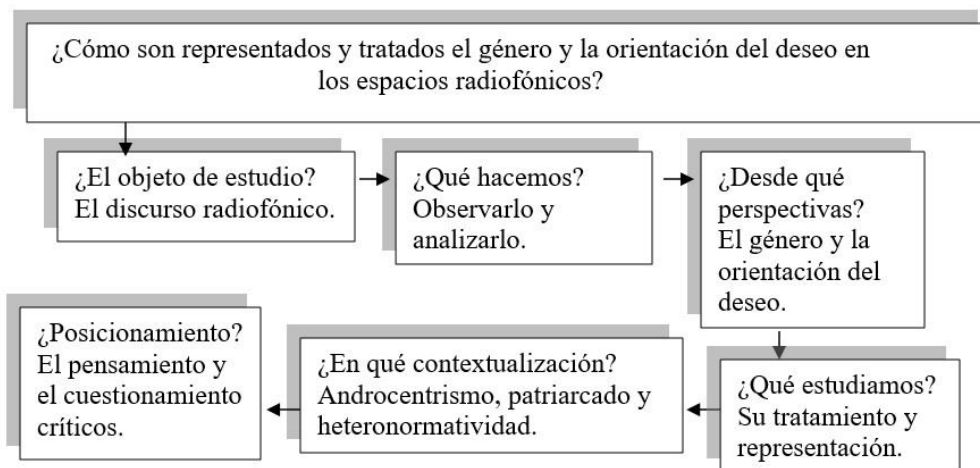
Una vez que ya hemos determinado que analizamos el discurso radiofónico desde una perspectiva de género y de la orientación del deseo en un espacio androcéntrico, patriarcal y heteronormativo, seguimos preguntando:

*¿Desde qué posicionamiento se ejecuta este trabajo?*

Como explicamos convenientemente en el desarrollo del mismo, para la realización de este análisis del discurso radiofónico adoptamos la postura propia que se sitúa en su observación desde el cuestionamiento y la capacidad crítica.

En la siguiente figura se muestra gráficamente el itinerario utilizado:

*Figura 1. Itinerario que muestra el planteamiento general. Elaboración y fuente propias.*





El objetivo principal. Los objetivos específicos.

Una vez conocida la actividad que vamos a realizar, se van a exponer a continuación los objetivos de la misma.

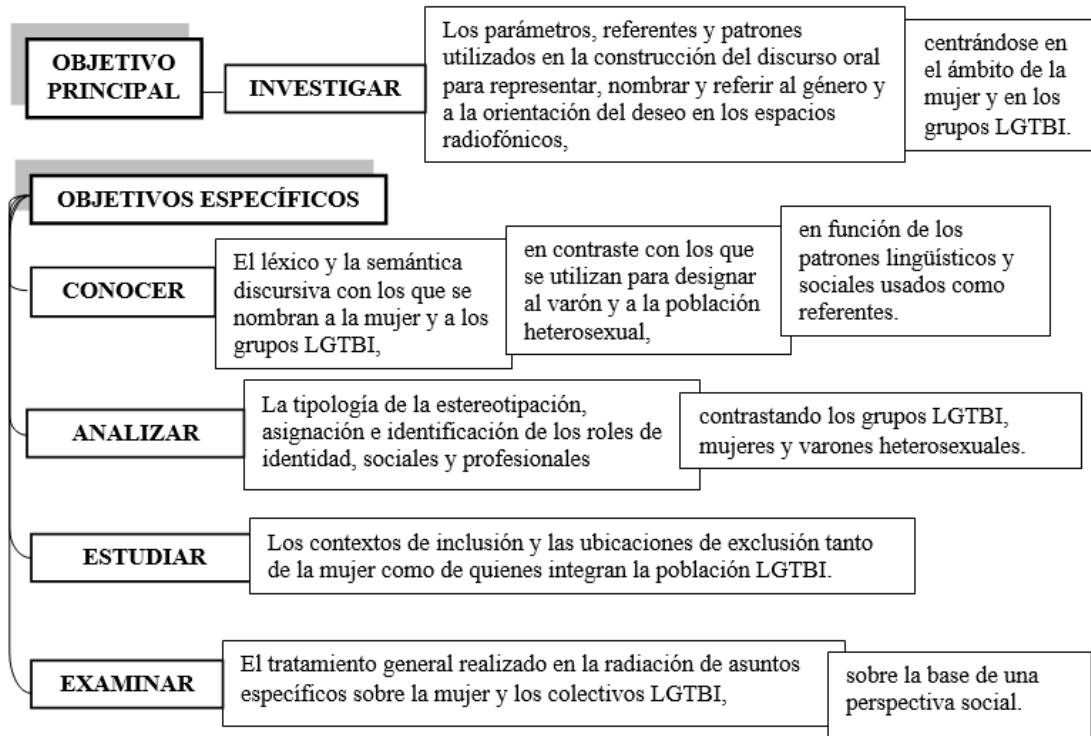
El objetivo principal de este trabajo es investigar los parámetros, referentes y patrones que se utilizan en la construcción del discurso oral para representar, nombrar y referir tanto al género como a la orientación del deseo en los espacios radiofónicos, centrándose en el ámbito de la mujer y en los grupos LGTBI.

Como objetivos específicos del mismo se encuentran las cuestiones que quedan planteadas en los siguientes parámetros:

- ✓ Conocer el léxico y la semántica discursiva con los que se nombran a la mujer y a los grupos LGTBI en contraste con los que se utilizan para designar al varón y a la población heterosexual en función de los patrones lingüísticos y sociales usados como referentes.
- ✓ Analizar la tipología de la estereotipación, asignación e identificación de los roles de identidad, sociales y profesionales contrastando los grupos LGTBI, mujeres y varones heterosexuales.
- ✓ Estudiar los contextos de inclusión y las ubicaciones de exclusión tanto de la mujer como de quienes integran los grupos LGTBI.
- ✓ Examinar, sobre la base de una perspectiva social, el tratamiento general realizado en la radiación de asuntos específicos sobre la mujer y los colectivos LGTBI.

El planteamiento de dichos objetivos lo podemos observar representado en la siguiente figura:

Figura 2. Descripción del objetivo principal y los específicos. Elaboración y fuente propias.



## Estructura de la tesis doctoral

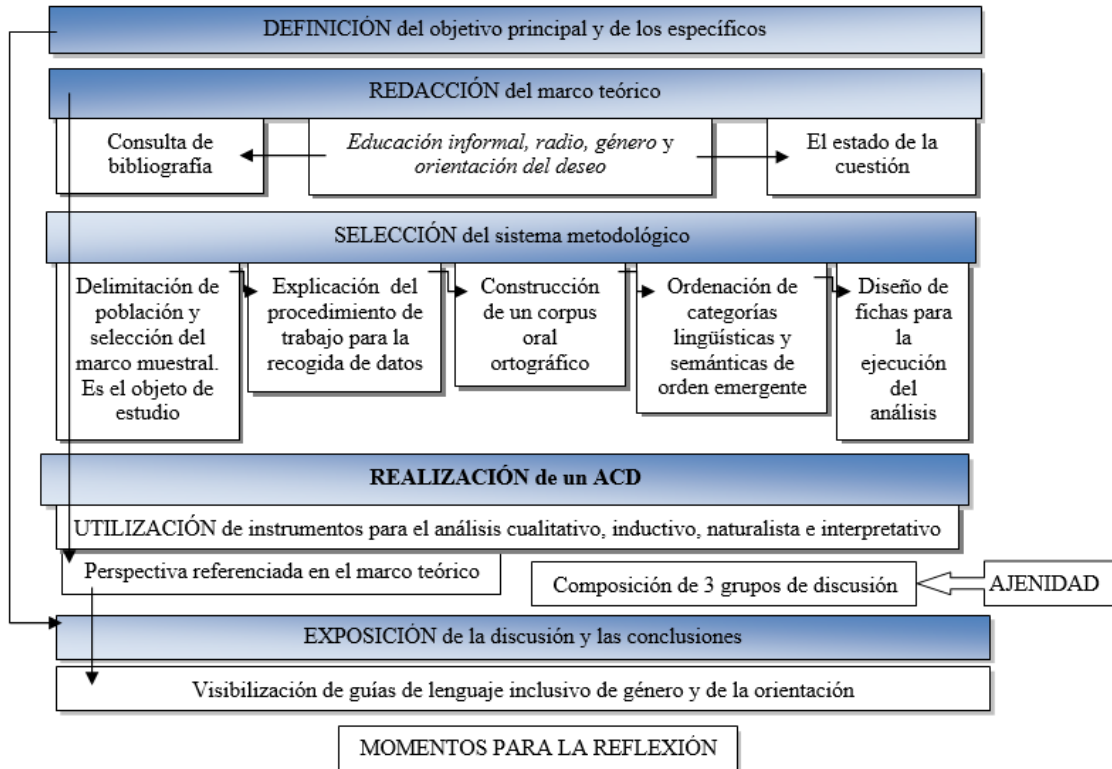
Para la redacción de esta tesis doctoral se ha seguido un protocolo de actuación con el que queda materializado su diseño. Para ello se ha constituido una estructura compuesta por los siguientes pasos:

- ✓ Definición tanto del objetivo principal como de los secundarios con los que elaborar un procedimiento de trabajo en los márgenes de un orden secuencial lógico.
- ✓ Redacción de un marco teórico según la bibliografía consultada específica acerca del medio radiofónico, el género y la orientación del deseo.
- ✓ Investigación de los trabajos que han sido realizados anteriormente sobre las mismas materias de las que trata este trabajo. De ellos se han extraído y expuesto sus conclusiones bajo lo que se conoce como *El estado de la cuestión*.
- ✓ Selección del sistema metodológico para elaborar el análisis del discurso radiofónico. Todo ello con las debidas explicaciones documentadas sobre la idoneidad del método elegido al respecto. En este punto se ha procedido a:
  - Delimitación de la población y selección del marco muestral que compondrá el objeto de estudio.
  - Explicación del procedimiento de trabajo para la consecución de las escuchas, grabaciones y clasificación de los espacios radiofónicos que son los que forman parte de la muestra elegida.
  - Elaboración de un corpus sonoro ortográfico como fruto de la transcripción escrita de los contenidos discursivos que han sido grabados o descargados.

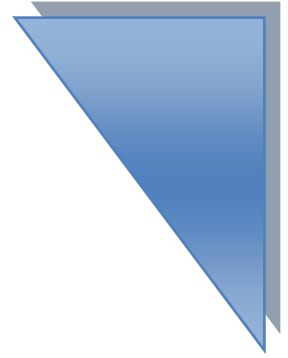
- Construcción de un catálogo de categorías lingüísticas y semánticas de orden emergente que permite la clasificación y ordenación de los discursos seleccionados.
- Diseño de una fichas, de autoría original para este estudio, que posibilita la ejecución del análisis ya que en ellas se exponen convenientemente las razones del mismo.
- ✓ Análisis del discurso propiamente dicho sobre la representación del género y de la orientación del deseo en los espacios radiofónicos. Todo ello desde la adopción de una postura crítica y una perspectiva cualitativa, según ha quedado explicado y expuesto convenientemente en el marco teórico de este mismo trabajo que actúa como referente del mismo.
- ✓ Diseño y desarrollo de unos grupos de discusión determinados que, como instrumentos de análisis, aportarán su juicio tras la observación y el examen de los discursos radiofónicos. En este caso se quiere conocer la opinión de quienes no conocen el marco teórico de este trabajo.
- ✓ Redacción tanto de la discusión como de las conclusiones obtenidas como fruto final de este trabajo. Este apartado ha sido ordenado agrupando los resultados alcanzados por asuntos comunes.
- ✓ Inclusión de unas guías específicas que versan sobre la conveniencia de un uso inclusivo del lenguaje, cómo hacerlo y en qué circunstancias, en lo que respecta tanto a la orientación del deseo como al género.
- ✓ Todo este trabajo origina la redacción de unas reflexiones acerca del tipo de narrativa que utiliza el medio radiofónico para las representaciones tanto del género como de la orientación del deseo.
- ✓ Finalmente, se expone la información sobre la bibliografía consultada según los cánones de APA-6.

Una representación gráfica de esta estructura de trabajo se puede observar en la siguiente figura:

Figura 3. Estructura de esta tesis doctoral. Elaboración y fuente propias.







# **BLOQUE 1. EL MARCO TEÓRICO. LOS FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN**







En palabras de Qian Tang, Subdirector General de Educación de la UNESCO<sup>2</sup>:

“El aprendizaje a lo largo de toda la vida comprende la amplia gama de oferta de oportunidades de aprendizaje, desde la pequeña infancia –mediante las escuelas– hasta la educación postescolar y superior. Sin embargo, se extiende más allá de la educación formal abarcando el aprendizaje no formal e informal destinado a los jóvenes y ciudadanos adultos que se encuentran fuera de la escuela”.

(UNESCO, 2012:1).

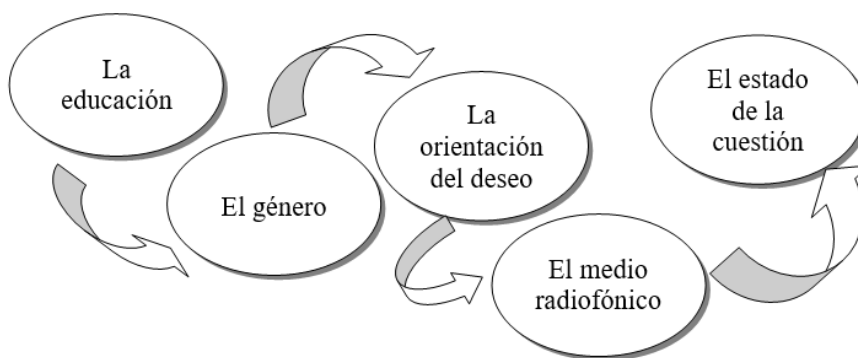
---

<sup>2</sup>La UNESCO es una organización dependiente de las Naciones Unidas que, según expone en su propia página: “Ejerce el liderazgo mundial y regional en materia de educación, refuerza los sistemas educativos en el mundo entero y responde a los desafíos mundiales mediante la enseñanza, con la igualdad de género como principio subyacente. Su labor abarca el desarrollo educativo, del preescolar a la educación superior e incluso más allá. Entre los temas figuran la ciudadanía mundial y el desarrollo sostenible; los derechos humanos y la igualdad de género; la salud, el VIH y el SIDA, y el fomento de la enseñanza técnica y la formación profesional”. Es así como su principal lema es el que se sustenta en considerar que: “La educación transforma vidas y ocupa el centro mismo de la misión de la UNESCO, consistente en consolidar la paz, erradicar la pobreza e impulsar el desarrollo sostenible” (UNESCO, 2019).



En este bloque se va a exponer el marco teórico de este trabajo de investigación siguiendo una sucesión de contenidos que, representados en la siguiente figura, se encuentran organizados en cinco capítulos:

*Figura 4. Itinerario del contenido del marco teórico. Elaboración y fuente propias.*





## **CAPÍTULO 1. La educación de índole informal, una herramienta para el aprendizaje del género y de la orientación del deseo**

En este capítulo va a ser abordada la educación desde su carácter informal al estudiar los discursos de los medios de comunicación de masas y su influencia en el proceso de desarrollo de los seres humanos. De ellos, nos referiremos específicamente a los radiofónicos, analizándolos como instrumentos para la enseñanza y el aprendizaje en el crecimiento personal y social.

De esta forma nos aproximaremos a las representaciones y modelos que la radio construye, expone y difunde para entender la manera y el modo en el que afecta tanto con respecto a la conceptualización del género como a la orientación del deseo.

Todo porque queremos ofrecer respuestas a las cuestiones que se plantean a partir de los siguientes términos: ¿Qué influencia adquiere la radio como medio de comunicación masivo en el proceso de aprendizaje de una persona?, ¿y de todo un colectivo?, ¿es necesario incluirla como fuente de la que nos alimentamos para la adquisición de una identidad de género?, ¿y de una orientación del deseo?

### **1.1.- La educación en el aprendizaje del género y de la orientación del deseo**

“Desvelar los mecanismos persuasivos y los clichés estereotipados que la publicidad transmite exige que desde el aula se enseñe a alumnas y alumnos a trabajar con una lectura crítica de los mensajes publicitarios” (Agueda, 1993:147).

Es a través de los procesos educativos transmitidos mediante diferentes métodos, formas y canales como cada persona asume y adopta el modelo cultural y social que la colectividad a la que pertenece, o desea pertenecer, ha valorizado como el adecuado mediante unos patrones determinados de ideas, creencias y conductas. El mismo que no posibilita su disidencia al decretarse como el dominante y asumirse como hegemónico.

De esta forma el aprendizaje actúa para la adquisición de una identidad como instrumento de orden social a través de sus diferentes formas de transmisión, utilizando la narrativa tanto a nivel individual como colectivo. Por ello, la educación adquiere la

categoría de herramienta esencial en cuanto a la manera en la que cada ser forja su personalidad al asumirla como suya propia.

Es todo un ejercicio de socialización que acontece en diferentes contextos mediante el que se consolidan unos hábitos que quedarán así materializados. Son los que, utilizados tanto en la difusión como en la adquisición de conocimientos, sirven para reforzar la forma de carácter cultural que se cristaliza como la convencional y tradicional. La misma que se convertirá en referencial para la constitución de cada ser humano, la que le definirá hacia sí mismo y por los demás.

Es así como el desarrollo cognitivo personal se moldea mediante la influencia de las narrativas personales y sociales. Entre ellas se encuentran las relativas al género y a la orientación del deseo, además de otras como las de clase, raza o familia. Esto sucede porque ciertas actividades se autorregulan como aceptables y valiosas en el entorno cultural en el que se producen y practican. Son las que se utilizan para enmarcar y orientar el comportamiento.

Es así como, con respecto a estos procesos educativos la escuela adquiere una alta relevancia en su producción. Todo porque los procedimientos escenográficos desarrollados en ella participan activamente en la construcción de la identidad de género como sucede, por ejemplo, cuando se representa un modelo en el que el varón es el héroe, personaje dominante y supremacista, y la mujer la princesita, dócil y subestimada. Todo un relato que se convierte en un ejercicio sistemático que, por encontrarse en el interior de un sistema de heteronormatividad de carácter binario, no posibilita la representación de aquello que no se circunscribe a él, por lo que permanecerá invisible a sus ojos.

Al respecto, hemos encontrado un estudio llevado a cabo durante los años 2004 y 2005 que nos ilustra sobre la influencia que ejerce el entorno escolar en su alumnado, concretamente en lo que respecta al género. Es el que explora la forma en la que 22 estudiantes inmigrantes vietnamitas forman su identidad a propósito del mismo a medida que realizan su transición a la educación de los Estados Unidos de Norteamérica. El mismo revela como principal hallazgo que la forma en la que definen sus identidades está influenciada por la interpretación realizada sobre el género al entender que

pertenece a una categoría social que se desplaza a través de diferentes contextos interactuando con otras, también de orden social, que a veces se presentan de forma compleja y contradictoria. La escuela les proporciona los espacios culturales y de aprendizaje en los que articular y negociar su identidad acerca del mismo mediante la observación del comportamiento de los nativos americanos, de los cuales filtran ideas sobre las formas de actuación. Esto sucede porque tanto los chicos como las chicas emplean lo que se conoce como la transformación estratégica, es decir, el proceso por el que definen intencionalmente las identidades culturales como formas de aprovechar el estado social y el poder dentro de situaciones específicas. De esta forma, en el estudio se detectó que las niñas, cuyo origen racial, cultural y lingüístico las estructura en una posición social baja, aprenden a aprovechar las nociones de libertad e igualdad que perciben en su nuevo país, lo que las posibilita en la negociación de un estatus superior dentro de sus círculos vietnamitas. Sobre la condición de los niños, aunque su origen racial y lingüístico los estructura en un nivel inferior en la nueva jerarquía racial, continúa situándolos por encima de ellas en su propia comunidad social y étnica, aunque percibiendo la igualdad de género como un área donde su estatus será más desafiado hasta tal punto de considerar a las niñas que son académicamente más capaces como amenazantes (Stritikus & Nguyen, 2007).

Es así como la propia narrativa educativa mediante un proceso de comunicación marca, limita y constituye los límites y diferencias entre lo masculino y lo femenino, entre la forma de actuación que ha de tener una mujer y la propia de un varón, conformando unos pilares aparentemente indestructibles entre unas y otros.

Al respecto, ya Ladson-Billings (1994) definió como *pedagogía culturalmente relevante* la que posibilita que el alumnado esté preparado, tanto desde una perspectiva emocional como intelectual y social, sobre los aspectos que conciernen al conocimiento de su entorno social y cultural. Es así como se puede desarrollar una conciencia sociopolítica que comienza cuando la pedagogía entiende las condiciones raciales, de clase y de género y las incorpora a la enseñanza (Aronson & Laughter, 2016).

Es conocido que la narrativa social, específicamente la relativa al género, impregna la cultura occidental contemporánea. Eso sucede de tal modo que desde que un ser viene al mundo su género señalará sus expectativas sociales, incluso antes de su nacimiento, y

también el tipo de persona que alcanzará ser ya que sus actividades, acciones, comportamientos, relaciones, valores y los patrones de su discurso se conformarán y construirán como su fruto (Ferrari & Mahalingam, 2010).

Según ella las niñas poseen las capacidades y habilidades propias de su género, las que no poseen los niños, y viceversa. Así sucede, por ejemplo, con los juegos que son emprendidos de manera diferenciada por géneros con un carácter aparentemente inofensivo.

Todos hemos oído que las personas adultas comentan, y justifican, que mientras los niños están más capacitados para jugar con un balón o con juegos que representan acciones de guerra, las niñas poseen mayores habilidades para hacerlo con muñecas o con juegos que representan el cuidado de los demás y de la casa, es decir, para ellos la simulación de acciones y para ellas de pasiones.

Todo empieza cuando la sociedad señala y guía a un bebé, incluso antes de su nacimiento, imprimiéndole un sexo psicosocial que, siendo dependiente del biológico, es posicionado y determinado según unos marcos culturales. Los contextos familiares, los escolares y los de las amistades, entre otros, fijan una determinada educación. Esta queda manifestada a través de la comunicación que se desarrolla durante el aprendizaje, a través de su narrativa, que es diferenciada una vez que se ha comprobado que el bebé posee órganos sexuales que bien son femeninos o bien masculinos. La vestimenta, las amistades, los juegos y las actividades recreativas se van a orientar hacia polos, que con el paso del tiempo se van alejando más entre sí, según el nuevo ser se vaya desarrollando y creciendo.

Esto sucede en el mismo sistema social que eleva a categoría de universalización la orientación del tipo heterosexual, por lo que implícitamente aleja otras.

“La catalogación de las actitudes y formas de actuar diferenciada según el sexo no proviene del bebé sino de su entorno. Llama la atención la similitud de la conducta de los bebés de uno y otro sexo. De hecho, los observadores competentes consideran que es imposible adivinar el sexo de un recién nacido basándose sólo en su forma de comportarse.” (Nicholson, 1987:34).



El comportamiento que sea admitido socialmente como el adecuado será el que el bebé asimile como único, propio y característico de su género, y el que él reproducirá porque la educación que recibe así se lo marca. Se origina la socialización que tendrá como eje principal la diferenciación de género basada en el reconocimiento entre un bebé-macho-varón o un bebé-hembra-mujer.

Todo esto sucede bajo un principio que se presenta de forma natural, el de la convicción de que el sexo es absolutamente determinante para el desarrollo de su identidad sexual. Una concepción que niega otras posibilidades como la que plantea la transexualidad, es decir, la propia del bebé-macho-mujer o del bebé-hembra-varón.

Es la misma discursiva social que determina que este bebé debe construir su orientación del deseo heterosexualmente, manifestada mediante la pregunta que se le hace a tantos niños de si ya tienen novia, y a muchas niñas, si novio. Una cuestión tan sesgada que anula la existencia de respuestas que conlleven otras posibilidades.

## 1.2.- La diferenciación sexual didáctica

La influencia de una instrucción basada en unas estructuras demasiado rígidas que vinculan a cada género con unas actividades y roles de manera predeterminada y que se presentan de forma natural, propicia que los propios niños y niñas aprendan a utilizar la clasificación sexual para comprender el mundo que les rodea. Ellos encuadran a las personas como pertenecientes a un género, lo que conlleva implícitamente su exclusión del otro. Es parte del proceso de aprendizaje que, comenzando desde el nacimiento y desarrollándose a lo largo de toda la vida, facilita que los seres humanos aprendan a manejarse en su entorno porque simplifica su entendimiento.

Es así como se manifiesta la diferenciación sexual didáctica que, transmitida en la selección de los juguetes y juegos, en los modelos de la vestimenta y apariencia física, entre otros, hacen que el niño asuma un papel activo, que es el dominante y de mando (soldaditos, armas, juegos de construcción,...) y que la niña lo adopte pasivo, el de sumisión, doméstico y maternal (cocinitas, peluches, ropita, bebés que necesitan cariño y atención,...).

Al niño se le hace entender que *lo de adentro* se relaciona con lo femenino y *lo de afuera* con lo masculino, al varón se le prepara para la vida pública, la independencia económica, el mantenimiento de la familia, a las mujeres se les estimulan los afectos, el sacrificio y la entrega a los demás (Vera Ocampo, 1987).

Un aprendizaje cuyo transcurso comienza desde los primeros días de la vida a través de la oralidad narrada ya desde la infancia. Así ocurría en la transmisión de cuentos tradicionales alrededor de una hoguera y sigue sucediendo, incluso en la actualidad, a través de la tecnología audiovisual con los dibujos animados y las animaciones virtuales en 3D. En estas narrativas aparecen unos contextos en los que todo lo que aparece posee un género extremadamente vinculado a las actividades humanas. Sucede no solamente con las personas sino incluso con los animales, las cosas y las plantas. A todo se le otorga uno, aunque naturalmente carezca de él. De esta forma quedan definidos los personajes de estas narraciones infantiles representándose según unas funciones y papeles de acuerdo con el género que se les haya otorgado.

Consecuentemente los niños y las niñas reproducen estos esquemas de género en su vida cotidiana porque se les han presentado de forma inexorable. Es así como crean sus grupos de amistad conformados por unas características que son observables físicamente por afinidad. También en lo referente al juego, la resolución de conflictos y los estilos de interacción con su entorno en los que desean encontrar patrones similares. Es lo que se denomina como *segregación de pares en función del sexo*, que interpreta las naturalezas femenina y masculina como el resultado del condicionamiento educativo a través de los clichés de la femineidad y la masculinidad, cuya consecuencia: “Puede organizar auténticas subculturas reforzadoras de los estereotipos y actitudes más tradicionales” (Astelarra, 2006:179).

Esta producción puede ser observada específicamente con respecto a una propiedad humana tan estrechamente relacionada con el género como es la voz. Así, la adopción del timbre vocálico es asociada a ciertas connotaciones culturales. De esta forma la educación propicia que los niños hablen de una forma y las niñas de otra. La marca cultural consigue que los primeros utilicen un tono más bajo y a las segundas se las reconduce para que se alejen de estos tonos graves. Lo contrario conseguiría que ellos

fueran feminizados y ellas masculinizadas.

Es parte de la identidad de género que se va originando desde la infancia. La misma que al desarrollarse en la adolescencia-juventud va estableciendo un proceso de identificación en el que es determinante la segregación paulatina con la madre en cuanto a que la niña tiende a identificarse con ella, de la que no se separa, mientras que el niño, sin embargo, desarrolla su masculinidad separándose de ella (Clare, 2002).

Son la presión del medio ambiente, el consenso generalizado, las costumbres religiosas y morales las que actúan sobre la naturaleza a través de la educación de los seres humanos transformándolos en *lo femenino* y *lo masculino*. Un sistema de relaciones que es aprendido, como afirman Ahmed y Buheji (2018) refiriéndolo específicamente sobre la sociedad musulmana. En ella, explican, tanto el lenguaje como la expresión corporal empleados en las relaciones sociales difiere según sea el género de quienes interactúen, lo que condiciona ciertas acciones como darse la mano o abrazarse y también las lingüísticas con el empleo de términos de cercanía como hermano, -a, hijo, etc.

Bourdieu (1997), al respecto de las diferencias con las que se impregnan los géneros, acuñó el término *habitus* como la reproducción de hábitos sociales en el contexto de las estructuras de dominación, y refirió que la violencia simbólica ejercida desde la dominación del varón hacia la mujer también se produce en el ámbito educativo porque se perpetúa en instituciones como la escuela que se encuentra interconectada con otras como el Estado o la familia (Bourdieu, 2000). Este molde cultural imperante explica la inferior participación de la mujer en los diferentes sectores sociales.

Se constituyen así unas relaciones de dominación y sumisión que se asimilan y se reproducen por ser aprendidas. Al respecto, el grupo de trabajo de la *Inspección Central de Educación* analizó durante 2008 una muestra de 53 libros de texto de diferentes materias y cursos y de distintas editoriales, detectando la utilización de un lenguaje discriminatorio y sexista (Bejarano, 2013).

De esta manera, acontece específicamente en el medio radiofónico que, actuando como instrumento vehicular que utiliza exclusivamente las palabras para construir su discurso

hablado, puede cargarlas con una significación escorada hacia el lado del sexismo. Un asunto que abordaremos posteriormente en este trabajo de investigación.

Estas reflexiones consiguen constatar que la educación, específicamente sobre el género, se convierte en un instrumento fundamental para que sea entendido de una u otra manera. El método utilizado durante su aprendizaje se convierte en cardinal para, o bien desbaratar, o bien reproducir los cánones, parámetros y estructuras que los contextos sociales y culturales hayan decretado como inamovibles e inapelables.

Todo porque el género se entiende como un sistema de escritura sobre el cuerpo que crea unos códigos de comportamiento masculinos y femeninos socialmente investidos como si fueran naturales (Preciado, 2011).

### 1.3.- El aprendizaje permanente

La institución educativa ejerce una función, que alcanza la categoría de esencialidad, al constituirse como formadora en la transmisión del conocimiento. Es la educación formal que queda estructurada y organizada de diferentes maneras como sucede con la que se emprende a distancia a través de los diferentes canales de difusión que ofrece la UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Es la escuela la que conforma el pilar esencial que dará forma al entendimiento que su alumnado obtendrá acerca del mundo. El mismo que engloba desde aquello que acontece en su lejanía, y que por tanto le es inabarcable, como lo que sucede en los márgenes de su propia contextualización, su ambiente cotidiano.

Aun así, las pautas, modelos y normas que marcan el modelaje del conocimiento no son exclusivamente presentados a la luz desde un organismo académico, entre otras circunstancias porque no todo el mundo puede formar parte de su alumnado, ni en acto ni potencialmente, por diversas causas.

Hay personas que carecen de la posibilidad de acceso tanto en su condición obligatoria como en la optativa, hay otras que, aunque sí la tengan lo ejercen solamente de forma

temporal, y otras que, aun estando ya escolarizadas, adquieren su conocimiento y percepción del entorno por otros canales de difusión.

Así, entendemos que el proceso por el que los seres humanos adquirimos nuestros conocimientos no se encuentra de forma exclusiva en el interior de los muros de la escuela. No empieza entre ellos, ni siquiera acaba ahí, contrariamente a la creencia popular y universal que, además, está muy extendida. Todo porque el desarrollo del hallazgo del saber es permanente, se prolonga durante toda la vida, y emana de fuentes que comprenden una extensión que cubre diferentes contextos y ámbitos.

De esta forma, una persona se va cocinando según las influencias que recibe a lo largo de toda su vida (Alegre, 2017a).

Es así como nos encontramos con maneras diferentes del ejercicio de la educación. La formal, la no formal y la informal. Las tres quedan convertidas en herramientas básicas y fundamentales mediante las cuales la ciudadanía puede fabricarse una opinión y un pensamiento crítico acerca del universo, como elementos basales para el desarrollo y la evolución.

Trilla (1992), que precisa que entre las tres se establecen relaciones de suplencia, sustitución, complementariedad y colaboración a lo que ha denominado *intromisiones mutuas*, señala que el proceso educativo de una persona no bebe de ámbitos o reconocimientos exclusivos, sino que se complementan a través de la actuación en contextos formales, no formales e informales según cada circunstancia.

Con respecto a los ámbitos de lo formal e informal, Delgado (2007) los ha deconstruido, reasignándolos como contextos del *adentro* y del *afuera* respectivamente, conceptualizando el primero como la adquisición de conocimientos en el que todo está acotado y el segundo como una extensión que se encuentra fuera de control, que es inclasificable e imprevisible siendo un lugar desparramado al que, además, ensalza.

Por su parte, Ortega Esteban (2005) opina que la calificación de no formal o informal no deja de ser negativa, despectiva y, posiblemente, ideológica. Además, refiere que la educación, manifestada en sus diferentes formas entre las que se encuentra la educación

social (ocupacional, laboral, familiar, para el ocio y el tiempo libre), no es competencia exclusiva de la escuela ya que esta sólo conforma un jalón más, que no es el único, dentro del *continuum* que se desarrolla a lo largo de toda la vida de una persona.

Consecuentemente, la evidencia señala que con los tres tipos de educación se obtiene un aprendizaje en el que la transmisión del saber y la interacción de las actrices y actores participantes en el contexto del conocimiento son fundamentales, cuyo objetivo es la forja de una cultura con la que cultivar una forma de pensar, actuar y vivir.

Al respecto de la capacidad de adquisición de información en estas tres formas, encontramos un estudio que analiza el conocimiento que tiene el personal docente sobre el TDAH, o Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad, y su relación con diversas variables formativas y auto-perceptivas. Se ha realizado a 1278 docentes de educación primaria e infantil de 108 centros escolares públicos y concertados de Euskadi y Navarra, elegidos aleatoriamente. El mismo, destacando a los medios de comunicación como un canal óptimo, revela que aunque para conseguir tanto información específica como global es más efectivo recurrir a los tres tipos de formación, existe una marcada preferencia por recurrir a fuentes informales frente a las otras vías, es decir, las formales y las no formales (Soroa, Gorostiaga & Balluerka, 2016).

#### 1.4.- La educación a través de la informalidad

Para conocer en qué puntos convergen y en cuales divergen los tres tipos de educación, hemos de definirlos adecuadamente.

La de ámbito formal lo hace en los siguientes términos:

“Ocurre en instituciones de educación y formación, es reconocido por las autoridades nacionales pertinentes y conduce a la obtención de diplomas y calificaciones. El aprendizaje formal está estructurado según dispositivos tales como los currículos, las calificaciones y los requisitos de la enseñanza-aprendizaje.” (UNESCO, 2012:8).

Por su parte, la educación de naturaleza no formal es el conjunto de:

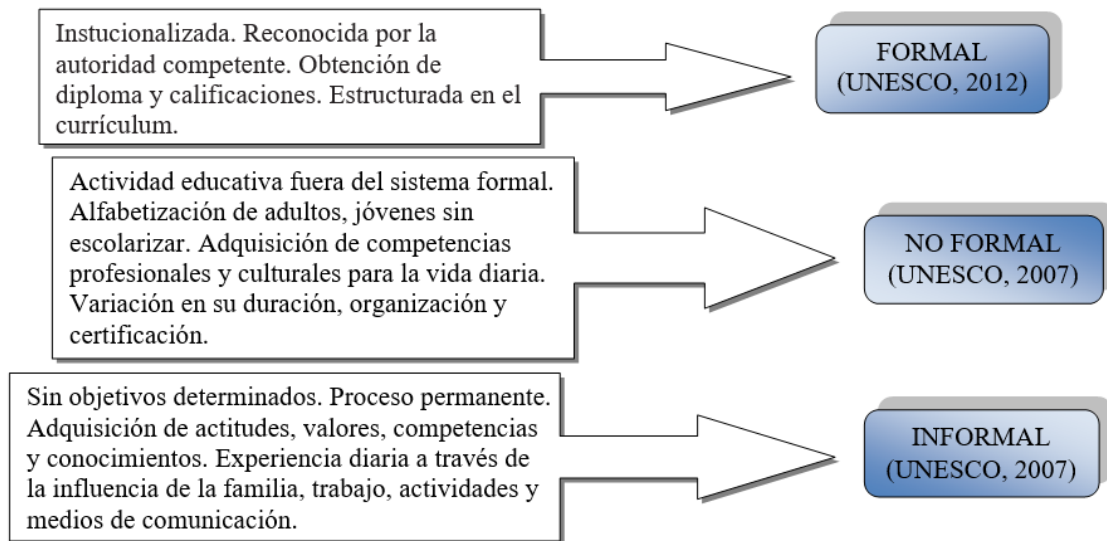
“Actividades educativas organizadas por regla general fuera del sistema educativo formal. Esta expresión se suele contraponer a las de educación formal y educación informal. En diferentes contextos, la educación no formal abarca las actividades educativas destinadas a la alfabetización de los adultos, la educación básica de los niños y jóvenes sin escolarizar, la adquisición de competencias necesarias para la vida diaria y competencias profesionales, y la cultura general. Estas actividades suelen tener objetivos de aprendizaje claros, pero varían en función de su duración, de su estructura organizativa y del hecho de que confieran o no una certificación de las adquisiciones del aprendizaje.” (UNESCO, 2007:370).

La de índole informal, que comparte con la anterior que ambas se mueven fuera del constreñimiento de los límites normativos, se describe como:

“Aprendizaje que se efectúa en la vida diaria sin objetivos claramente establecidos. Esta expresión se refiere a un proceso permanente en el que cada persona adquiere actitudes, valores, competencias y conocimientos a partir de su experiencia diaria y de las influencias y recursos educativos de su entorno (por ejemplo, la familia, los vecinos, el trabajo, las actividades recreativas, el mercado, la biblioteca, los medios informativos, etc.).” (UNESCO, 2007:370).

El resumen de las definiciones y objetivos de los tres tipos de educación se puede ver en la siguiente figura:

Figura 5. Características de la educación formal, no formal e informal según la UNESCO. Elaboración propia. Fuente: UNESCO.



Es de esta manera como la educación informal queda determinada como un proceso que transcurre a lo largo de toda la vida, que se adquiere mediante la influencia de los diferentes entornos en los que se desarrolla entre los que se encuentran los medios de comunicación, así como la familia, la vecindad, el trabajo, etc., mediante los que se adoptan conocimientos, actitudes, destrezas y valores (Coombs, Prosser & Ahmed, 1973), siendo además universal en cuanto a que afecta a todas las personas (Vázquez, 1998).

Es un tipo de educación que se encuentra representada por el aprendizaje a través del medio social mediante experiencias espontáneas y cotidianas (Smither, 2006), basado en actividades de entretenimiento que influyen notablemente en los ámbitos familiares, sociales y laborales (Rosales López, 2009).

Entre otros, el aprendizaje informal definido en un entorno digital, posibilita la mejora de la experiencia, rendimiento, innovación y construcción de la literatura que gira en torno al desarrollo de recursos humanos virtuales conocida en inglés con las siglas VHRD (Bennett, 2009).

Específicamente desde la perspectiva de la psicología educativa, es relevante que las redes sociales pueden colaborar sobre el aprendizaje individual o la construcción del conocimiento colectivo en internet, también en el aula y en cualquier otra manera de



interacción entre situaciones informales (Kimmerle, Moskaliuk, Oeberst & Cress, 2015).

Todo esto conforma un procedimiento en la obtención de unas competencias culturales siempre que se tenga en cuenta que:

“Lo que una persona *realmente* es capaz de aprender de la educación informal depende, a menudo, del grado de formación, sensibilización o conocimiento previo que tenga respecto a la experiencia informal” (Pastor Homs, 2001:529).

El informal es un tipo de aprendizaje que ya quedó esbozado durante la Conferencia Internacional sobre la Crisis Mundial de la Educación celebrada en Williamsburg en 1967. Durante la misma, P. Coombs, como director del Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación de la UNESCO, planteó la necesidad de desarrollar unos medios educativos paralelos para las enseñanzas no regladas que consideraran aquello que no es recogido dentro de su marco sistemático (Camors, 2009).

Rosales López (2009) desarrolla su trabajo al respecto de las aportaciones de Schugurensky sobre el aprendizaje informal quien destacó que, la mayoría de las adquisiciones a través de él se desarrollan en ámbitos como los relativos a los conocimientos, competencias, valores y actitudes, aunque no cuentan con un reconocimiento oficial. Añadió que se pueden presentar a través de diferentes manifestaciones y efectos, y los clasificó en autodirigidos, fortuitos y derivados de la socialización, pudiendo situarse en línea con otros implicando de esta forma una continuidad, reforzamiento o incluso modificación sobre los mismos. También diferenció entre aprendizaje informal y educación informal explicando que el primero es el producido de forma espontánea a través de las experiencias vitales, la mayoría de las veces inconscientemente y en algunas consciente, y sobre la segunda explicó que se desarrolla mediante la organización de ambientes desde los que se adquieren experiencias que derivan en aprendizajes también informales.

De esta forma y por regla general la conceptualización de sistema educativo se equipara con la de sistema de aprendizaje, aunque el primero, que se desarrolla a partir de la comunidad, el trabajo, las relaciones con el entorno y los medios de comunicación, es solamente una parte del segundo (Torres, 2009).

### 1.5.- Los medios de comunicación y su poder de influencia a través de la informalidad en la conceptualización del género y la orientación del deseo

“*Sesame Workshop* es un ejemplo de la capacidad de la radio y la televisión para contribuir a la preparación de los niños pequeños al ingreso en la escuela primaria, comprendidos aquellos que no han podido beneficiarse de programas formales de AEPI. Fundado en 1968, *Sesame Workshop* fue el creador de *Sesame Street*, un serial televisado infantil estadounidense. Hoy en día, *Sesame Workshop* está presente en 120 países y colabora con escritores, artistas, investigadores y educadores locales para producir programas de radio y televisión adaptados a la cultura local, en los que los personajes, los escenarios y los contenidos se conciben especialmente para satisfacer las necesidades educativas de los niños de cada país.” (UNESCO, 2007:179).

La consideración de la educación a través de la informalidad no puede obviar la labor de los medios de comunicación ya que en la nueva sociedad se configuran como una de las herramientas fundamentales para la educación de la ciudadanía (García Molina, 2009).

Las consecuencias que ejercen, en lo referido a la formación extra-académica, sobre las valoraciones sociales y el entendimiento del entorno que muestran son primordiales ya que son productores, constructores y transmisores del conocimiento en calidad de instrumentos del proceso de educación no institucional. Así, a través de las tecnologías digitales de la información actúan como una escuela paralela con sus códigos propios, lenguajes, normas y valores, constituyéndose en el ámbito de la educación informal (Aparici, 2005). También porque generan efectos de socialización capaces de competir con las instituciones escolares sistemáticas (Liceras Ruíz, 2014).

Los medios actúan como vehículos proveedores de información a la población adulta mediante el desarrollo de un tratamiento de la actualidad de forma atractiva (Pastor y Xifra, 2010), llegando a convertirse en unos suministradores de información y conocimiento novedosos cuyos contenidos pueden ser modificados de manera continua por los usuarios de manera participativa y colaborativa (Van Puijenbroek, Poell, Kroon & Timmerman, 2014), lo que ha conllevado que los de orden social, específicamente,

hayan modificado tanto la manera de aprender como la forma de construcción del saber utilizando para ello las nuevas tecnologías (Morduchowicz, 2001),

Su influencia alcanza tres aspectos de la personalidad humana: la construcción de la propia identidad, las relaciones con el entorno más cercano a través de los procesos de socialización y la interpretación del mundo que no se alcanza. Por ello, tanto las pautas de comportamiento, como las actitudes y las valoraciones de las relaciones sociales que transmiten conforman un mapa de representaciones que las audiencias convertirán en una forma de entendimiento del mundo. Un universo que trasciende desde el entorno más cercano a otro que, por encontrarse muy lejos, es inalcanzable. Por todo ello, ejercen una poderosa influencia en la formación de la ciudadanía a través del cauce de la educación informal, aunque sus profesionales opinen que ellos elaboran unos contenidos creados exclusivamente para la información y el entretenimiento y que por ello no son educadores (Cuadrado Esclápez, 2008).

Las representaciones que exponen poseen un gran efecto en la forma de comprensión de un concepto concreto, el mismo que será considerado como prototipo de modelo referencial, una circunstancia que sucede a través de su percepción como experiencia secundaria, al igual que sucede con las de tipo directo (Haas & Fischman, 2010).

De esta forma, al actuar como propagadores de unos contenidos inspiran a sus audiencias sobre las representaciones sociales que construyen convirtiéndose también en herramientas originadoras de procesos de significación sobre la realidad, tanto a corto como a medio plazo (Liceras Ruiz, 2006), lo que conlleva que los estudiantes no solamente emulen a las personas reales de los ámbitos de su hogar o de su escuela, sino también los modelos que aparecen en los medios a quienes convierten en objeto de sus comentarios, también en el entorno escolar, como sucede con las figuras históricas y los personajes de ficción de la literatura (Pleiss & Feldhusen, 1995).

Como afirma Bergin (2016), durante el período de la juventud de una persona se produce un interés por el conocimiento impulsado por la escuela pero a niveles inferiores a lo que cabría esperar, ya que los estudiantes lo buscan en los vínculos sociales como son las experiencias que obtienen en las relaciones con su familia, amistades, grupos afines, también de su actuación pública y de la cultura, de esta forma

los eventos que fomentan su experiencia transformadora están constituidos generalmente por los provenientes del mundo social como son los medios de comunicación.

Estos entornos que poseen carácter de informalidad influyen como agentes socializadores también sobre el gusto musical. Así, durante la adolescencia se crean grupos sociales de identificación bajo lo que se conoce como la Teoría de la Identidad Social. Según esta se crea una identidad social que se corresponde con aquellos grupos a los que se pertenece en la que el tipo de música ejerce su influencia y poder (Herrera, Cremades & Lorenzo, 2010).

Todo esto responde al carácter referencial que poseen los medios sobre cuestiones y aspectos de orden general. Pero también actúan sobre otros particulares. Es así como ejercen su influencia sobre lo relativo al género y a la orientación del deseo. Un ejercicio que se desarrolla a partir de la difusión de arquetipos, por otra parte exclusivistas, tanto de unos modelos de convivencia colectivos como otros de identidad personal.

Al respecto, un estudio cuyo objetivo es la demostración del valor de la alfabetización mediática en educación, señala que los medios en general, a los que otorga un gran poder referencial para su imitación, ofrecen un punto de vista sexista de las mujeres. Declara que ellas son quienes aparecen como objetos decorativos, cuya apariencia es lo más importante, lo que invita a quienes los consumen, que son varones, a la obtención del placer mediante su observación. Es así como las expone para el placer masculino, una práctica muy corriente específicamente en aquellos medios de contenido sexual explícito (Vandenbosch & Van Oosten, 2017).

“Centrándose en los esfuerzos de los adultos por transmitir las definiciones sociales y las diferencias por sexos, las teorías de socialización (teoría de interacción simbólica, de aprendizaje social y la de desarrollo cognitivo), pondrían su énfasis en las recompensas y castigos que se proporcionan a cada uno de los sexos cuando en un determinado ámbito no se cumple con las expectativas de los otros. Se ha estudiado en este sentido, la familia como fuente

de socialización, la escuela, el grupo de iguales, y los medios de comunicación” (Rodríguez Martínez, 2004:176).

Por su parte, con respecto a la influencia de los medios en la población LGTBI hemos de tener varias consideraciones.

Una, que los adolescentes que pertenecen a estos grupos se sienten más atraídos por las personas que aparecen en ellos si son identificados como tales, que la que sienten hacia las heterosexuales, esto conlleva que sean más propensos a desarrollar sus relaciones sociales referenciándolas en ellas (Bond, 2018).

Otra, que aun siendo complejo el reconocimiento de las minorías de género y sexuales, se convierten en fundamentales para la formación y el funcionamiento del activismo ya que ofrecen su visibilidad. Unas circunstancias que prevalecen entre los digitales y que varían considerablemente entre los diferentes países, también entre sus áreas urbanas y las rurales (Ciszek, 2017).

Además, también hemos de considerar que los gays y lesbianas adolescentes con bajo compromiso de identidad sexual obtienen información sobre sexualidad, estilos de vida y culturalidad al consumirlos, concretamente si se trata de aquellos que se engloban bajo las siglas GLO, *Gay and Lesbian Oriented media*, que al convertirse en sus referentes serán utilizados para la comprensión de sus realidades, en una primera instancia, y una vez que estén comprometidos con sus identidades, para aprender el modo en el que crear mecanismos para protegerlas (Bond, 2015).

Consecuentemente, los prototipos que los medios de comunicación difunden sobre las representaciones del género y del universo LGTBI se convierten en fundamentales al alcanzar la categoría de modélicos. Todo porque no es posible obviar su faceta como instrumentos educativos para el aprendizaje informal.

Es esta una sistemática que, sin embargo, no supone que los estudiantes desarrollen de forma automática algún tipo de habilidad crítica o reflexiva simplemente porque hagan uso de la tecnología mediática de manera informal (Van den Beemt, Akkerman & Simons, 2011).

### 1.6.- La radio como herramienta para el aprendizaje del hecho cultural

La radio es una herramienta con la que la ciudadanía puede mejorar sus procesos de formación ya que ofrece la posibilidad de generar espacios de expresión y retroalimentación, refuerza los valores éticos, se acerca a otras culturas, y al complementarse con otros medios, apoya las campañas sociales (Merayo, 2000a).

Es esta una radio que, utilizando un lenguaje propio, responde perfectamente a la triple función que ha de desempeñar todo medio de comunicación, es decir, informar, formar y entretener, además de alcanzar otros objetivos como son el de instrucción, la educación a distancia, y sobre todo una que cumple plenamente, la distracción (Mourelle de Lema, 2003).

Así, mientras la prensa escrita continúa en su atalaya desde la que intenta conseguir adeptos a sus posiciones ideológicas y de esta forma influir en la opinión pública. Mientras la televisión pretende entretener a grandes masas de población, convocadas en reuniones de contexto familiar para presenciar grandes eventos en los que el único objetivo es la cuantificación de las audiencias como elemento de organización, gestión y articulación de sus parrillas de programación. Mientras todo esto acontece, la radio permanece encendida porque nos acompaña a lo largo de toda nuestra vida, durante todo el día y en todo tipo de ubicación. Es un medio que no requiere ni de una gran infraestructura para su difusión, ni de una compleja formación que sus audiencias necesiten para comprender sus mensajes. De esta forma, este medio posibilita que se utilice como instrumento para oír, escuchar y sentir lo que los demás nos cuentan, construyendo así una imagen sonora del mundo que posibilita su entendimiento.

Es así como el aprendizaje a través de la informalidad también se cosecha a través del canal radiofónico. Es una fuente más de la que la ciudadanía bebe para obtener su conocimiento. Una poderosa herramienta con la que sus audiencias obtienen la información con la que pueden construir sus realidades simplemente sintonizándola y escuchándola.

Ya McLuhan en 1960 afirmó que la cantidad de información difundida por los medios, entre los que incluye el radiofónico, superaba la transmitida por la escuela, esto supuso un desafío destructor del libro como herramienta al convertir a la instrucción escolar en obsoleta, o como la definió, en una mazmorra feudal (Friesen, 2011).

Fauteux (2017), específicamente acerca de la radio musical, afirma que contribuye tanto al fortalecimiento de una identidad nacional como hasta la creación de alianzas internacionales. Unas funciones que se alejan de su objetivo principal y explícito, que es el de servir como canal para la promoción de ciertos estilos musicales y sus artistas, lógicamente.

Se trata de un medio que no molesta, que es gratuito, que acompaña en todos los lugares, que ameniza a todas horas, que no pierde la cobertura, que nos habla al oído como si fuéramos de su familia. Todo para influir en nuestro pensamiento y en la forma en que entendemos y comprendemos nuestro mundo, porque, aunque nuestra sociedad le conceda mayor importancia a la imagen visual que a la sonora, la mayoría del conocimiento lo difundimos por la vía oral y lo percibimos por la auditiva, el lenguaje oral es nuestra primera vía de comunicación y el sentido del oído es el que primero se desarrolla (Rodero, 2008).

De esta forma, la memoria es mayor cuando lo transmitido se presenta verbalmente a si lo es con imágenes visuales. Diferentes investigaciones sobre el aprendizaje verbal concluyen que, en la memoria a corto plazo, la presentación auditiva casi siempre supone un recuerdo mayor que la visual. Esto sucede porque cuando las palabras sonoras ingresan en la memoria a corto plazo lo hacen mediante su codificación a dos niveles: el código A o acústico, que en ausencia de información posterior se puede mantener durante un minuto sin ensayo consciente, y el código P o fonológico que se genera internamente por la articulación de las palabras (Moreno, 2006).

Incluso los niños de 9 años están capacitados para escuchar un programa de radio, interpretarlo y desarrollar su imaginación a partir de sus acciones. Así lo demuestra una investigación realizada en Suecia llevada a cabo a 14 estudiantes a los que se les presentó una dramatización radiofónica. Se demostró que construían imágenes mentales a partir de la presentación de un discurso que carece de ellas (Forsslund, 2014).

También este medio brinda una oportunidad para el aprendizaje científico informal. Lo realiza a través de informes, espectáculos sobre ciencia o historias de ficción dirigidos a personas que no forman parte de estamentos privilegiados de la sociedad. Una realidad que se sostiene, aun actualmente, porque los medios tradicionales continúan constituyéndose como importantes fuentes para la información de laicos sobre el universo científico manteniendo su influencia, incluso en el mundo digital en el que la creciente relevancia de la información en línea modifica la comprensión de contenidos relacionados con la ciencia (Maier, Rothmund, Retzbach, Otto & Besley, 2014).

Todas estas circunstancias acontecen por el poder de seducción, enganche y de creación de vínculos comunicativos del medio radiofónico con sus audiencias (Rodríguez Mateos, 2001).



## CAPÍTULO 2. El género

Aunque tanto el término *sexo* como el de *género* están bien definidos, existe cierta confusión entre los significados que adquieren, hasta el punto de que su conceptualización se llega a entremezclar produciendo malentendidos semánticos. Por paradójico que pueda parecer, esta circunstancia no acontece exclusivamente en ámbitos alejados de los contextos profesionales sino también en algunos de rango académico en los que son utilizados indistintamente para referenciar una misma cosa aunque, como explicamos aquí, no debería suceder así.

Por ello, nos vemos en la obligación de determinar de forma inequívoca el significado de ambos vocablos con el objetivo de acotar su alcance para posibilitar su diferenciación y así utilizarlos adecuadamente en adelante. Un ejercicio que abordaremos en este capítulo.

Además, en el mismo también explicaremos otros conceptos que serán utilizados con bastante frecuencia en este estudio, ya que se encuentran dentro de su marco de investigación. Nos referimos a la identidad de género o el transgénero, entre otros.

De esta manera, nuestra intención es la de describir con precisión toda esta terminología para utilizarla adecuadamente, ya que durante la fase de documentación hemos podido comprobar que existe cierta imprecisión al respecto.

El origen de las ambigüedades y vaguedades surgidas con relación a su conceptualización está originado por diferentes circunstancias. Unas acontecen porque quienes la utilizan para definir los modelos sociales de convivencia perciben a estos desde una perspectiva cándida y simplista ignorando por ello la carga de intencionalidad que puede existir cuando sus significados se usan de forma sesgada.

Por el contrario, hay otras que sí alcanzan una motivación intencionada en su uso, que puede ser oculta o visible, que se produce por quienes manejan los significados de este lenguaje específico utilizándolo como parte de una estrategia de persuasión. Es el caso de quienes se encuentran posicionados en una atalaya desde la que se contemplan arcaicamente las relaciones sociales entre las personas, y por ello otorgan valor a la

realidad social desde un único modelo de pensamiento, que además coincide con referencias primitivas, que excluye todo lo que es promovido desde la alternatividad al respecto de asuntos tan específicos.

Por lo tanto, toda esta evidencia que acontece nos obliga a consultar la bibliografía necesaria de forma rigurosa para así alcanzar el entendimiento necesario sobre todos los temas relacionados con uno de nuestros núcleos de estudio, el género, extendiéndolo en su correlación con el poder y la sociedad con los que se encuentra vinculado de una u otra manera, ampliando así nuestro catálogo de conocimiento al contemplar también la valoración social que se le concede a los estereotipos que se construyen sobre él y a su asociación con ciertos roles asignados por una convención cultural.

Además, como queremos que esta investigación adopte categoría de contemporaneidad hemos de circunscribirla a nuestro entorno convivencial y de cohabitación. El mismo del que conocemos que se encuentra cimentado en estructuras patriarcales y androcéntricas.

## 2.1.- El género y el sexo

La socióloga inglesa Ann Oakley (1972) introdujo y definió el término *género* en su libro *Sex, Gender and Society* al segregar su significación sobre la de otro vocablo, el de *sexo*. Así, realizando una delimitación conceptual de ambos, al primero lo asoció con la cultura y al segundo con la biología (Di Marco, 2005). Esta interpretación fue novedosa porque anteriormente ambos se encontraban ligados semánticamente de manera forzosa.

Más tarde, la antropóloga norteamericana Gayle Rubin (1975) en su ensayo *The Traffic in Women* fue más allá al utilizar la expresión *sistema sexo/género* para, interpretando las relaciones referenciadas en la sexualidad, definirla como el compendio de convenciones sociales que determinan la transformación de la sexualidad biológica en productos de la actividad humana.

Todas estas definiciones se interpretaron como revolucionarias ya que, contrariamente a lo que había sucedido hasta entonces, su consideración supuso establecer una diferenciación entre la condición sexual de cada persona con respecto a la de su género.

Sin embargo, la aparición y el uso de un nuevo concepto, el género, no sustituyó al que se utilizaba de forma exclusiva anteriormente, el sexo, sino que ambos se han ido complementando con el paso del tiempo de tal forma que se encuentran relacionados ya que la comprensión de la conceptualización de *sexo* es esencial para elaborar el verdadero significado de *género* (Nicholson, 2003).

Estos planteamientos condujeron, entre otras consecuencias, a que de una manera incipiente se iniciara lo que hoy conocemos como *estudios de género* que en la actualidad es una nueva área de investigación que se ha llegado a convertir en un campo específico y multidisciplinario (Sánchez Torrejón, 2013).

Así, las Ciencias Sociales se encargan de estudiar al género bajo la disciplina de la generología que lo relaciona implícitamente con los contextos sociales y culturales en los que se desarrolla, analizando el uso de las señales con las que se muestra. Nos referimos a los estereotipos, identidades, funciones y roles, entre otras. De esta forma, la Psicología lo referencia para describir aquellos componentes no fisiológicos del sexo que socialmente se consideran característicos de mujeres o de varones, establecidos mediante la etiquetación de unos prototipos que se configuran a través de rasgos de personalidad.

Por su parte, la Antropología considera que es una construcción sociocultural de la sexualidad que establece una asignación de roles sociales de forma asimétrica, arbitraria y directa entre una adjetivación aplicable específicamente al varón, instalado en el contexto cultural, público y social, frente a la que se atribuye a la hembra, en el natural, privado y familiar (Choza, 1991).

### 2.1.1.- El sexo como hecho biológico de la diferenciación

Si, como ya hemos explicado, las Ciencias Sociales son las que se encargan de estudiar y observar la forma en la que actúan las consideraciones sociales y culturales sobre la condición del género que posea cada persona, son las Ciencias Naturales las que se ocupan de hacerlo según su sexo biológico. Es así como la disciplina biológica clasifica a los seres humanos en hembras y machos (Cabello, 2010).

Desde esta posición se entiende que el sexo de una persona es: “El conjunto de características genóticas y fenóticas presentes en los sistemas, funciones y procesos de los cuerpos humanos” (Lagarde, 1990:182). Es esta una conceptualización que actúa como factor de segregación en cuanto a que en la tipología sexual reside aquello que diferencia a cada persona del resto según sea su estructura anatómica y su capacidad de reproducción y actividad sexuales (Lucas, 2007).

Todas estas apreciaciones, que son naturales, quedan establecidas en función de unos parámetros físicos y anatómicos utilizados por las ciencias biológicas para el *animal humano* y también para el resto. De esta forma, el aspecto, la configuración y la apariencia morfológicos se establecen como factores distintivos para ordenarlos sexualmente y clasificarlos, atendiendo a su papel reproductivo dependientes de sus propiedades sexuales primarias y secundarias.

Sobre las primeras encontramos que la diferenciación sexual entre mujeres y varones reside en los cromosomas del núcleo celular que se han identificado como sexuales o heterocromosomas. El sexo femenino se caracteriza por la presencia de dos heterocromosomas X. El masculino por un heterocromosoma X y uno Y. Este último llegó a denominarse por investigadores del MIT, Massachusetts Institute of Technology, como TDF o *testis determinig factor* que es el factor determinante de los testículos (Butler, 2007).

Este cromosoma, piedra angular genética de la virilidad, explica las causas por las que los varones son más grandes y más fuertes y por qué tienen barba y las caderas más estrechas (Clare, 2002).

La constitución diferencial entre los sexos se realiza en el momento mismo de la fecundación. Es esta una distinción de constitución que se transmite a todas las células del embrión en el curso de la división celular que existe ante todo en el sistema genital. Anatómica y fisiológicamente los órganos sexuales se diferencian casi desde el comienzo de la vida embrionaria y su desarrollo se realiza en una sola dirección, siendo los que conforman los caracteres sexuales primarios.

El aparato sexual tiene inicialmente una doble potencialidad, una de las cuales se convertirá en dominante bajo la influencia de sustancias químicas que determinarán la diferenciación de los órganos sexuales en el embrión. Más adelante, y bajo la forma de hormonas, estas sustancias van a provocar el desarrollo del varón y de la mujer en la pubertad y van a mantener la función sexual en la adultez. Existen hormonas masculinas y femeninas, pero ambas son segregadas tanto por el organismo masculino como por el femenino. La influencia hormonal es particularmente importante en los mamíferos superiores aunque es difícil de determinar con exactitud su intensidad y su campo de acción.

Además de los órganos genitales existen otras características corporales, más o menos evidentes, que permiten diferenciar el sexo al que una persona pertenece. Los denominamos, por oposición a los caracteres sexuales primarios, caracteres sexuales secundarios.

En la especie humana, estos se localizan principalmente en el esqueleto. Así, entre otros podemos destacar que los huesos de la mujer son menos voluminosos y sus extremidades menos acentuadas, siendo mayores en el varón. La pelvis es más ancha y más corta en la mujer y sus pechos se desarrollan más para facilitar su labor reproductora.

Todas estas diferencias físicas entre los dos sexos han quedado expuestas de una manera objetiva desde planteamientos científicos a lo largo de los años y se encuentran ampliamente desarrolladas en la extensa bibliografía que existe al respecto.

Son diferencias que responden a planteamientos naturales que afectan a los seres vivos en general, y a los humanos en particular. Son respuestas a cuestiones de investigación y análisis realizadas desde perspectivas naturales. De este modo, y bajo patrones biológicos, las peculiaridades sexuales que la naturaleza nos otorga sirven para identificarnos como hembras o machos y presentarnos de esta forma a la colectividad. Así surge el *hecho biológico de la diferenciación* que es una segregación condicionada por el sexo de cada persona que tiene como consecuencia primordial la otorgación de funciones y comportamientos diferenciados. Son estas mismas características sexuales, adquiridas incluso antes de nacer, sobre las que actuarán convencionalismos sociales,

culturales y aprendidos para convertirlas en factores que serán utilizados para una identificación vinculada a un comportamiento, el propio de mujeres y varones.

Sin embargo, existen estudios que establecen que no se han encontrado pruebas que obliguen a aceptar que los hombres y las mujeres deben comportarse de modo diferente porque son biológicamente distintos (Nicholson, 1987). Otros añaden que la presencia o ausencia del cromosoma Y no influye decisivamente en las capacidades diferenciales entre el hombre y la mujer (Clare, 2002).

## 2.2.- Género, sociedad y modelos referenciales

Sobre *los procesos biológicos de sexuación* abordados desde posiciones científicas actúan otros fenómenos que son inevitables y que aparecen cuando los seres humanos son considerados como entes sociales, es decir, alejándolos de su origen puramente animal para incluirlos en su existencia cultural. Se trata de apartarse del estudio de su asignación natural, la misma que actúa tanto sobre el macho como sobre la hembra, para transformarla en una cultural y aprendida, la que lo hace sobre el varón y la mujer. Es así como se produce un salto desde una postura de conceptualización puramente sexual de los humanos hacia otra que es social, es decir, la concerniente al género.

Esto sucede cuando sobre los marcadores definidos por una premisa natural basada en el hecho diferenciador, que atiende exclusivamente a la condición sexual, actúan ciertos factores entre los que se encuentra uno que es decisivo. Nos referimos al ecosistema social. Este alcanzará un gran poder de influencia, tanto en el desarrollo personal como en el grupal, por lo que nos vemos obligados a considerarlo en el estudio del género.

En consecuencia, para entender los significados del mismo hemos de estudiarlo contextualizándolo en un ambiente social determinado, el mismo en el que cada persona se incluye porque pertenece a él. Es la forma en la que el género queda convertido en uno de los vehículos que se manejan como parte del proceso de socialización cuyos primeros pasos están cimentados en la identificación personal sexual y en la proyección que se realiza hacia la otredad, conformada por los demás componentes del mismo grupo. Es así como se entiende que el ser humano es algo más que sus propiedades físicas sexuales porque, aunque nazca con ellas ya asignadas, adquiere otras. Son las

que él convertirá en propias. Las mismas que serán determinantes en el desarrollo que adquiriera como ser social y sociable.

Es así como el género es utilizado como factor de categorización social.

Porque necesitamos clasificar nuestro entorno, las personas que lo forman, y también todo lo que se incluye en él como son los objetos, cosas, animales o ideas, según sean considerado como macho o hembra (Devor, 1989).

Pensemos, por ejemplo, que desconocer el género al que pertenece una persona con la que empezamos a relacionarnos puede crear tensión o intranquilidad. Cuando se nos presenta por primera vez a un bebé la pregunta que lanzamos es si es niña o niño y la respuesta que obtengamos condicionará la opinión e impresión que construiremos sobre su persona.

Por todo ello, abordamos los significados del género desde su aspecto social estudiando las referencias que existen del mismo en cuanto a su conversión en patrones o marcas para emular. Para ello es fundamental que se exponga cuál es el conocimiento de los modelos y las muestras con los que se representa colectivamente, porque son ellos los que alcanzarán potencialmente la categoría de referentes, como ocurre en nuestra contemporaneidad con la binariedad y la esterotipación.

Sabemos que la primera responde a una estructura social de representación que entiende exclusivamente de dos manifestaciones de identificación: el varón o la mujer. Es así como estas dos opciones se presentan de manera exclusiva a la colectividad, posicionadas respectivamente en cada uno de los extremos de una línea, sobre la que no se acepta un *continuum* entre ellos, al ser negada o categorizada como disidente cualquier otra posibilidad. Se conforma así un patrón de referencias que es excluyente porque oculta otras que son consideradas como corruptoras de la norma, o anormales, o desviadas, al desmarcarse de la senda considerada socialmente como la correcta.

En cuanto a la estereotipación, asunto que también tratamos en este apartado, sabemos que se convierte en un factor fundamental en el proceso de socialización con el que formar parte de la membresía de un grupo determinado. Esto sucede porque con su uso

se adquiere la capacidad de otorgación de aceptación, o rechazo, en el mismo, de tal forma que quienes quieran alcanzar su inclusión, o exclusión, se deben identificar con los demás integrantes, o no. Así, el conjunto de referencias de sus atribuciones quedan reforzadas en el entorno social en el que se enmarcan (De Santiago, 2005).

### 2.2.1.- Un constructo social

Desde las aportaciones de Simone de Beauvoir (1949) en su obra *El segundo sexo* en la que ahonda en considerar que nadie nace con un género sino que este es producto de una adquisición social, han surgido muchas reflexiones al respecto.

En este sentido, muchas autorías se refieren a la expresión *hacer género* para explicar que este es consecuencia de una construcción establecida, es decir, que el género se hace.

Entre las principales aportaciones sobre su significación encontramos la que lo considera un producto científico al relacionarlo con la ciencia (Keller, 1994). Otra, que es un conjunto de papeles sociales contruidos históricamente por una asignación cultural, la apropiada según cada género (Aler, 1996). Nicholson (2003) lo denomina como la *identidad del perchero*, así el cuerpo es como una percha sobre la que se cuelgan los mecanismos culturales del comportamiento y la personalidad del género.

Judith Butler, autora considerada como referente sobre estos asuntos, interpretó que la naturaleza es intervenida por una normativa impuesta con el objetivo del establecimiento de una clasificación mediante la cual se nos otorgan unas cualidades: "El género es el aparato a través del cual tiene lugar la producción y la normalización de lo masculino y lo femenino junto con las formas intersticiales hormonales, cromosómicas, psíquicas y performativas que el género asume" (Butler, 2006:69-70), y explicó que: "Performativo indica una construcción contingente y dramática del significado" (Butler, 2007:271).

Millett (2010) señala que el género se entiende como una adquisición cultural a través de pautas y del lenguaje. Por su parte Preciado (2011) considera que la tecnología circunscribe los procesos de adaptación y materialización del género en un marco



delimitado y construido por ella, y en consecuencia la Historia de la Humanidad debería rebautizarse como Historia de las Tecnologías.

Todas estas definiciones van encaminadas a considerar que el género se fabrica a partir de unas herramientas sociales, es decir, es un constructo. Por ello, podemos referirnos a él como el resultado y producto de una circunstancia social y cultural. Es la consecuencia de la adaptación de la sexualidad que se nos es entregada al nacer interpretándola, formalizándola, configurándola, ordenándola e institucionalizándola para posibilitar un sistema organizado de relaciones tanto a nivel personal como familiar o grupal (Arregui, 1999).

Así, ciertas propiedades atribuidas a la condición sexual, y consecuentemente consideradas como naturales, quedan transformadas en significados culturales al ser moldeadas para acomodarlas según unos principios establecidos por parámetros de aceptación y validez sociales.

Es así como nos referimos a *la asignación social de género* que actúa sobre los seres sexuados y está compuesta por una serie de condicionantes que son limitadores de la conducta, de la forma de pensar, de actuación, de relación, etc., y está dirigida para conseguir un único comportamiento posible. Todo esto produce una segregación, según criterios de clasificación sexual, que establece una categorización entre lo masculino y lo femenino. Es la consideración aceptada por la colectividad de *lo propio de lo masculino y lo propio de lo femenino*.

Por consiguiente, a cada género le corresponde una forma de comportamiento individual y colectivo, de entendimiento del entorno, de identificación en los grupos sociales, de identidad y de desarrollo social y personal, entre otros. No hay posibilidad de una interconexión o interacción entre ellos, no es aceptada su mezcla, están cercados y son restrictivos, y si esta existiera alguna se catalogaría como desviada, esto es, desplazada o descentrada sobre la senda originariamente marcada como la correcta.

Esta construcción social produce una atribución de roles privativa de cada género que son adquiridos desde el momento del nacimiento hasta el de la muerte. Es una red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, valores, conductas y actividades que

diferencian a hombres y mujeres (Burin & Meler, 1998), que son entendidos como los atributos sociales que una colectividad asigna a lo femenino y a lo masculino, mientras que, por el contrario, el sexo es estático (Pautassi, 1999).

Tal diferenciación es producto de un largo proceso histórico de edificación social que implica una jerarquía marcada por la desigualdad y por unas relaciones de poder asimétricas, asuntos específicos que desarrollaremos posteriormente en esta tesis doctoral en el apartado correspondiente. En general, todos estos son convencionalismos adquiridos presentados en sociedad como si tuvieran un origen natural, y así son asumidos, aunque sabemos que son culturales ya que la coyuntura que sostiene que el varón y la hembra de la especie difieren es una realidad, un hecho también construido socialmente (Benhabib, 1992).

### 2.2.2.- La binariedad: femenino vs. masculino

En la Antigüedad se creía que el grado de temperatura de cada cuerpo determinaba su diferenciación sexual. Antes del siglo XVIII, que los órganos sexuales masculinos eran iguales que los femeninos con la salvedad de que estos tenían una disposición invertida con respecto a los primeros al situarse en el interior del cuerpo. Todo conduce a la consideración de los sexos bajo el régimen de la dualidad.

Esta, presente en nuestra sociedad contemporánea occidental, baraja dos únicas posibilidades de representación de los seres humanos, otorgadas y condicionadas por el sexo con el que hayan nacido, es decir, el que le es dado. Una es la que se identifica con la referencia hacia un mundo femenino, la otra hacia uno masculino. Cualquier otra posibilidad que no se manifieste en esta dicotomía es excluida por negación.

La existencia de este tipo de dualidad se corresponde con una única forma de pensamiento. Es la que responde a una ordenación del género de las personas, y también de las cosas, según una clasificación binaria que les otorga un valor de representación que puede ser 0 ó 1, excluyendo cualquier posición que pudiera situarse entre estos dos guarismos. Así, las características que definen a cada género son fruto de una construcción socio-cultural, marcada por el contexto espacio-temporal en el que acontece, y establecida por asignación convencional. Todo esto origina dos productos:

la mujer o el varón. Son dos entidades fijas, consideradas como indivisibles, marcadas por su sexo biológico, el que la naturaleza le entregó a cada persona en el momento de su nacimiento e incluso antes, y que, consecuentemente deriva hacia un género. El mismo que está asociado a él sin remedio ya que no existe lugar para la disidencia.

Esto actúa como factor de socialización, al igual que otros, al permanecer como un modelo social con referencias de validación que ha de ser adoptado por quienes quieren sentirse incluidos dentro su círculo de actuación, además sin que exista ninguna opción alternativa ya que intrínsecamente no admite oposición o discrepancia dado su establecimiento estático.

Sin embargo, toda esta categorización planteada desde posiciones clásicas, están instaladas en el *statu quo*, se rompe cuando sobre ella se ejerce una mirada deconstructivista, la misma que entiende que las categorías de género y sexualidad adquieren diferentes significaciones que actúan en un cuerpo sobre el que caben diversas posibilidades de interpretación, al abandona su carácter ahistórico o materia pasiva biológica sobre la que escribir los convencionalismos de lo masculino y lo femenino (Fernández, 2003).

Así, hay una tendencia dentro de los estudios de género que asume que la alternativa al sistema binario consiste en multiplicar los géneros. Ese punto de vista invariablemente provoca una cuestión: ¿Cuántos géneros puede haber y cómo han de ser denominados?, para responderla se ha de tener en cuenta que la alteración del sistema binario no debería necesariamente conducirnos a una cuantificación del género que sea igualmente problemática (Butler, 2006).

Una de las maneras de la ruptura de esta binariedad, originalmente inamovible, es cuando por influencia de ciertos factores hormonales aparecen individuos que poseen caracteres de uno u otro sexo. Nos referimos a la intersexualidad o la forma rudimentaria modificada que configura un ser mitad macho mitad hembra, esto es, que posee las cualidades físicas, biológicas o naturales de ambos sexos de una forma combinada, u otra. Es así como esta persona se puede posicionar en cualquier punto del *continuum* de representación del género, y moverse sobre su línea de recorrido, sin que

tenga que permanecer inmóvil en cualquiera de sus extremos. Ello origina, nuevas y diferentes formas de categorización y de organización de los géneros.

### 2.2.3.- Los estereotipos y prototipos, patrones para normar

La estereotipia puede definirse como un mecanismo mental mediante el cual se asigna a cada una de las realidades que percibimos una referencia, esto es, una marca, con la que facilitamos la interacción diaria en nuestro entorno.

La palabra estereotipo fue utilizada por primera vez por Lippmann (1922). Este periodista vocacional y en ejercicio se refería a este término para asignar el uso de ciertas imágenes culturalmente determinadas que se inmiscuyen entre nuestras facultades cognitivas y las percepciones del mundo.

Los estudios que llevaron a cabo Milton y Von Hippel (1996) ya hablaban de que los estereotipos funcionan como *esquemas de conocimiento* de nuestro entorno. Están formados por el conjunto estructurado de creencias que conforman las imágenes mentales que se presentan como deformidades de la realidad, aunque respondan a sus propiedades inherentes. Su uso se corresponde con la atribución de características generales, las del grupo, que prevalecen sobre las particulares, las de la individualidad.

La estereotipación se expande sin atender a ninguna razón o lógica. Se ha establecido una sensación de mutuo acuerdo que se encuentra implícita en su uso. Las personas creen en ella y por ello entienden esta forma de construir su pensamiento y simultáneamente construyen su pensamiento porque creen en ella. Es así como se dibuja un círculo en el que no se sabe dónde está el origen y dónde la consecuencia de la construcción de esta manera de entendimiento, que, además, supone una simplificación reduccionista de los procesos mentales.

En muchas ocasiones su uso puede convertirse en fuente de confusión y de discriminación cuando pierden representatividad. Si la distancia entre el objeto referenciado y la referencia es demasiado grande o se erosiona, se corre el riesgo de hacer una interpretación negativa, cayendo en el error. Por ello podemos afirmar que a través de los estereotipos se construyen realidades o identidades fragmentadas.

Se abusa de los estereotipos y se utilizan con tanto poder porque se recurre a la economía del esfuerzo para la comprensión del entorno y ellos nos ayudan a concretarlo de forma simplista porque las proposiciones que transmiten son fácilmente reconocibles y de expandir. Todo porque huimos de los planteamientos complejos de decodificar (Sperber & Wilson, 2004), y porque además, modificar los convencionalismos erradicando los prejuicios, cuesta más esfuerzo que mantenerlos (Allport, 1962).

“Dotamos a las cosas que nos rodean de un orden funcional que es arbitrario y en torno a él construimos ideas prejuicios y estereotipos hasta que se termina pensando que son naturales, que se rigen por el sentido común, cuando en realidad lo que se ha hecho es una construcción simbólica de una cosa” (Martínez García, 2004: 40-41).

Así, la falta de cuestionamiento y sentido crítico nos conduce a utilizar los estereotipos, con cuyo abuso alimentamos nuestro conformismo, ya que: “Romper estereotipos supone en muchas ocasiones una agresión para la sociedad” (De Santiago, 2005:41), y porque con ellos nos: “Resguardarnos de los desconcertantes efectos de querer ver el mundo estable y en su totalidad” (Lippmann, 2003:91).

El género, como categoría social, no escapa a su estereotipación a través de lo que se conoce como *los estereotipos de género* que aborda las creencias y: “Se refieren a la construcción social y cultural de hombres y mujeres, en razón de sus diferentes funciones físicas, biológicas, sexuales y sociales” (Cook & Cusak, 2009:23).

Se trata de construcciones sociales que, al igual que el género propiamente referido, responden también a convencionalismos sociales, lo que demuestra que la probabilidad de que una persona ejecute un comportamiento tipificado como perteneciente a un género, conforme a unas prescripciones sociales, es mayor si se encuentra en un entorno público con respecto a si se sitúa en uno privado en el que no sea observada (Unger, 1994).

Así, quedan establecidos unos *esquemas de género* que aparecen en el proceso de interacción que se establece en toda socialización y que hace referencia a la influencia a

la que se somete el acercamiento interpersonal por el conocimiento que exista en una sociedad determinada sobre los estereotipos de género (Sánchez Burón, 1998).

Estos son dicotómicos porque han sido contruidos considerando a los varones como inteligentes, independientes, activos, hábiles, etc., y a las mujeres: “Se las juzga tontas, atolondradas, incapaces de manejar máquinas, quejasas y generalmente con cualidades que no les permiten acceder al liderazgo” (Quin & McMahon, 1997:147).

El estereotipo de género es utilizado, por tanto, en la construcción de las identidades mediante el uso de etiquetas con las que se crean arquetipos para identificar a quienes pertenecen a un grupo y así diferenciarlos del resto. Es una manera de reconocer que *yo soy de este grupo y no del otro, pertenezco a este y no al otro, soy parte integrante de este y me diferencio del resto*. Esta integración en un colectivo está estrechamente asociada por la propiedad común que tenemos de pertenecer a una u otra categoría de género al pensar que *yo soy hombre, pertenezco a este grupo y no al de las mujeres*. En consecuencia, como son utilizados para normar, quien quiera pertenecer a una colectividad ha de cumplir con sus reglas. Se trata de aquella forma de comportamiento, relación, representación e identificación que el estereotipo ha elevado al rango de característica como propia del grupo y que quienes lo integran han de reconocer y asimilar.

Al respecto de la identificación que adquieren los estudiantes sobre sí mismos, según sea su género, dependiendo de la manera en la que las representaciones sociales diferenciadas les influyen en su vida académica, hemos encontrados dos estudios.

El primero, realizado a estudiantes de ciencias de primaria y secundaria, expone dos conclusiones principales. La primera es sobre la percepción que tienen tanto las mujeres como los varones sobre la posibilidad de alcanzar un futuro laboral en el contexto científico, así las primeras ven las mismas de lograrlo que los segundos, mientras que estos responden que casi de forma exclusiva sólo lo alcanzarán ellos. La segunda, que en la evaluación de las tareas de escritura no hay muchas diferencias entre varones y mujeres en sus percepciones sobre las ciencias (Sible, Wilhelm & Lederman, 2006).

El segundo, que versa específicamente sobre la identificación que establecen los

estudiantes de ciencias y matemáticas con respecto a los estereotipos de género, concluye que es menos probable que quienes se apoyan en estos, como forma de entendimiento del entorno, funcionen correctamente porque tienen menos recursos disponibles. También demuestra que aquellos grupos estereotipados obtienen un rendimiento diferencial ante las tareas que se les encomienda durante su etapa escolar (Lauer, Momsen, Offerdahl, Kryjevskaja, Christensen, & Montplaisir, 2013).

### 2.3.- Género e identidad

Si ya nos hemos referido al género como una producción cultural atendiendo a las influencias sociales y contextuales que son utilizadas en su construcción, vamos a exponer de qué manera actúa con respecto a la adquisición de una identidad propia. Es así como abordamos la relativa al género y las circunstancias en las que se produce.

Construimos nuestra identidad al tener conciencia de ser nosotros mismos, con la posesión de unos rasgos propios y característicos con los que nos incluimos en una colectividad formada por iguales. Todos tenemos esta necesidad, la de sentirnos pertenecientes a un colectivo y, por ello, excluimos de otros por ser los contrarios.

Por una parte, esta actuación conlleva un ejercicio de inclusión e integración en los grupos cuya membresía tiene una identidad igual o similar a la nuestra porque interpreta las relaciones sociales de igual forma y manera a como nosotros lo hacemos. Y por otra, una exclusión con respecto a los otros de los que nos distinguimos porque son los diferentes. Se trata de realizar un ejercicio de comparaciones cuya conclusión fundamental es una consideración, la que nos hace pertenecer a un conjunto y enajenarnos de los otros.

Necesitamos reconocer las características propias de unos u otros, y además, de sentir las como nuestras al incorporarlas a nuestra personalidad. Por ello, ante la segregación que la sociedad nos plantea, producida por la binariedad a la que ya hemos hecho referencia, nos sentimos como pertenecientes a un género y excluido del otro. Así, cada persona tomará los rasgos asociados culturalmente a cada grupo al que desea pertenecer para

convertirlos en los suyos propios y personales. De esta forma se va fabricando la propia identidad y, en consecuencia, la identidad de género.

El hueco que cada persona va buscando, como si se tratara de las piezas de un *tetrix*, le identifica con cada uno de estos colectivos, o bien el de los varones, o bien el de las mujeres, que definirá su forma de actuación, conducta, pautas y hábitos por ser los apropiados de cada género. Por ello, la influencia social también adquiere aquí categoría factorial de una gran magnitud, porque con sus referencias se obtiene una determinada autoestima que es positiva por asimilación y negativa por exclusión.

Durante todo este largo proceso de identidad, en el que también se adquiere la relativa al género, la mayoría de la población adopta como propias las características que socialmente han sido asociadas a su género, condicionadas por el sexo biológico con el que nacieron. Pero hay una minoría a las que esto no les ocurre. Son quienes se decantan por una forma de comportamiento que corresponde, según los patrones culturales adquiridos, a un género opuesto a su sexo biológico. Es lo que conocemos como transgénero y transexualidad, conceptos a los que nos referiremos más adelante.

También nos ocuparemos de exponer, en el epígrafe correspondiente, las consideraciones de quienes rompen con los esquemas sociales impuestos al respecto del género y de la orientación del deseo. Así, abordaremos estas categorías humanas desde otras perspectivas como son las teorías performativas, la *queer* o la contrasexualidad, entre otras alternativas.

### 2.3.1.- La identidad de género

Los procesos psicológicos de identidad, aprendizaje de roles y construcción de esquemas estereotipados se desarrollan evolutivamente, desde la concepción hasta la muerte, a partir de las múltiples interacciones que se establecen entre cada individuo y su mundo particular pudiendo llegar a tener un peso considerable sobre la manera de razonar, de sentir, de enjuiciar y de establecer relaciones interpersonales (Barberá, 1998).



De esta forma nos acercamos a la conceptualización de la identidad de género o la percepción de la pertenencia a un sexo y no al otro (Stoller, 1985).

“El grado en que cada persona se identifica como masculina o femenina, o alguna combinación de los dos. Es el marco de referencia interno, construido a través del tiempo, que permite a los individuos organizar un autoconcepto y comportarse socialmente en relación a la percepción de su propio sexo y género. La identidad de género determina la forma en que las personas experimentan su género y contribuye al sentido de identidad, singularidad y pertenencia.” (Cabello, 2010:18).

Es así como en la gestación de una identidad influye poderosamente la instrumentación cultural. La misma que es determinante para que un ser humano consiga construir una propia, la suya, que es entendida como fruto de las subjetividades en varios aspectos como la ideología, el lenguaje o las relaciones y que es diferenciadora y excluyente dependiendo del sexo que inicialmente tenga otorgado según factores biológicos.

De esta forma, la identidad de género, como factor de socialización de los seres humanos, se realiza teniendo en cuenta tres grandes objetivos: el autoconocimiento o comparación con otras personas del mismo género para obtener las características de cada grupo, la autoverificación o consolidación de la idea de sí mismo mediante la relación con personas del mismo sexo, y la autovaloración o deseo de obtener comparaciones positivas con el fin de mantener un nivel elevado de autoestima (Sánchez Burón, 1998).

En consecuencia, las mediaciones sociales se convierten en concluyentes para la adquisición de un tipo de identidad, en términos generales, y de género, en particular. Unas influencias que, ejercidas en nuestro contexto contemporáneo, posibilita de manera exclusiva la adopción de una propia masculina, o una propia femenina, porque son los únicos referentes que permite emular.

Pero esta disyuntiva no se plantea simétricamente, en cuanto a que sabemos que la primera se ha relacionado a través de los tiempos como la forma dogmática, dominante y hegemónica de entender las relaciones entre las diferentes sexualidades en el

imaginario social dominante. Y la segunda se ha catalogado en una posición contraria. Es así como el género queda catalogado según las funciones que se les asigna. Todo porque el comportamiento humano está encasillado en celdillas como si fueran jaulas (Alegre, 2017b).

Si desde una concepción animal el macho se empeña en marcar las diferencias con respecto al comportamiento de la hembra, para diferenciarse de ella y que le distingan, desde la humana el varón deberá hacer valer su identidad de género masculina mediante el convencimiento de sí mismo y hacia los demás de tres cosas: que no es una mujer, que no es un bebé y que no es homosexual. De esta forma ser hombre significa no ser femenino, dócil, dependiente o sumiso, no ser homosexual ni afeminado, tanto en referencia al aspecto físico como por los gestos característicos, no mantener relaciones sexuales o demasiado íntimas con otros hombres, y, además, no ser impotente con las mujeres (Badinter, 1993). Es mediante la acepción de estos parámetros de comportamiento y actitudes como el niño se va formando como hombre.

Todo esto se constituye como la forma tradicional en la que se construye la propia identidad de género, aunque sabemos que, contrariamente a esta perspectiva, existe otra que es la que la observa de forma inclusiva, por lo que es necesario entender que es una categoría que se desarrolla en lo colectivo y en lo humano como identidad en la diferencia revalidando las identidades subalternas y de la individualidad. Además, supone una concepción del entorno alternativa a lo patriarcal, comprende un continuo de ideología-identidad-proyecto de carácter emancipatorio y se constituye como un sistema de relaciones de carácter horizontal que huye de las de tipo hegemónico tradicionalistas (Calcerrada, 2016).

### 2.3.2.- La transexualidad

En el abordaje de la identidad de género no puede ser obviada la transexualidad. Esta queda planteada, desde los convencionalismos culturales y sociales, como una disonancia entre el sexo biológico de una persona y la identidad de género que adopta.

Fue a principios del siglo XX cuando el sexólogo alemán Magnus Hirschfeld estableció sus fundamentos, con sus investigaciones para una exploración científica de los grupos de transexualidad, que versaron sobre el tercer sexo, el travestismo, y los estados sexuales intermedios.

En 1951 un joven varón se cambia de sexo en Dinamarca lo que ha llegado a constituirse como el primer acto de este tipo que ha sido difundido públicamente, que aunque fue ampliamente, sucedió dos años más tarde a su realización. Fue un hecho que se conceptualizó como de travestismo, y no de transexualidad, ya que no sucedió hasta 1953 cuando el alemán Harry Benjamin diferenciaría entre transexuales y travestidos. Es así como este endocrinólogo describió la transexualidad como el deseo de cambio de sexo producido por una relación de asociación entre la normalidad biológica y la convicción de pertenecer al otro sexo.

Específicamente el término *trans*: “Engloba todas las personas cuya identidad de género no se corresponde a la socialmente asignada en función de su sexo. Se trata de una categoría que no tiene en cuenta si la persona se ha operado, ni la lectura política que hace de su situación” (Coll-Planas & Cuells, 2013:154).

Con esta definición alcanzamos a entender que el reconocimiento que se debe hacer a una persona transexual, masculina o femenina, no debe definirse con relación a las características de sus órganos sexuales. Es necesario explicar esta circunstancia porque es conocido que popularmente la definición de estas personas se encuentra relacionada por la posibilidad, o no, de que hayan sufrido alguna operación quirúrgica de reasignación sexual. En consecuencia, los órganos sexuales no son determinantes a la hora del reconocimiento de la identidad de género porque, como ya hemos explicado anteriormente, esta está relacionada con otros parámetros que son los que cada ser humano utiliza para alcanzar tanto una conciencia propia, como una identificación y una personalidad que son las que se encuentran asociadas a las formas y maneras en la que cada género se manifiesta.

Una persona transexual se identifica con el género opuesto al sexo biológico con el que ha nacido. El mismo que le ha sido entregado, sin que exista opción ni elección alternativa por su parte, que viene marcado por unos caracteres sexuales primarios y

secundarios, como ya hemos relatado y explicado anteriormente. De esta forma, adopta unas pautas de actuación como son la forma de vestir, de hablar, de moverse, etc., que son identificatorias y particulares del género contrario al que la normativa social y cultural le ha asociado a su sexo.

Para la antropología social la transexualidad se concibe: "Como un producto resultante de aplicar un modelo determinado de construcción sociocultural a la identidad sexual y de género, en un contexto concreto" (Bergero *et al.*, 2008:77). Por ello, desde esta área del conocimiento puede interpretarse según tres enfoques: como género performativo, como reforzamiento de las identidades de género y como expresión de un tercer género.

Por su parte, el transexualismo, la transexualidad o el trastorno de la identidad sexual o de género son términos sinónimos. El Manual Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales (DSMR-IV TR), elaborado por la Asociación Psiquiátrica Americana-APA, entiende que el trastorno de identidad de género es un trastorno mental caracterizado por una identificación acusada y persistente con el otro sexo y un malestar persistente con el propio o sentimientos de inadecuación con su rol, que provoca un malestar clínicamente significativo y deterioro social, laboral o de otras áreas importantes del funcionamiento del individuo (Gómez, Esteva & Bergero, 2006).

### 2.3.3.- Alternativas a los modelos clásicos: las teorías performativas, la teoría *queer* y la contrasexualidad

En un estudio de estas características no podemos obviar el abordaje de aquellos significados que adquiere el género cuando se encuentran ajenos a su conceptualización clásica y conservadora. Son los que proponen quienes se ubican alejados de la perspectiva posicionada en la normatividad y los convencionalismos sociales y culturales.

Nos referimos a las consideraciones alternativas que rompen con las hegemónicas, las mismas que se encuentran situadas en un *statu quo* que imposibilitan la disidencia. Son otras formas de pensamiento y entendimiento que enriquecen nuestro conocimiento. Son los puntos de vista más creativos y alternativos que cuestionan la ortodoxia.

En este sentido tenemos que referirnos a las teorías performativas, la contrasexualidad y las teorías *queer* de conceptualización del género que están interrelacionadas en muchos aspectos con los que confluyen.

En este sentido, la filósofa postestructuralista Judith Butler acuñó sus ideas sobre el género, el sexo y la orientación del deseo bajo lo que denominó como *las teorías performativas* inspirándose en los análisis de Foucault, Derrida y Wittig entre otros.

A largo de su compleja bibliografía explica que nos construimos como sujetos al asumir el sexo/género de nuestra propia identidad dentro de un contexto de jerarquizaciones establecidas desde la normativa impuesta por el poder, lo que conlleva que asumamos un género, una sexualidad y una orientación del deseo. Es así como se refiere a la concepción constructiva social del género, y también del sexo y de la orientación, de forma performativa:

“No es un acto único, sino una repetición y un ritual que consigue su efecto a través de su naturalización en el contexto de un cuerpo, entendido, hasta cierto punto, como una duración temporal sostenida culturalmente” (Butler, 2007:17).

Se trata de una invocación realizada desde la ley heterosexual que influye en quien va formando su sexualidad, su orientación y su género en una estructura lingüística que está en constante construcción.

Butler, además: “Incide en la necesidad de articular las múltiples identificaciones con las que la subjetividad es conformada” (Romero Bachiller, 2004:209-211), al reconocer que el cuerpo sexuado no es una superficie pasiva no significativa hasta el momento de la conceptualización significativa del género (Torricella, 2009), lo que explica que la performatividad del mismo no es un acto singular y voluntarista, sino que actúa como si fuera un proceso de sedimentación de una norma, es decir, fruto de la reiteración de esta, de su repetición (Gallego, 2006).

Todo porque, para esta filósofa de la contemporaneidad, el género es como el medio discursivo-cultural por el que la naturaleza sexuada se forma como prediscursiva. Es así como Butler abre las líneas de la *Teoría Queer* que se basa precisamente en considerar

que el género es performativo y que el sexo tiene que ser considerado con relación a la cultura, la clase y la identidad sexual, entendiendo además, que no existen exclusivamente dos vertientes sexuales opuestas, varón y mujer, ya que se pueden adoptar identidades sexuales distintas y nómadas (Sáez, 2004).

Además, para Butler autodefinirse como *queer* supone incluirse en el sistema hegemónico heteronormativo y afirma que sus teorías performativas rompen con esta estructura dominante de relaciones de poder y sumisión al plantear una confrontación sobre los discursos dominantes planteada desde la intervención de las palabras.

La palabra *queer* no es acuñada por Butler sino que nace a partir de un conjunto de microgrupos que se reapropian del insulto que significa este vocablo<sup>3</sup> utilizándolo como una forma para nominarse y como un espacio de lucha política para enfrentarse a las políticas de integración homosexuales, que les solicita y demanda hacerlo, en una sociedad heterosexual y bajo sus patrones.

De esta forma, a finales de los 80 nace de la mano de homosexuales y transexuales el *movimiento queer* que toma la calle utilizando el lenguaje para reivindicarse (Butler, 2002), cuyo principio fundamental consiste en una segregación de la sexualidad con respecto al género.

Así, entienden, por una parte, que la sexualidad y el género, entidades inventadas por la medicina del siglo XIX, se utilizan para normalizar la heterosexualidad y patologizar la homosexualidad, y por otra que son espacios plásticos, es decir construcciones sociales y políticas, conceptos creados para la regulación del sistema que une el sexo y la reproducción en el capital. Unas reflexiones que podemos escuchar del activismo de este movimiento en boca de Beatriz Preciado (TVE La 2, 2014).

Desde esta corriente se interpreta que la pertenencia a un género no debe implicar unas determinadas prácticas sexuales ya que estas no deben reducirse a una orientación del deseo exclusivamente heterosexual, por eso reconoce *lo diferente* al incluir las subjetividades de lesbianas, gays, transexuales o bisexuales. Además, también cuestiona

---

<sup>3</sup>El vocablo *queer* es etimológicamente un insulto que se traduce al castellano como: raro, pervertido o tarado.

la heterosexualidad como un término natural del deseo de las personas, y rechaza la identificación que se establece desde un sentido unidireccional por el que se relacionan la orientación del deseo y la identificación desde el punto de vista del género abriendo así el abanico de sus posibilidades.

También asume que el género no es permanente sino intermitentemente inestable como se puede observar en las personas transgénicas, y que la homosexualidad ha de ser considerada como una necesidad emocional y no con una apariencia física de cada persona.

Este mismo movimiento adopta una postura de cuestionamiento de la viabilidad, la estabilidad y de las utilidades políticas en referencia a las identidades sexuales (Gamson, 2002), al que Wittig (1992) aportó la abolición de las categorías mujer y hombre como exclusivas que sí que habían sido aceptadas de forma plena por los movimientos homosexuales anteriores.

Por su parte, Beatriz Preciado relaciona la terminología *queer* con los procesos de reificación y mercantilización añadiendo sobre este término que: “Ha perdido buena parte de su potencial subversivo y no puede hoy servir como denominador común para nombrar los procesos de proliferación de estrategias de resistencia a la normalización” (Preciado, 2008:239). Como autora del *Manifiesto contrasexual* acuñó el término *contrasexual* para referirse al: “Análisis crítico de la diferencia de género y de sexo, producto del contrato social heterocentrado, cuyas performatividades normativas han sido inscritas en los cuerpos como verdades biológicas” (Preciado, 2011:13).

Esta filósofa, de origen español y residencia francesa, entiende que las conceptualizaciones del sexo y del género deben observarse como consecuencias en un contexto de tecnologías sociopolíticas complejas en las que hay que romper con los convencionalismos clásicos excluyentes que sólo entienden de la binariedad como modelo válido y considera que:

“Los diferentes elementos del sistema sexo/género denominados hombre, mujer, homosexual, heterosexual, transexual, así como sus prácticas e identidades sexuales, no son sino máquinas, productos, instrumentos, aparatos, trucos,

prótesis, redes, aplicaciones, programas, conexiones, flujos de energía y de información, interrupciones e interruptores, llaves, leyes de circulación, fronteras, constreñimientos, diseños, lógicas, equipos, formatos, accidentes, detritos, mecanismos, usos, desvíos...” (Preciado, 2011:14).

#### 2.4.- Género y poder

El género como categoría social, debe ser abordado como una gestión de poder que comprende el análisis de la distribución y reproducción del mismo, así como sus decisiones y posibilidades de acción (Rosales, 2013). Es esta una perspectiva que abre el debate actual sobre la categoría *género* al explicarla desde dos posturas: una que lo considera un concepto de poder con significados codificados en el lenguaje y otra que lo usa como relación social, articulada a otras relaciones de desigualdad. Es lo que se conoce como la teoría de las múltiples opresiones (Luna, 2004).

Todo porque entre los grupos sociales se establecen relaciones de poder cuya traducción se reduce a que el grupo dominante clasifica a los minoritarios, los nombra y designa sus atribuciones atendiendo a unas consideraciones subjetivas que son las características utilizadas para definirlos. Los dominantes piensan sobre los dominados y se refieren a ellos utilizando un lenguaje determinado con el que también se marca su autoridad. Y así ocurre cuando como categoría diferenciadora se utiliza el género.

De esta forma, en este trabajo de investigación vamos a abordar las vinculaciones marcadas socialmente entre el poder y el género desde diferentes ángulos, sin olvidar los factores condicionadores al respecto.

Uno de ellos es el que entiende la correspondencia existente entre ambos conceptos desde las relaciones de asimetría, o no igualitarias, que determinan las condiciones de cada persona. Otro es el que se rige, de una u otra manera, por una estructura social en la que existe una asignación de roles que, diferenciando el género de quien lo posee, atribuye de esta forma papeles segregadores. También abordaremos las formas en las que esto se manifiesta en el discurso que se construye desde los patrones sexistas.



Todo esto ha de ser considerado como circunstancias que se producen y desarrollan en una contextualización que es consecuencia de un entorno marcado por las referencias patriarcales y androcéntricas, porque es la nuestra. Factores estos que se han de considerar como determinantes para comprenderlo y que no han de permanecer excluidos en un estudio como este ya que, de manera implícita o explícita, decretan las impregnaciones de dominación y posesión.

#### 2.4.1.- El marco contextual patriarcal y androcéntrico

“En razón de aquel marco ideológico, se constituye un *hombre* – que es un ente implícito y referencial- y una *mujer* –que es un ente aludido pero eludido-. Este hombre, con el concurso y el convenio de una mujer a la que toma como *propia*, adquiere la condición de *Páter* tornándose monarca, preeminente y dueño. Luego genera una mujer que queda convertida en vasallo, secundaria y propiedad. El hombre es definido como *seminal* y es quien transmite la humanidad (la condición de *anthrophos*, o sea, la dignidad, el honor, el apellido, el patrimonio...); luego, una mujer que es el instrumento necesario para la transmisión (la tierra o el tiesto donde la semilla germina” (Landarroitajauregi, 2013:131).

El género se considera como un producto o consecuencia cultural de las relaciones sociales enmarcadas en un sistema regido por el Patriarcado y por el Androcentrismo, esto es, subrayando y priorizando la figura del Páter y del *Anthropos andrizado*. Consiste en la asociación de lo universal con lo masculino y consecuentemente en una representación mental referenciada también en él.

En la configuración de esta cultura androcéntrica la figura del páter se convierte en fundamental ya que adquiere un valor referencial condicionador de las relaciones sociales, políticas, familiares, de propiedad y de jerarquización. Todo gira en torno a él. Además, en un entorno de heteronormatividad como es el nuestro, asunto del que nos ocuparemos posteriormente al tratar específicamente la orientación del deseo, su figura adquiere mayor valor y poder ya que de forma implícita queda asimilada que la orientación del deseo que adquiere este varón de orden supremo es la heterosexual, exclusiva y naturalmente.

El término *patriarcado* significa la ley del padre, es el ejercicio del control social que ejercen los hombres sobre sus esposas e hijas. Su repertorio es muy variado discurriendo desde el ámbito doméstico y familiar (padres, tutores, hermanos mayores, etc.), hasta los patricios (gobernantes y demás padres de la patria), e incluso a las autoridades privadas o patrones (propietarios y directivos), entre otros (Gil Calvo, 2008).

En este contexto social de relaciones se establece una jerarquización a través de los impuestos, el sistema de seguridad social, el comportamiento cotidiano y el ordenamiento jurídico, entre otros. La explicación es sencilla, el hombre primitivo descubre la paternidad y el concepto de la propiedad privada que originan el patriarcalismo: el hombre sale a cazar, se aleja del hogar, se convierte en guerrero, asume el poder del grupo y de su defensa; la mujer da a luz, cuida de los niños y permanece en la cueva.

Por su parte, el vocablo *androcentrismo* fue introducido por Charlotte Perkins Gilman al referirse a él y conceptualizándolo en su obra *Nuestra cultura androcéntrica: o el mundo hecho por el hombre*, lo que inició un debate sobre este concepto en el ámbito de la sociología (Perkins Gilman, 2013).

Así, el varón es quien se instala en el núcleo referencial, pero no por méritos propios sino porque su género así lo decreta, sobre el que gira todo lo demás. Es el dueño del poder, quedando visibilizado al actuar en la esfera pública. El resto permanece en la otredad. Como sucede con la mujer al quedar convertida en la abastecedora de ese mismo poder, permaneciendo oculta en una posición de sumisión dentro de una esfera privada.

Se trata de la adjudicación de un rol, dispuesto según el género, como consecuencia de la representación que se realiza de estos esquemas, que además se asumen y reconocen por todos de forma natural, y que se reproducen análogamente con el transcurso del tiempo.

De esta forma, las personas reciben una valorización de desigualdad por razón de su género lo que conlleva que existan relaciones de asimetría al asignar roles de diferenciación basadas en él que, además, adquieren categoría de normatividad.

“Ideologies are created in societies in which relations of domination are based on social structures such as class and gender” (Jorgensen & Phillips, 2002:75).

#### 2.4.2.- Las relaciones asimétricas

Tanto las mujeres como los varones han compartido una idea en común que permanece en el llamado imaginario colectivo. Nos referimos a la disposición de poderes que confiere una superioridad a lo masculino y que, implícitamente, declara lo femenino como inferior. Se trata de una correspondencia asimétrica que se explica partiendo de las premisas de las desigualdades.

De esta forma, la sociedad contemporánea sitúa en cada uno de los dos cabos o extremos de una larga cuerda a los varones y a las mujeres respectivamente. Es el trazo de una línea sustentada por las relaciones sociales y culturales sobre las que se coloca a las personas según sea su género. En un extremo se encuentra la discriminación positiva hacia los hombres que consiste en destacar los logros masculinos, y en el otro, bien alejado del primero, la discriminación negativa hacia las mujeres minimizando sus logros y aportaciones, o incluso invisibilizándolas.

Es inevitable obviar que en nuestro entorno espacio-temporal la identidad masculina se asocia al hecho de penetrar, tomar, dominar y afirmarse, incluso con el consentimiento social del uso de la fuerza si fuera necesario. La identidad femenina, por su parte, se identifica con el ser poseído, dócil, pasivo y dado al sometimiento.

Son las mismas relaciones sociales que, vinculadas al género, están referenciadas en el falocentrismo que posiciona al varón como poseedor de unos atributos sexuales determinados, los mismos que le ofrecen la posesión del dominio (Butler, 2007). La mujer, por su parte, es la que se ocupa de ejecutar una dermatología política generalizada porque cuida la piel del mundo (Preciado, 2008).

Todo esto nos hace entender que las relaciones de género quedan constituidas de forma asimétrica al existir fuerzas dominantes entre las que: “Los dominados aplican a las relaciones de dominación unas categorías construidas desde el punto de vista de los dominadores, haciéndolas aparecer de ese modo como naturales” (Bourdieu, 2000:52). Todo porque como ya señaló Foucault (1982) la sexualidad es una organización de relaciones de poder, entre otras cosas, que se mantiene como represión o dominación actuando sobre la categoría o condición de sexo.

La asimetría queda reflejada en la representación que se hace del varón con respecto a que se realiza de la mujer. Él se presenta como el referente, el modelo al que hay que copiar y en el que reflejarse. A partir de él, se presenta a la mujer.

De esta forma, se supone que los hombres, cuanto más se acerquen al modelo normativo, mejores varones serán. Y en la sociedad actual decir *ser mejor varón* es tanto como decir *ser mejor persona*, ya que el estándar humano dominante sigue siendo varón, además de blanco, cristiano, heterosexual, seronegativo o seroignorante, válido, eurooccidental y solvente (Guasch, 2006).

Para que los varones sean aceptados como tales han de tener un comportamiento que se diferencie expresamente del que poseen las mujeres, y además han de rechazarlo abiertamente, ellas han de ser su objeto de deseo incluso llegando a maltratarlas, y han de construir su personalidad mediante los lazos de unión con otros varones de los que quedan excluidos los homosexuales por no responder a los patrones masculinos normativos de comportamiento (Stoller, 1989).

Todo esto se forma a partir del proceso de masculinización, reconocido como de enmascaramiento en cuanto a que es una prótesis extracorpórea de naturaleza fálica: “Una morfogénesis estructural o tipología antagónica de masculinidades en juego, que se activa en el proceso biográfico de hacerse hombre adulto” (Gil Calvo, 2006:25).

En el lado opuesto se sitúa el universo femenino.

Ya Beauvoir (1949) en *El segundo sexo* afirmó que la sociedad, al estar codificada por los hombres, consigue que la mujer sea inferior.

Es así como queda reflejado el dominio, el de unos hacia otras, que se establece como una forma de vinculación social entre ambos grupos y que se apoya en técnicas de manipulación emocional, utilizadas también sobre las víctimas de la tortura como presión psicológica, basadas en la generación de culpa (conducta permanentemente demandante e irresponsable en los conflictos creados), confusión (manipulando comunicacionalmente y generando dudas en el otro), depresión (socavando la autoestima de la mujer y descalificándola), vergüenza (mediante las críticas y humillaciones ante terceros), temor (amenazando directa o veladamente) y sometimiento (manipulando los espacios, los tiempos, el cuerpo y las conductas de la mujer a la que considera su objeto) (Corsi & Bonino, 2003).

Al respecto, Bourdieu (1999) se refirió en su extensa obra a la reproducción de los hábitos sociales y sus estructuras de dominación bajo el término *habitus*, explicando que se presenta como una forma natural de entendimiento de las relaciones sociales. Todo porque en ellas existe un esfuerzo patético para alcanzar la *fórmula de la illusio viril*, que es lo que se necesita para estar a la altura de la idea del hombre, y el sufrimiento que comporta no alcanzarla: “Para alabar a un hombre basta con decir de él que *es un hombre*” (Bourdieu, 2000:21).

Bourdieu (1997) también explica que la violencia simbólica se enmarca en el lenguaje, en los medios, en la clasificación social, y también en el aspecto educativo. Y se refirió a ella como la dominación que ejercen los varones sobre las mujeres y que se da en el ámbito público porque se practica en el interior del hogar y se perpetúa por la labor que ejercen instituciones como el Estado o la escuela ya que se encuentran interconectadas (Bourdieu, 2000).

### 2.4.3.- Los roles sociales normativos

"To explain why women are particularly underrepresented as professionals in math-intensive fields, we must look to other potential causes. Some have opined that gender bias in admission, interviewing, and hiring is part of the problem, and others have claimed that career preferences and lifestyle choices are the main cause, and still others have invoked stereotype threat, self-efficacy, and beliefs in brilliance" (Ceci, 2017:5).

Un rol implica un patrón de acción preestablecido por medio del que el ser humano se inscribe en lo social. Es el papel con el que las personas interpretan y representan los dictados de un guion teatral sobre el escenario, simulando que es el de la vida.

Los roles vinculados a cada persona son definidos desde la perspectiva de la segregación como una convención socio-cultural en la que se establecen una reglas de poder que, circunscritas al dominio-sumisión, asignan el espacio en el que se tiene que mover cada género (Molina, 2003).

Son los mismos que reparten las tareas, que son arbitrarias, y pertenecen al aspecto social y al orden funcional que se le asigna al sexo (Durán López, 1996).

Su determinación produce una distribución de funciones vinculada al sexo biológico, extendida en todas las sociedades históricas y prehistóricas conocidas. Las mismas que provocan encasillamientos surgidos a partir de la arquetipación según la femineidad y masculinidad prefijadas a las que han de ajustarse todos los seres nacidos varones por una parte, y los nacidos mujeres, por la otra.

Es una asignación diferenciada de formas de actuación y relación que viene determinada por el género. El varón *es*, y la mujer es lo que difiere de *él*. Así, desde el inicio de los tiempos las condiciones diferenciales de lo gínico como el parto, la menstruación, el útero y la placenta se han considerado impuras.

La reproducción se vincula tan estrechamente con la mujer que el valor que se le concede es el propio de la posesión de la maternidad:

“El ejercicio de la maternidad supone la articulación del cuerpo en la cultura: la autonomía del sujeto femenino se encuentra limitada en su singularidad cuando su cuerpo pasa a ser el lugar de origen de otro ser humano; el dominio sobre el propio cuerpo –la maternidad voluntariamente elegida- se halla, a su vez, limitado en tanto aquél ha sido construido como cuerpo signifiante por las prácticas y discursos dominantes en la sociedad, a través del lenguaje y de los vínculos sociales” (Tubert, 2004:115).

Es así como ella obtiene un valor social vinculado a un orden biológico:

“Lo masculino era lo apolíneo, luminoso y dominador de las fuerzas del cosmos. Lo femenino, lo dionisiaco, irracional e instintivo y pese a ello -porque esto no podía ser negado ya que las mujeres dan a luz-, la afirmación de la vida” (Guil Bozal, 1998:97).

Esto deriva en la división sexual del trabajo, constituida como un asunto tabú y anunciado desde la diferenciación biológica, que marca las diferencias con las que se crea el género (Sánchez Torrejón, 2013). Su conclusión obtiene unas consecuencias inmediatas y excluyentes entre *trabajos propios de hombres y labores apropiadas para mujeres*.

Está basada en los hechos biológicos, los significados culturales y las relaciones socioeconómicas establecidas por patrones normativos entre los sexos que responden a un esquema propuesto por Eagly (1987) que ha dominado las ciencias sociales. Su principio fundamental es la segregación que se establece en el trabajo entre amas de casa y asalariados, al que muchos historiadores han señalado como causas de la industrialización y el crecimiento de las ciudades.

Las primeras son mujeres que desarrollan *sus labores* en una esfera doméstica y privada por lo que no adquieren la categoría de trabajo real al no ser remunerado, además en ámbitos con los que no puede competir el hombre (Menéndez, 2001). Los segundos son varones, posicionados en un ámbito social-económico y una esfera pública.

Si la mujer ganaba el pan, el hombre, la carne (Morgan, 1977).

Estas evidencias diferenciadoras, que han permanecido estáticas con el paso del tiempo, no han sufrido apenas evolución ni siquiera en las nuevas formas en las que se muestran las actividades profesionales contemporáneas. Así, en el entorno laboral relacionado con las redes sociales actuales, siguen imperando las divisiones sociales del trabajo en las que la carga de las gestiones de socialización y de relaciones con los demás son asignadas a las mujeres, además de forma desproporcionada. La razón principal, entre otras, es porque se cree que ellas poseen una naturaleza social más desarrollada, lo que posibilita una ejecución más adecuada de estas funciones sobre las que podrían realizar los varones. Esto ha supuesto que, aunque ellas se hayan incorporado al espacio digital, en muchos casos permanezca aún de forma marginal (Duffy & Schwartz, 2017).

Muchas personas perciben esta división como un hecho natural o propio de cada género (Moreno, 2006). Y así lo tienen interiorizado. Pero responde a criterios no naturales (Vera, 1987), es decir, culturales. Muestra de ello es que no es universal (Stoller, 1989), sino que es categorizada, normada y validada socialmente según el contexto en el que se produzca (Cardin, 1984).

Todo esto constituye una manera más en la que las personas son reguladas por el género (Butler, 2006). Este se convierte en un factor utilizado para controlar y modelar la vida según los criterios de normalización de la identidad sexual, los mismos que asignan tareas sociales dependiendo de la capacidad reproductiva según la cual surgen dos expresiones que son sociales y políticas, diferenciadas jerárquicamente, por un lado está el hombre como canon de lo humano y por otro la mujer, el receptáculo reproductivo (Preciado, 2008).

Pero no todo el mundo se ciñe a estas imposiciones de funciones determinadas por el género. Hay quien busca la posibilidad de la disidencia. Décadas del lanzamiento de desafíos para los roles sexuales convencionales han producido que los varones puedan transgredir los límites de su tópica actuación masculina y que las mujeres posean libertad para ejercer su derecho al habla en los espacios públicos, siempre que lo hagan en la resistencia masculina (Loviglio, 2008).



#### 2.4.4.- La construcción sexista del lenguaje

El lenguaje es un instrumento fundamental de comunicación y socialización que, además de formular, estructurar y vehicular el pensamiento transmitiendo una percepción de la realidad social, también la construye. Así acontece si es dirigido hacia un sentido determinado, ya que las palabras de las que se sirve ni son neutras, ni son estáticas, sino que sufren y se enriquecen de su propia evolución adquiriendo con ella una significación que puede atrapar un trasfondo ideológico, social y cultural.

Es así como en esta adquisición confluyen dos circunstancias.

La primera es que los significados que poseen provienen del sistema lingüístico institucionalizado al que pertenecen. Según este quedan estructuradas, organizadas y jerarquizadas bajo una normativa que actúa como eje vertebrador. En el caso del castellano nos referimos a la RAE, Real Academia Española de la Lengua, que es la que marca unas pautas de uso a través de su inclusión y ordenación en los diccionarios: “Hablar un lenguaje es tomar parte en una forma de conducta (altamente compleja) gobernada por reglas” (Searle, 1994:22).

Es así como el mundo queda interpretado según las pautas que en ellos se establece aunque, lejos de lo que se pueda pensar, no están elaborados con criterios de neutralidad:

“Un diccionario es el resultado de las condiciones en que se ha elaborado y de la ideología y actitud de quienes han participado en su redacción: lleva consigo una determinada visión del mundo y contribuye además a forjar la visión del mundo de quienes lo leen” (Mediavilla, 1999:31).

Consiste en establecer una asociación entre algo, un concepto, y la palabra con la que lo citamos que, al ser asignada bajo criterios culturales, no deja de ser una construcción:

"Los humanos, como es evidente, tenemos tendencia a pensar que juntamos esas determinaciones o esos elementos en la misma palabra porque nos los encontramos juntos en el mundo. Pero, en muchas ocasiones, como ya hemos

comentado, las cosas ocurren al revés: nos los encontramos juntos en el mundo porque alguien los juntó en el concepto" (Alegre, 2017a:49).

Es así como se establece el sistema por el que se rige la construcción de las palabras de un idioma que se va heredando en su vocabulario, su morfología, su sintaxis y una serie de procedimientos y de medios expresivos, también en sus frases hechas, refranes y metáforas (Vallejo, 1998).

La segunda es la que conceptualiza los significados con una carga otorgada por parte de la población cuando utiliza las palabras. Es aquí donde actúan, entre otros, los medios de comunicación al manejarlas en unos u otros sentidos. Así, la radio maniobra con ellas usándolas según unos patrones morfológicos, semánticos y sintácticos fáciles de comprender. Todo para que la ciudadanía los asimile como referenciales y los pueda emular de forma inconsciente.

Es un proceso que se ejecuta bajo el principio denominado como de *economía cognitiva*: "Se tiende a introducir todo dentro del mundo de lo previsible. Es un principio universal, un principio por el cual optamos por el pensamiento que menor coste de procesamiento elija" (De Santiago, 2005:41). Esto reduce su contenido hacia una interpretación que huye de la ambigüedad, optando por el procesamiento que menor coste exija, ajustándolo al entorno cognitivo de cada persona.

Una de las formas en las que las palabras, como instrumentos de la lengua, pueden valorarse es cuando sirven para la construcción de discursos basados en patrones sexistas. Esto sucede cuando se utilizan desde una perspectiva discriminatoria y de desigualdad que, por atender a modelos diferenciadores y excluyentes de las personas por su sexo o género, actúan creando representaciones valorizadas según sean estos.

Esta circunstancia acontece debido a los modelos de creencias subyacentes de quienes utilizan el discurso, no de él mismo (Van Dijk, 2003), porque el lenguaje no es misógino en su estructura, sino en su uso (Wittig, 2005). Ninguna lengua es sexista de una forma inmanente sino que se limita a transmitir la forma en la que las sociedades piensan y actúan (Lago Garabatos, 2000). La estructura asimétrica del lenguaje no es intrínseca a él porque no existe en la naturaleza de varones y mujeres (Butler, 2007). Es

lo que sucede con nuestra lengua, el castellano, que no es sexista *per se* sino que la convertimos así al utilizarla en este sentido (García Messeguer, 2001).

De este modo, al igual que en su vida diaria la ciudadanía puede convertir el lenguaje que utiliza en un instrumento de discriminación, aunque connaturalmente no lo sea, sucede en el medio radiofónico en el momento en el que produce y re-produce patrones potencialmente modélicos que son asimétricos por razón de género, es decir, sexistas. Así, se transmiten unos contenidos de representación concreta de la realidad convirtiéndose en impulsores en la creación de estereotipos con los que se llega a construir la diferencia y la alteridad (First, 2016), consolidando el establecimiento de una jerarquía condicionada por el género de cada persona (Seiter, 2003).

Es el androcentrismo imperante el que contribuye a que el lenguaje sea sexista (Bengoechea, 2007). De esta forma, el sexismo lingüístico, que además se utiliza de forma inconsciente como la mayor parte del comportamiento cultural, es fruto del sexismo social (Suardiaz, 2002), que es el que se encuentra en el plano de la realidad. Una ejecución: “Que puede contribuir a destacar el papel preponderante de un sexo respecto a otro, o a ocultar la presencia o contribución de uno de ellos” (Sánchez Apellániz, 2009: 255).

El sexismo tiene diferentes caras y formas de actuación que quedan entremezcladas por lo que su captura es compleja. Todas ellas son tanto la causa como el efecto de las desigualdades históricas que, además, quedan perpetuadas entre los géneros y producen relaciones asimétricas.

Son las palabras con dueño que transmiten una visión sexista porque son asimétricas (Carranza Rojas, 2015), siendo peyorativos cuando se relacionan o vinculan con la mujer (González Fernández, 2017).

Todo esto acontece porque nuestro universo se crea, se reproduce y se refleja en un contexto basado en un sistema patriarcal y androcéntrico que ejerce una valoración lingüística diferenciada de las habilidades, derechos, capacidades y funciones de los varones con respecto al que se otorga a las mujeres. Según este modelo todos somos

varones, incluidas las cosas y los animales, excepto cuando se especifica lo contrario porque el lenguaje invisibiliza a las mujeres, no existen en él.

Es así como los discursos sexistas, entre otros, están basados en prejuicios heredados que se transfieren de generación en generación y se almacenan en forma de modelos mentales y del conocimiento elaborados a partir del sentido común (Wodak, 2006).

Es la representación de género que queda marcada a través de aquellos medios tecnológicos que sostienen el referente de un modelo que ubica a los varones como creadores o actores y a las mujeres como meras consumidoras (Consalvo, 2006).

“The concept of gender as a cultural construct, a structure of relationships that is often reproduced, sometimes challenged, and potentially transformed in everyday linguistic practices” (Freeman & McElhinny, 2006:221).

Con el uso de la lengua se construyen los discursos con los que queda perpetuada la jerarquización de los roles asociados al género que, lejos de ser simples productos lingüísticos, se convierten en instrumentos con poder ideológico como consecuencia de la interacción social, política y cultural (De Gregorio Godeo, 2003).

La radio no escapa a estas circunstancias porque también es un medio de comunicación que habita en el interior de una organización social estructurada androcéntrica, patriarcal y heteronormativamente, como se explica en adelante.

Todas estas reflexiones nos hacen considerar al lenguaje no solamente como un instrumento de comunicación sino como uno de acción. Porque con él se hacen cosas.

En este sentido, Austin (1991) señala que hablar no es solamente informar sino que además implica una acción, porque decir algo producirá consecuencias sobre los saberes y pensamientos del auditorio o de quien emite la expresión.

Este autor desarrolló los principios de la *Teoría de los actos del habla* en tres niveles: el locucionario o locutivo, el ilocucionario y el perlocucionario. El primero consiste en decir algo considerando tres aspectos que son los que producen una oración como son el

acto fonético (pronunciación de fonemas), el acto fático (pronunciación de sonidos pertenecientes a un léxico y regidos por la gramática) y el acto retórico (pronunciación de sonidos con sentido y significado, objeto de la semántica). El segundo es lo que se hace al decir algo y se desarrolla simultáneamente al acto locucionario. Y el tercero son los efectos producidos por los actos verbales que acometemos o acciones, pensamientos o sentimientos que producimos en nuestros interlocutores.

Por su parte, Van Dijk (1996) estudió los actos del habla desde una perspectiva socio-cognoscitiva definiéndolos como emisiones de interacción social que cuentan con funciones específicas con las que producir acciones, siendo el contexto de comunicación el factor que determina las condiciones para que un acto sea satisfactorio y adecuado.

“Hacemos cosas con palabras, producimos efectos con el lenguaje, y hacemos cosas al lenguaje, pero también el lenguaje es aquello que hacemos. Lenguaje es el nombre de lo que hacemos: al mismo tiempo aquello que hacemos (el nombre de una acción que llevamos a cabo de forma característica) y aquello que efectuamos, el acto y sus consecuencias” (Butler, 2004).

#### 2.4.5.- Las manifestaciones discursivas de un lenguaje sexista

“Se emplean vocablos (sexismo léxico) o se construyen oraciones (sexismo sintáctico) que, debido a la forma de expresión escogida por el hablante y no a otra razón, resultan discriminatorias por razón de sexo” (García Messeguer, 1994:25).

El lenguaje sexista se manifiesta de diferentes formas según se describe a continuación.

La más extendida consiste en la utilización del masculino genérico para referenciarlo todo, incluso para hacerlo sobre una mujer o un grupo de mujeres, incluso para hacerlo sobre las cosas y objetos del entorno cuyos nombres poseen género gramatical femenino.

Con él nacen las consecuencias que las sitúa a ellas y a lo femenino, en una manifiesta posición de desigualdad porque o no constan al ser excluidas por una omisión

deliberada, o si aparecen son como objeto pasivo del habla y no como sujetos activos del mismo, es decir, son desvalorizadas (Sau, 2001).

Así, encontramos que aquellas mujeres que ejercen actualmente profesiones que tradicionalmente han sido masculinas sufren de disimetría discursiva. Una circunstancia que acontece cuando se utiliza un lenguaje que las invisibiliza o no las representa porque es masculinizado (Gil Benítez, 2015), al tener como su referente lo androcéntrico.

Tampoco son representadas cuando se utiliza el vocablo *hombre*, no para referirse a un varón, sino también a una mujer o a cualquier persona independientemente de su género, ya que este vocablo significa tanto ser animado (varón o mujer) como persona del sexo masculino (RAE, 2017). Por ello, para evitar un sexismo en este sentido, se aconseja utilizarlo con cautela: “Y usar, a cambio, persona o varón, según corresponda. De no hacerlo así se incurrirá muy probablemente en ambigüedad o sexismo” (García Messeguer, 1994:46).

“En la utilización del masculino genérico, no suele ser siempre claro que su referente sea un colectivo de varones o un colectivo mixto y por ello, utilizarlo como generalizador –algo que ocurre con tanta frecuencia- implica la ocultación de la existencia de las mujeres y su participación en aquellas actividades o ámbitos a los que se haga referencia en cada caso particular” (Blanco García, 2000:29).

No sucede de manera análoga con los significados de *mujer*. Este vocablo, además de designar a una persona del género femenino, también se utiliza para vincularla con su pareja, de quien de este modo, se la hace dependiente lingüísticamente. Es así como la entrada número cuatro en el diccionario le asigna el significado de: "Esposa o pareja femenina habitual, con relación al otro miembro de la pareja” (RAE, 2018n).

Esto representa una asimetría discursiva entre las significaciones otorgadas a *hombre* y a *mujer*.

Otra forma consiste en la construcción de las representaciones nominales diferenciadas por razón del género. La más común consiste en la citación de los varones por su nombre de pila seguido de su apellido, o exclusivamente por este, y la de las mujeres por el primero exclusivamente:

“En algunas ocasiones se las identifica con nombre y apellidos, pero con mucha más frecuencia se las cita con su nombre de pila, con las iniciales o aparecen como personas anónimas: una <mujer>, una <vecina> y en algunos casos ni tan sólo se hace referencia. No identificar correctamente a las personas no es solamente una falta de rigor periodístico, sino que revela el punto de vista y hasta la consideración que se tiene de aquella persona. Es una manera de opinar implícitamente. La falta de identificación de las mujeres significa, además desconsideración, irrelevancia y exceso de familiaridad. Con este tratamiento parece como si las mujeres fuesen menores de edad y nunca pudieran alcanzar el trato respetuoso que debería corresponder a las personas adultas, y que es el que se da a los hombres” (Bach, Altés, Gallego, Plujá & Puig, 2000:39).

En cuanto al tratamiento, el de tipo diferenciador según el género también implica sexismo. Es así como sucede al utilizar términos como *señor* para el varón y *señora* o *señorita* para la mujer. Se interpreta que mientras del primero no importa ni su edad ni su estado civil, porque se le considera no dependiente de su entorno, de la segunda se ofrece una información detallada al respecto que la posiciona en la dependencia, generalmente de otro varón, al revelar su estado civil.

Así, mientras que el uso de la alternancia de los términos señora/señorita marcan a la mujer, casada o soltera, a la que se apela en su relación con el varón, el vocablo señor es el único tratamiento que recibe un varón (López Ojeda, 2006).

“Cada vez que un varón se dirige a una mujer y utiliza uno de estos tratamientos, está lanzando, lo quiera o no lo quiera, un *flash* al subconsciente de la mujer que contribuye a fijar en ella la idea de su dependencia del varón” (García Messeguer, 1994:26).

Al respecto, nos encontramos con un estudio sobre 50 cartas de motivación escritas en castellano para solicitar la admisión en un máster. En él se analizan las características textuales a un nivel macro (movimientos retóricos prototípicos) y a uno micro (recursos de modalización y marcadores) de la redacción de quienes lo demandan en sus declaraciones de propósito, su biografía académica y la exposición de sus habilidades específicos. Las conclusiones revelan que en 42 de ellas, un 84%, se incluye un saludo de apertura escrito según una construcción masculina. Se entiende que quienes las escriben no parecen estar muy seguros de quienes serán sus destinatarios, que puede incluir desde una sola personas a un grupo, con ejemplos como: */Estimado destinatario / Señores/Estimado señor o señora //etc.* (López-Ferrero & Bach, 2016).

Las connotaciones discursivas también reflejan actos de discriminación. Así, mediante *los duales aparentes* se establecen unas diferencias discursivas asimétricas que están cargadas con diferentes significaciones que, en la mayoría de las ocasiones, se reflejan de forma implícita.

También sucede de igual manera con las *cualidades sin equivalentes*. Según estas a cada género le corresponden de manera exclusiva unas formas de actuación propias, como sucede cuando se representa al género masculino como poseedor de un comportamiento violento porque le es inherente a su condición sexual.

Todo esto se conforma como una manera más de relacionar unas cualidades con un género determinado mediante una atribución de asignaciones culturales porque aunque desde las teorías biologicistas se intenta creer que la violencia tiene carácter congénito y que pertenece al orden natural: “Las resoluciones de la conferencia de Naciones Unidas sobre violencia familiar en 1985 dicen que la violencia es un comportamiento aprendido, es el síntoma más ilustrativo del desequilibrio de poder que existe en la relación entre hombres y mujeres.” (Queizán, 2001:56-57).

Otras formas en las que se manifiesta el sexismo es con las *disimetrías léxicas* entre las que destacan los *vacíos léxicos* (*caballerosidad, hidalguía, hombre de bien, hombría* se refieren a varón y no existen análogos para la mujer), también con las *disimetrías sintácticas* detectadas con los *saltos semánticos* (*El seguro médico cubre a los afiliados. También a sus mujeres*), las *denominaciones sexuadas* (*dos mujeres y tres soldados*), la



utilización no sistemática de los desdoblamientos con barra (*datos trabajador/a* y *datos hijo/a* y, en el mismo impreso, *firma trabajador* y *firma hijo*) y las *apositiones redundantes* (*las mujeres periodistas*), entre otras manifestaciones discursivas (Díaz Hormigo, 2018).

“Si existen sistemas de desigualdades, relaciones de sometimiento y comportamientos discriminatorios en la sociedad, también estarán vigentes en el uso que hagamos de la lengua reflejando y perpetuando aquello que nos distancia a las mujeres, a los hombres, a los contextos, a las ideologías y a las culturas” (Bejarano Franco, 2013:86).



### **CAPÍTULO 3. La orientación del deseo**

En este apartado va a ser observada la orientación del deseo abordando su conceptualización desde diferentes perspectivas. Entre ellas la estudiaremos como categoría que se construye a partir de la confluencia tanto de factores sociales externos como personales de identidad. Todo porque si el modelo social dominante fija patrones de conducta, valores, ideas y creencias que sostienen los pilares en lo respectivo al género, aparentemente indestructibles, también sucede de este modo con respecto a la orientación.

La orientación sexual u orientación del deseo queda definida como el conjunto de preferencias sexuales, eróticas o amorosas de una persona que conforma el régimen de su sexualidad mediante la que se construyen e interpretan las relaciones afectivas referenciadas en un modelo construido de afectos y placeres. Expresada a través de las fantasías, creencias, actitudes, roles y relaciones se convierte en la manifestación de la sexualidad en la que confluyen una serie de factores como pueden ser los biológicos, psicológicos, socioeconómicos, culturales, etc. (Cabello, 2010).

De esta forma, mientras que la identidad de género hace referencia a un sentimiento o sentido interno que posee cada persona, en la orientación sexual, o del deseo, están presentes varios aspectos como la atracción emocional y sexual hacia otras personas (APA, 2002).

Como todos estos agentes se encuentran fuertemente condicionados por factores que se utilizan en cualquier proceso de socialización, no es posible obviar que la orientación se encuentra regulada por el sistema social en el que se produce, encontrándose además enmarcada dentro de unos objetivos organizativos de producción y reproducción en cuanto a que: “No son los dictados fisiológicos sino las formas de organización social las que determinan qué sexualidades, qué deseos, qué afectos, qué prácticas corporales resultan apropiados y cuáles son impertinentes” (Llamas, 1998:11).

En consecuencia, ha de ser planteada no como una manifestación aislada con respecto al entorno social en el que se produce sino circunscribiéndola a un marco contextual

determinado que en nuestra sociedad contemporánea está definido por la heteronormatividad.

Además, todo este ejercicio ha de exponer los diferentes significados que se le atribuyen desde varios ángulos.

Uno, el que considera su carácter potencialmente estereotipador.

Otro, el que propone una aproximación de su estudio considerando las alternativas a su conceptualización dogmática como, por ejemplo, con relación a la orientación del deseo diversa.

Por otra parte, nada de esto puede ser observado sin considerar ciertas circunstancias como que todo acontece en nuestro contexto contemporáneo reconocido como patriarcal y androcéntrico. El mismo en el que se provoca una invisibilización sistemática del lesbianismo y en el que permanece una existencia latente de órdenes homofóbico y lesbifóbico

### 3.1.- Orientación, sociedad y modelos referenciales

Las personas, como seres sociales, adquieren un comportamiento marcado por el contexto social en el que se relacionan que es el que regula la manera en la que deben de actuar según la influencia del entorno.

De esta forma, la sociedad presenta a la colectividad unos modelos de orientación del deseo a los que declara como referenciales para que se identifiquen con ellos y los imiten. Son patrones que, por haber sido construidos con unos parámetros de límites reduccionistas, presentan dos tipos de modelos determinados por su grado de validez y aceptación, que además son excluyentes. Es esta una sistemática que también sucede con respecto al género conocida como la binariedad, según ya hemos explicado anteriormente.

Por un lado están aquellos que, por haber recibido su aprobación, son considerados como los positivos. Son los mismos que son favorecidos y potenciados por su alto nivel

de aceptación social, lo que los convierte en fácilmente reproducibles por quienes desean ser aceptados como elementos integrantes del mismo grupo, el mismo que los valida y regula.

En el otro extremo, nos encontramos con aquellos a los que se les asignan valores de negatividad. Son los que se consideran desviaciones porque se salen, o desvían, de la senda marcada por las normas sociales aceptadas, por ello su imitación es sancionada al ser interpretada como frustraciones del comportamiento humano. Quienes se los apropian e imiten son los desviados, o salidos, y por ello esta forma de orientación del deseo es excluida, por inapropiada.

En el primer caso nos referimos a la heterosexualidad, que como referencia del deseo es favorecida en el marco de nuestra sociedad contemporánea y de la que nos ocuparemos estudiándola como modelo de reglamentación de las relaciones sociales o heteronormatividad.

En el segundo caso aludimos a otras opciones como son la homosexualidad, el lesbianismo y la bisexualidad, y otras. Se constituyen como orientaciones consideradas dentro del espectro de la diversidad, valoradas no como un enriquecimiento al respecto, sino como desviaciones, y por tanto rechazadas por quienes las observan desde los cánones normativos sociales clásicos y las invisibilizan o cuestionan al referenciar a la modélica, la heterosexualidad, como patrón exclusivo de las relaciones entre personas, porque debe ser la única.

### 3.1.1.- La orientación del deseo diversa

Las formas de actuación de los seres humanos están determinadas por los ambientes en los que producen, al encontrarse circunscritas en ellos, y son fruto de las influencias que reciben a través de los instrumentos culturales que emanan de los regímenes sociales, los mismos que declaran su validación.

Cuando a un muestrario de pautas, comportamientos y actitudes se le otorga un valor de aceptación social con carácter limitado y exclusivo, la ciudadanía sólo tendrá una posibilidad de elección, la suya. Esto es lo que sucede cuando la heterosexualidad, como

expresión suprema del marco de la heteronormatividad, se sitúa como orientación hegemónica por encontrarse en una posición jerárquica que sobresale sobre otras opciones diferentes.

Pero estas otras también existen. Nos referimos a la orientación del deseo diversa que, por constituirse por un abanico de deseos y afectos que escapan de una valoración normativa y considerarse fuera de sus márgenes, no es aceptada por la mayoría de la ciudadanía. Son las que socialmente se posicionan en la otredad, como son la homosexualidad, el lesbianismo y la bisexualidad, porque son las que rompen con los convencionalismos basados en parámetros clasificatorios clásicos.

De esta forma nacen los colectivos agrupados bajo las siglas LGTBI, acrónimo acuñado en la década de 1990 que en sus orígenes fueron formados por lesbianas, gays, transexuales y bisexuales aglutinados en movimientos sociales cuyas raíces comunes partían de su discriminación por su género y su orientación sexual, y cuyo objetivo principal era el de su visibilización (Coll-Planas & Cuells, 2013).

Además, hemos de considerar que si la orientación es el rasgo que nos predispone en la experimentación de la atracción sexual hacia las personas en general, que pueden ser del mismo sexo, del otro o de alguna otra manera de ambos, también hay que contemplar que este aspecto de la sexualidad humana es mucho más amplio que la inclusión en estos grupos. Abarca otras muchas y variadas opciones entre las que se encuentran la transexualidad, ya referida en este trabajo en las referencias al género, o la pansexualidad, aunque por cuestiones prácticas en muchas ocasiones se aborde desde la homosexualidad o heterosexualidad de forma exclusiva (LeVay, 2017).

Al respecto del ocultamiento social que padecen quienes se proclaman como integrantes de todos estos grupos, los mismos que poseen una orientación que no es la canónica heterosexualidad, hemos encontrado un estudio realizado mediante entrevistas semiestructuradas a siete estudiantes LGTBI del curso de biología de pregrado en una institución pública del sudoeste de los Estados Unidos de Norteamérica. El mismo recoge que sienten miedo a ser rechazados por tener una identidad que todavía está estigmatizada, además solicitan educar tanto a instructores como a otros estudiantes en la inclusión, entre otras cosas utilizando un lenguaje que no sea ofensivo y ampliándolo

más allá del uso, que consideran exclusivo, de vocablos como *homosexual* y *orientación sexual* porque con ellos, según cuentan, se limita la percepción que se tiene de ellos. Todo porque entienden tanto que existen múltiples facetas de identidad como porque el lenguaje es cambiante constantemente. También demandan visibilizar en las aulas a personas LGTBI que hayan sido científicas destacadas porque quieren trabajar con personas que acepten sus identidades, ya que así les hace trabajar activamente de forma más eficaz y cómoda lo que consigue una mayor empatía (Cooper & Brownell, 2016).

### 3.1.2.- La homosexualidad

Lo que en la actualidad conocemos sobre la homosexualidad es una herencia de informaciones provenientes de estudios históricos y sobre todo de concepciones religiosas y morales que están basados en tópicos convencionales. Sin embargo, aunque desde hace unos años la biología, la medicina, la sociología, la antropología y la psicología se han preocupado de su estudio científico, la escasa investigación se fundamenta en fuentes no científicas originando en gran medida informaciones sesgadas y con poca validez. Así, sucede con aquellas que la categorizan como una conducta marginal lo que induce con facilidad a que existan errores y falseamientos en la interpretación de los datos conseguidos (Guasch, 1995).

El escritor húngaro Karl-Maria Kertbeny utilizó por primera vez el término homosexualidad en 1869, y se introdujo por primera vez en la literatura médica, también en la segunda mitad del siglo XIX, entendiéndolo su aplicación al deseo erótico que ejercen personas del mismo sexo.

A partir de aquí los diferentes estudios la han considerado como una patología originada por una desviación de la heterosexualidad. Así sucede con quienes la reducen casi exclusivamente a las prácticas sexuales y el riesgo que hay asociado a comportamientos considerados como no normativos (Toro-Alfonso, 2005). Ya la Escuela de Chicago nombraba a la homosexualidad en sus inicios para ilustrar sus discursos sobre el universo de la moral y los mundos desviados (Guasch, 1995). También, a partir de los siglos XIX y XX se nombró la otredad representada por lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales como patológica al ser considerada como contaminante de

las buenas costumbres y una desviación de la lógica binaria de género imperante (Rodríguez Nuñez, 2016).

Para que una persona sea considerada como homosexual ha de manifestar algún tipo de conducta de forma recurrente o exclusivamente de atracción con personas del mismo sexo una vez haya alcanzado su madurez sexual, sin que sea de forma esporádica, y existiendo la posibilidad de haberlas realizado con personas del sexo contrario (Carrobbles, 1985).

La homosexualidad es una forma fundamental de la sexualidad que aparece en todas las culturas, en un porcentaje de personas muy similar y permanece estable con el paso del tiempo (Whitam & Mathy, 1991). Su conducta externa es: “Una manifestación de la orientación sexual, no tiene por qué ser la definitiva” (Baile, 2008:34).

Sucede que el patrón social heteronormativo de orden patriarcal y androcentrista posee un poder de influencia tan elevado que alcanza a actuar como referencial incluso para otros modelos sociales que se encuentran en sus antípodas. Así, el de tipo homosexual llega a emularlo como esquema de aceptación con respecto a la concepción de sus relaciones sociales. Por ello, se puede considerar que la homosexualidad es un producto de la calificación social cuyo objetivo primordial es la regulación y el control (Weeks, 1989).

De esta forma, sabemos que en el plano social se reduce a considerarla exclusivamente comprendiendo las relaciones homo-eróticas ocurridas entre varones, aunque en el de la realidad esté más extendido al abarcar también a las mujeres. Así, la mayoría de estudios sobre la homosexualidad se han realizado sobre la población masculina excluyéndolas a ellas, y en consecuencia, al lesbianismo (Baile, 2008).

De esta manera acontece que si una persona hace referencia a la homosexualidad, de una u otra forma o manera, a través de un medio u otro, en un foro público o privado, ya sea para admitirla o para negarla, el imaginario colectivo piensa automáticamente en un referente basado en la relación entre hombres, no entre mujeres. Es un forma de que, imperando lo androcéntrico y lo patriarcal, las mujeres lesbianas queden invisibilizadas en el modelo homosexual, como sucede con las mujeres heterosexuales en el



heteronormativo. Se constituye así una regularidad en las representaciones sociales de la que nos ocuparemos más tarde en el apartado correspondiente.

### 3.1.3.- Los arquetipos homosexuales

Si ya nos hemos referido anteriormente a la representación social arquetipada que sufre el género a través de su estereotipación, que en muchas ocasiones se convierte en mal uso o incluso en abuso, también sucede de igual forma con la orientación del deseo.

Así, la homosexualidad sin encontrar escapatoria al respecto, llega a ser exhibida públicamente como una forma de representación basada en clichés de manera absoluta y exclusiva.

En este sentido, Tripp (1978) ya expuso, en el estudio de los perfiles homosexuales, que son tan variados como los propios de la heterosexualidad.

Si volvemos la mirada al pasado, Marañón (1929) distinguió cuatro tipos de homosexualidad: latente, completa y duradera, profesional, y la de los neuróticos.

En reglas generales se han llegado a establecer, desde una perspectiva sociológica homófona ya desde hace mucho tiempo, hasta casi 40 tipos de homosexuales entre los que destacaban: la prostituta, el invertido de barco o de prisión, el voyeur, el sadomasoquista, el frecuentador de urinarios, el psicópata, el pedófilo, el anormal, el antifeminista, el cazador de vírgenes homosexual y el mentalmente enfermo, entre otros (Hauser, 1969).

De esta forma, al encontrarnos en un contexto heteronormativo, en el que la masculinidad alcanza valor de referencia hegemónica, lo que no se reconoce como tal adquiere connotaciones de desviación y consecuentemente es repudiado por el mismo sistema.

Es así como sucede que en el marco heterosexual, que es el predominante y actúa como referencial para toda la población incluso para quien no posee esta orientación, la homosexualidad masculina es asociada al universo femenino. Esto conduce a

posicionarla en un nivel de inferioridad, el propio de la mujer, que es el que este patrón ha ubicado para ella.

Así encontramos que el marco heteronormativo posiciona en un primer plano de representación, que es el superior, exclusivamente al varón, siempre y cuando sea heterosexual. En uno segundo e inferior emplaza a la mujer, porque es de orden androcéntrico y patriarcal, independientemente de su orientación del deseo, es decir, no importa si es heterosexual u homosexual porque esta condición le es despreciada por el propio contexto androcéntrico. De esta manera, en este mismo nivel también ubica al varón, pero exclusivamente al homosexual, al equiparlo a ella porque lo concibe con las mismas condiciones. Esto sucede porque aunque también sea varón, como el heterosexual, se le asignan implícitamente características propias de un afeminamiento, es decir, vinculado al universo de la mujer.

Un afeminamiento que es definido como:

“Cualquier estilo de conducta masculina que recuerde los gestos, maneras o movimientos generalmente asociados con las mujeres. Aunque es más frecuente entre los homosexuales que entre los que son heterosexuales, y no precisaría tanta atención sino fuera porque el afeminamiento es algo que se aplica a todo el grupo de homosexuales” (Tripp, 1978:193).

Es el *afeminado* el que fracasa, o voluntariamente renuncia, al no cumplir con las normas establecidas para su género, a él pertenecen los vagos, cobardes, calzonazos, impotentes, gays, traidores, etc., al margen de sus preferencias sexuales (Guasch, 2006).

Así se construye un estereotipo del homosexual, que como tal está alejado de cualquier atisbo de realidad objetiva, al etiquetarlo con la denominación popularmente conocida como *tener pluma*. De ello se ocuparon Masters, Johnson y Kolodny (1988) al estudiarla en su conocido y reconocido trabajo *La Sexualidad Humana* concluyendo que solamente un 15% de la población homosexual masculina tenía un comportamiento catalogado como afeminado.

Otro perfil que la sociedad ha acuñado y estereotipado sobre el homosexual ha sido modificado con el paso de los años. Así, a principios de los 80, se constata que el modelo anterior dominante que referenciaba al gay, conocido como *gay-femenino-plumífero*, se modifica hacia otro, el que aparece en la mayoría de las grandes ciudades norteamericanas que, abandonando el estilo afeminado, adopta una vestimenta con ropa vaquera y cuero claveteado, convirtiendo su perfil en una imagen de *súpermachos* que también se encuentra entre los heterosexuales (Altman, 1982).

En definitiva, son modelos de perfiles asociados a los homosexuales que se utilizan para representarlos desde su estereotipación. Una práctica que puede producir un distanciamiento entre lo que la ciudadanía percibe sobre ellos y la propia realidad que estas personas manifiestan con relación a su comportamiento, actitudes o valores. Todo porque es desconocido si son particulares y característicos de su orientación al conformarse esta como factor determinante o si son ajenos a ella.

### 3.2.- Orientación y poder

Desde ciertas posiciones, que se encuentran ancladas en el poder de una u otra manera, son expuestos modelos de actuación y de representación, con respecto a la orientación del deseo, que al ser reconocidos por la ciudadanía según su significación, serán reproducidos.

Así ocurre cuando, desde posturas ubicadas en el *statu quo*, se implanta el de orden heterosexual de manera exclusiva. Una actuación que consiste en el favorecimiento de una línea dominante que excluye a otras a las que se llega a considerar desordenadas, e incluso ilegales, como es la homosexual.

Nos referimos a los planteamientos propios que una sociedad heteronormativa.

Es el establecimiento de un patrón social que no deja lugar a la disidencia porque solamente reconoce una colectividad formada por mujeres heterosexuales y por varones, también heterosexuales. Y nadie más. El poder se manifiesta invisibilizando a aquellas personas que no se ciñan a dicho modelo porque sus comportamientos no son normativos. Es lo concerniente a la referencia que responde a la máxima que impera

como expresión del planteamiento social dominante: “Tú-serás-heterosexual-o-no-serás” (Wittig, 2005:52). Se cree que esto es debido en gran manera a que la homosexualidad no responde a un sistema de reproducción obligatoria y por eso no debe ser un modelo a imitar.

De esta forma, nace la homofobia como expresión que se manifiesta en el rechazo hacia quienes poseen una identidad y una conducta social contrarias a las que son consideradas como características de cualquier sociedad regida por pautas heterosexuales. Y de ella, hemos de subrayar aquella que, presentada a través de la lesbifobia, afecta a aquellas mujeres que poseen una orientación del deseo homosexual. Esta se revela doblemente al no avenirse a las formas androcéntricas y heteronormativas de nuestro sistema. Por una parte, por pertenecer al género femenino, por la otra por sentir atracción sexual y afectiva hacia otras mujeres que, además, tampoco son heterosexuales.

### 3.2.1.- Un escenario heteronormativo

Nuestro ecosistema de relaciones se autoproclama entre los márgenes establecidos por la heterosexualidad bajo lo que denomina a su régimen como heteronormatividad.

Es este un entorno en el que se actúa desigual y asimétricamente sobre la asignación de los roles y las funciones de la población según sea heterosexual o no.

Es así como las conductas que emanan de él, a través de las prácticas sexuales y estilos de socialización, son las que se consideran como referenciales, llegando incluso a alcanzar categoría de obligatoriedad, lo que consigue que sean emuladas por quienes desean evitar la exclusión social. A partir de él, otras formas de relaciones y representaciones quedan ocultas o rechazadas hasta la consideración incluso de ilegalizarlas, como sucede con aquellas que supondrían diferentes posibilidades y alternativas porque no se corresponden con el patrón que en él se impone. De esta forma entiende que todas las personas, también las cosas y los animales, son heterosexuales lo que conlleva que demás sea lo extraño.

Wittig (2005) se refirió a la heteronormatividad como el régimen político que, respondiendo a unas necesidades económicas, clasifica los sexos en masculino y femenino según los patrones de la heterosexualidad, sucediendo de forma totalizadora en todos los ámbitos como son el de la historia, la realidad social, la cultura y el lenguaje. Así, esta autora alega que el *pensamiento recto*, nos somete a todos a un régimen de heterosexualidad (Butler, 2007).

La heteronormatividad se caracteriza como una *máquina de producción ontológica* que actúa sobre los cuerpos sexuados al ser entendida como un: “Conjunto de instituciones tanto lingüísticas como médicas o domésticas que producen constantemente cuerpos-hombre y cuerpos-mujer” (Preciado, 2011:20).

“La institución naturalizada de la heterosexualidad son constructos, fetiches o fantasías socialmente instaurados y socialmente reglamentados, no categorías naturales, sino políticas” (Butler, 2007:250).

De esta manera, las estructuras heterosexuales dominan en una sociedad en la que no se admite lugar a la disidencia en cuanto a que concede valor de supremacía a las heteronormas presentes. Pero no solo en el nivel sexual, sino también en las formas del lenguaje, cultura, filiación y relaciones, al reconocerlas con carácter de exclusividad. En ella queda instaurada una jerarquía de poder en la que hay una dominación heterosexual sobre aquellas que no respondan a su patrón que, además, invisibiliza lo femenino,

Su influencia es tan poderosa que incluso llega a determinar los parámetros de un modelo tan opuesto como es el constituido por la homosexualidad, al que además excluye: “La gaydad: nuestra historia, nuestra etiología, nuestro perfil, nuestra biografía se ha hecho por otros, desde la heteronormatividad” (Marquet, 2001:466-467).

De esta forma sucede que entre la propia población homosexual masculina se imita y se remarca el comportamiento de la figura conocida como *hipermacho* como una forma de homenajear a la virilidad y masculinidad e invisibilizar cualquier actitud que pueda ser catalogada socialmente como femenina, incluso en muchas ocasiones realizando hasta las formas de actuación que pueden rozar la violencia (Corneau, 1989).

Así, desde la óptica heterosexual, que no considera las relaciones entre el varón y la mujer desde los principios de equidad sino desde los de dominación, la homosexualidad puede ser entendida como un trastorno de identidad del género porque se concibe como la dominación del varón por el varón o de la mujer por la mujer, excluyendo además la posibilidad de la reproducción que es considerada como su paradigma.

### 3.2.2.- La construcción homofóbica del lenguaje

Como ya hemos explicado anteriormente, una de las formas en las que las relaciones de poder actúan sobre el género es manifestándose mediante el uso sexista del lenguaje.

De igual forma, ese mismo lenguaje también actúa desde una construcción sexista cuando la exclusión y la diferenciación lingüísticas conducen a una discriminación por razón de la orientación del deseo. Así, se puede diferenciar entre el sexismo la intersexualidad, la homosexualidad, el lesbianismo y la transexualidad, entre otros grupos de personas. Se constituye así una actuación discursiva que crea representaciones valorizadas de la población LGTBI frente a la heterosexualidad.

De aquí nace la homofobia, término inventado por George Weinberg en su obra *La sociedad y el homosexual saludable* de 1972 donde quedó definido como: el miedo que existe a estar en contacto con personas homosexuales. Su significado encierra en un misma categoría todo el universo homosexual, pero no tanto referido a aquel hombre que mantiene relaciones sexuales con otro hombre, sino al que adopta un papel pasivo que en palabras de Reynaud (1981) es un marica, plumón, loca, en definitiva: una mujer. Es el rechazo a quien, por actuar de forma pasiva, pertenece a la decadencia que una sociedad androcéntrica representa desde lo femenino.

Como en las sociedades patriarcales se identifican heterosexualidad y masculinidad, como oposición a feminidad, la homofobia ocupa un papel destacado como sentimiento de la identidad masculina, concretamente de la identidad heterosexual en la representación pública hacia las demás personas que forman parte de la colectividad. De esta forma: “La masculinización dominante es una forma de complicidad entre varones basada en la exteriorización ritual y verbal del sexismo, de la misoginia y de la homofobia” (Guasch, 2006:21).

Así, los varones han de sentir odio hacia el universo femenino como proceso de autoafirmación de su masculinidad, pero no de forma exclusiva hacia las mujeres sino también hacia aquellos varones que se muestren con rasgos característicos y propios de la mujer, que desde el planteamiento heteronormativo son todos los homosexuales. Incluso para sentirse como verdaderos hombres han de adoptar una conducta violenta para: “Acallar las voces de la homofobia cultural” (Corsi y Bonino, 2003:122-123).

El rechazo social hacia lo homosexual está producido como un accidente sistemático: “Por la maquinaria heterosexual, y estigmatizada como antinatural, anormal y abyecta en beneficio de la estabilidad de las prácticas de producción de lo natural” (Preciado, 2011:22). La misma que interviene al fundamentar los discursos homofóbicos sobre los prejuicios que las nuevas generaciones heredan de las anteriores y que van guardando como referentes del conocimiento del entorno (Wodak, 2006).

Es la misma maquinaria social y cultural que también produce la lesbifobia. La que responde a una reacción que incluye la misoginia, ausente en la homofobia (Simonis, 2009).

### 3.2.3.- El lesbianismo en un contexto patriarcal y androcentrista

"El caso más extremo se produjo cuando la reina Victoria se negó a penalizar el lesbianismo por considerar que eso no podía existir: era imposible que cualquier *lady* fuera capaz de hacer tal cosa" (Alegre, 2017a:17).

Al estudiar la orientación del deseo, el lesbianismo no puede ser observado eludiendo el contexto en el que se produce, que es el heteronormativo, androcéntrico y patriarcal.

Así, por tratarse de un sistema cultural en el que se postergan tanto al género femenino como a la orientación homosexual en aras de priorizar al masculino y a la heterosexual, nos preguntamos: ¿Cómo se articula el lesbianismo en su interior?, ¿cómo es mostrada esta orientación del deseo si la condición dominante es justamente la inversa, es decir, la heterosexualidad masculina?

Sucede que, si la orientación del deseo heterosexual está condicionada por patrones patriarcales y androcentristas de representación, y también por leyes paternas, son estos mismos los que imponen su forma ejerciendo su influencia también sobre los modelos homosexuales. Esto provoca la invisibilización o rechazo de las relaciones lésbicas porque la practican las mujeres. Es así como es conocido que socialmente una relación homosexual femenina es menos aceptada que una masculina. Se conforma así una práctica que incluso acontece en el ideario colectivo de muchos contextos progresistas y activistas de derechos de la homosexualidad.

Una vez más, podemos considerar que de esta forma la mujer lesbiana también es situada en una posición jerárquica inferior marcada por la asimetría y la sumisión con respecto al varón, aunque este sea también homosexual como ella, y con respecto a la mujer heterosexual aunque también sea mujer como ella. Así, tener un género significa haber establecido ya una relación heterosexual de subordinación en la que la feminidad se reconoce y representa como la forma de dominación masculina (MacKinnon, 1987).

La exclusión social de las lesbianas nace de una cultura patriarcal que entiende que la norma determina unas relaciones heterosexuales marcadas por la familia tradicional en la que la mujer se convierte en sierva y esclava de un varón que es su dueño y jefe, una figura inexistente para el lesbianismo.

Además, según estos planteamientos la lesbiana se ve como una amenaza porque no se reproduce, por ello pierde su reputación como persona y es considerada como una *no-mujer* al no alcanzar el rol de la maternidad.

Lacan cuenta que la mujer lesbiana es producto del desorden de una mujer heterosexual, circunstancia que se explica porque:

“Desde el punto de vista de observación masculina y heterosexualizada para el cual la sexualidad lesbiana es un repudio de la sexualidad *per se* únicamente porque se admite que la sexualidad es heterosexual, y el observador, aquí erigido como el hombre heterosexual, experimenta un claro rechazo” (Butler, 2007:124).



Es así como el silencio que sufre la lesbiana puede ser definido como autoasumido y heteroasignado (Osborne, 2008). La lesbiana no ha salido del armario en igual medida a como lo ha realizado el varón homosexual.



## **CAPÍTULO 4. La radio**

En este capítulo nos acercaremos a la radio para observar tanto los rasgos que conforman su especificidad como medio de comunicación de masas, como aquellos que comparte con otros, con los que confluye por poseer unas propiedades transversales que son similares y comunes.

Este trabajo lo abordaremos desde tres perspectivas de estudio según las siguientes consideraciones:

- ✓ La que entiende que una radio es una empresa, es decir, una institución de orden mediático que ha de cumplir con unos intereses concretos y determinados que son condicionantes de la producción de sus contenidos discursivos.
- ✓ La que valoriza sus espacios o programas como la gestión organizada, ordenada y jerarquizada de unos códigos sonoros, como son la voz, la música, los efectos y el silencio, empleados en la producción, articulación y transmisión de los discursos.
- ✓ Aquella que estudia el discurso radiofónico como la expresión final consecuencia de la utilización de un lenguaje determinado. Específicamente se observará el modo en el que este medio representa a los dos objetos de estudio de este trabajo: el género y la orientación del deseo, examinando tanto su nivel de denotación como de connotación, es decir, atendiendo tanto la función explícita como la implícita del lenguaje.

Es obligado añadir que el ejercicio que aquí se expone ha de abordarse considerando las dificultades que entraña el estudio de un medio de comunicación como es el radiofónico, entre las que se encuentran:

- ✓ La presencia de un paisaje sonoro de radiodifusión con una gran proliferación de emisoras que invaden el espacio radioeléctrico.

- ✓ La existencia de la transmisión de los mismos contenidos en diferentes formas de distribución lo que dificulta su aprehensión. Entre ellas destacamos el formato convencional que incluye desde la primitiva onda media hasta la estereofónica frecuencia modulada, también el *streaming*, el *podcast*, las *app*, o la TDT.
- ✓ La posibilidad de que en la misma emisora de radio, o incluso espacio, se gestione una parrilla de programación sin solución de continuidad en cuanto a que incluya tanto contenidos que son difundidos con una cobertura a nivel nacional, como autonómica, provincial o local.

#### 4.1.- Radio, poder e ideología

El entendimiento que el ser humano desarrolla de su entorno se establece mediante un proceso de socialización determinado por el contexto en el que se desarrolla y se manifiesta a través de las relaciones de dominación-sumisión. En ellas interviene de forma determinante la clase dominante al realizar una segregación entre lo que es correcto y lo que no, es decir, entre lo que considera pertinente y lo que es impertinente enmarcándolo en unas coordenadas espacio-temporales determinadas (Moreno Sardá, 1998).

Este es un ejercicio que no está exento de intencionalidad, ya que existe una implicación directa entre las acciones de poder, establecidas según un ordenamiento jerárquico, y sus objetivos idearios que son su consecuencia implícita y directa que son reconocidos como ideología. Entre ellos se engloban no tanto aspectos políticos exclusivamente, sino un conjunto de valores y sentimientos a los que se les otorga un significado determinado (Quin, 2012).

En estas circunstancias intervienen los medios de comunicación, que como agentes socializadores, adquieren la influencia necesaria para legitimar, o deslegitimar, las claves del poder debido a su capacidad de influencia. Incluso sin que participen en un proceso electoral creando, destruyendo o invisibilizando figuras de opinión, orientando la agenda social y política y decidiendo aquellos asuntos que son relevantes (López de la Cerda, 2007).

Es el mismo poder que queda definido como: “El potencial de movilizar la energía de las personas de forma que su comportamiento se encamine a realizar aquello que queremos” (Álvarez & Svejenova, 2003:13).

Es así como la radio ejerce un poder de influencia, y una influencia de poder, en la difusión de ideologías cuando sus creencias se materializan y adquieren carácter público a través de las ondas. Es la colectividad quien las consume inicialmente, las hace suyas en potencia, las convierte posteriormente en actos y finalmente las perpetúa como valores con los que regir su comportamiento. Las ideologías se materializan a través de los contenidos radiofónicos actuando sobre el conocimiento adquirido por sus audiencias quienes los reproducirán posteriormente (Fierro, 2003; Álvarez Valencia, 2006).

Consiste en la difusión de unas representaciones que adquieren un nivel de significación prestigioso al ser radiadas por un medio que también lo es y que consecuentemente adquirirán valor de emulación por parte de sus audiencias. Todo porque los medios de comunicación transmiten las ideas, los valores, las normas y las actitudes que se utilizan para la socialización y la construcción de las realidades de quienes los utilizan (Rice & Atkin, 2009). Todo en un mundo funcional, plural y universal en el que, como ya se anunció, los medios audiovisuales se convierten en imprescindibles (Sanabria, 1994).

En este sentido, se establece una relación muy estrecha que desdibuja las diferencias entre comunicación y dominación ya que la primera, entendida como un acto de conquista, se revela como el modo de extender la propia voluntad e imponerla sobre la ajena (Yebra, 2010), siendo fundamental para ello la posición de prestigio que posean quienes producen los mensajes, ya que incluso pueden ejercer un tipo de violencia hacia los oprimidos utilizando los discursos abstractos (Wittig, 2005).

Ya Van Dijk (1996) relacionando los actos del habla, como la materialización de los actos de comunicación, con los de poder, señaló que para que una acción específica sea considerada como satisfactoria ha de coincidir con las intenciones y propósitos que tenga el emisor del mensaje y están condicionadas por las relaciones jerárquicas y de poder establecidas por los participantes en un contexto determinado.

Unas relaciones jerárquicas que se establecen como circunstancias relevantes entre la relación existente entre los locutores y sus oyentes cuando los primeros, como ejecutores del mandato institucional de una empresa radiofónica, focalizan su atención sobre unos asuntos que son incluso sobreexpuestos y, consecuentemente silencian otros a los que marginan. Así, quedan manifestadas las diferentes estrategias que se elaboran mediante las reglas de la persuasión.

Con ello se conforma y otorga valor a la influencia mediática de la radio, un asunto del que nos ocuparemos a continuación, porque la manera en la que se jerarquizan los argumentos, los personajes y los contextos y también la disposición en la que se proyectan a través de las ondas evidencia que sean digeridos por las audiencias de una u otra forma.

#### 4.1.1.- El valor de la influencia mediática

Los medios tienen el poder de seleccionar lo que es comunicado, una elección que actúa sobre la percepción y el conocimiento que la ciudadanía posee de su entorno, llegando a conformar desde sus afectos hasta su conducta. Por ello, quienes tienen el máximo poder sobre la organización mediática son quienes controlan la comunicación (Chomsky & Ramonet, 2001).

Su influencia es tal que aquello que difunden es lo que llega más lejos, a más lugares y a más personas porque es lo re-producido. Consecuentemente, lo que no se comunica acaba por desaparecer.

De esta forma sucede, por ejemplo, en la vida cotidiana con la difusión de los estereotipos normativos en cuanto a que los que más se reproducen en los contextos de grupos sociales son aquellos que han sido utilizados y transmitidos en mayor medida con el paso del tiempo, es decir, los que han sido altamente comunicables en las conversaciones (Biernat, Villicana, Sesko & Zhao, 2016). Es este un fenómeno sobre el que también contribuyen los propios medios porque ellos los difunden reiteradamente.

Todo esto origina una cadena de transmisión cuyo origen se sustenta en las siguientes ideas:

- ✓ Lo que no aparece no existe,
- ✓ Lo que no existe no puede conocerse,
- ✓ Lo que no se conoce no se sabe,
- ✓ Y lo que no se sabe no puede ser objeto de pensamiento ni de debate, es decir, no puede ser contenido del discurso.

Una circunstancia que todavía acontece en nuestra contemporaneidad aunque en ella haya aparecido el conocido como periodismo cívico. Es el que la ciudadanía actúa creando y transmitiendo los contenidos del medio, abandonando de esta forma su papel pasivo como mera receptora de los mismos, lo que se conforma como una alternativa a los medios tradicionales favoreciendo la interacción (Pastor & Xifra, 2010).

Aun así, todavía la influencia de los medios no debe dejar lugar a la indiferencia porque ellos son los que seleccionan lo comunicable, incluso llegando a construirlo.

Su influencia es tan poderosa que en una sociedad tan mediatizada como la nuestra no podemos obviarlos hasta el punto de que la prensa es considerada por muchos como el Cuarto Poder. Este término fue introducido en el siglo XVIII por el escritor Edmund Burke cuando, de una forma profética, ya observó que la prensa no se limitaba exclusivamente a observar y reflejar a través de los periódicos la realidad, sino que al construirla creaba una línea de opinión determinada alejada de toda objetividad.

Así, la prensa escrita es considerada como el medio de comunicación más influyente y motivador para crear opinión y parcelarse dentro del espectro ideológico y, en consecuencia, en el ecosistema de creación de juicios sobre la actualidad. Los periódicos y las revistas, tanto de difusión tradicional en papel como los que se sirven de los canales *on-line*, son considerados como los referentes creadores de idearios sobre los acontecimientos actuales a partir de los cuales se configura un mundo ideológico,

sobre todo en lo referente a los asuntos políticos. En esta línea no se concibe que en las redacciones de otros medios, como las emisoras de radio o televisión, no se consulten los periódicos del día, cuya lectura pública es incluida como parte integrante de los programas de actualidad en la sección conocida generalmente como *Resumen de prensa*. En ella se realiza una selección de la misma, ya sea con una simple lectura de sus titulares o con el desarrollo de los contenidos que son considerados como más relevantes.

Por su parte, la televisión es considerada como el medio hegemónico y referencial, tanto en referencia a la información masiva como con respecto al entretenimiento, porque el imaginario colectivo no entiende de un mundo sin iconos visuales. Estos, como recurso fundamental del discurso audiovisual, facilitan la comprensión de los contenidos discursivos que, de otra manera, dificultarían su entendimiento. Es con su uso como se facilita un consumo que no requiere de ningún esfuerzo intelectual por lo que su grado de penetración, y consecuentemente de influencia, es muy alto. Sucede de esta forma que en nuestro contexto contemporáneo mediático aquellos mensajes que no utilicen como recurso la instrumentalización y la difusión simultánea de imágenes y sonidos son minusvalorados, menospreciados o incluso rechazados como canales válidos de difusión de contenidos.

Es conocido que el medio televisivo alcanza a grandes y espectaculares masas de audiencias por lo que se ve envuelto en un contexto en el que no pueden ser obviados los altos recursos económicos que maneja. Así sucede con las inversiones publicitarias que en términos empresariales se convierten en su objetivo exclusivo sobre el que giran el resto. Son las mismas audiencias que se encuentran condicionadas y motivadas por los contenidos de unos espacios que, articulados estratégicamente en el conjunto de las parrillas de programación, consumen prácticamente sin lugar a su cuestionamiento.

Con respecto a la radio específicamente conocemos que, como medio de comunicación masivo que es, no escapa a la gran capacidad de influencia que posee sobre la población. De esta forma, sus contenidos pueden presentarse socialmente como un foro de discusión público, difundido con altavoces omnidireccionales de alcance universal, de los que beberá la ciudadanía y que convertirá en referencia de su propia existencia.



Este poder de influencia se ve potenciado por la gran capacidad de cobertura y alcance que sufren los mensajes difundidos en una cultura del ciberespacio como la nuestra, la misma en la que se facilita la conexión para enviarlos y recibirlos. Así, en las complejas sociedades urbanas, que en la actualidad ofrecen un conjunto de relaciones sociales de gran riqueza, los medios tienen la posibilidad de poner en contacto a personas que se encuentran distantes entre sí tanto en el tiempo como en el espacio (McDowell, 2000).

El contexto actual que se desenvuelve en el entorno digital ayuda a elevar su nivel de influencia porque se ha conseguido que los mensajes se puedan difundir y consumir casi simultáneamente, casi de forma diligente. De esta forma, la viabilidad técnica y tecnológica provoca que quienes se reconocen como receptores retroalimenten los mensajes participando sobre ellos de forma activa, además en un proceso de interacción que se desenvuelve en una línea marcada por la emisión-recepción-emisión. Por ello, lo que en los formatos analógicos de difusión mediática era un *feed-back* retardado, en la sociedad actual se convierte en inmediatez.

“Media are among the principal social agents in many societies around the world. Television, magazines, newspapers, radio, cinema, advertising, the Internet, and other so-called “new media” or “new technologies” occupy— if not invade—much of our leisure time, and indeed our working time” (López-Guimera, Levine, Sánchez-Carracedo & Fauquet, 2010:388).

#### 4.1.2.- La locución institucionalizada

En lo referente a la comunicación radiofónica existen tres tipos de hablantes: quien emite el mensaje o locutor, quien lo ha elaborado o el autor y quien posee la responsabilidad de su contenido o poderdante (Goffman, 1981)<sup>4</sup>.

En este apartado nos encargamos de la primera de estas funciones, es decir, de la locución, entendiendo que el locutor principal de un programa radiofónico es quien

---

<sup>4</sup> En algunas citas incluidas en este trabajo podemos leer que se utilizan vocablos como *locutor* o *autor* que son excluyentes de género porque hacen referencia al universo masculino. Sin embargo, se han transcrito de esta manera porque así aparecen en los documentos originales. En nuestra opinión, haciendo uso de un lenguaje inclusivo de género, deberían haberse empleado en su lugar términos como *locución* o *autoría* ya que estos no aluden a ningún género en concreto.

presenta el programa, conduce las diferentes secciones que se producen durante el mismo y se despide al final del espacio, realizando todo ello como la voz institucional del programa y en consecuencia de la emisora (Rodero, Alonso & Fuentes, 2004).

Así, alcanzamos a entender que la locución queda configurada como una herramienta con la que se materializan los discursos radiofónicos. La misma que se encuentra encajada dentro del conjunto de unos intereses determinados que son tanto los propios del espacio en el que se articula como los de la empresa que la produce, ya que es esta la que la diseña y gestiona. Por ello, se puede afirmar que la locución no actúa como un verso libre sino que se encuentra institucionalizada.

Las locuciones actúan como piezas de un rompecabezas que deben encajar al ubicarse en el lugar y el momento apropiados para conformar un contenido. El mismo que adquiere un sentido significativo al sumarse mediante la acción de las locutoras y los locutores radiofónicos al perfilarse como portadores de la voz transmisora de los mensajes, que no actúan como sujetos independientes con respecto a la empresa para la que trabajan, sino que se convierten en sus portavoces, son quienes *portan la voz* del ideario de la misma.

De esta forma con la locución, como instrumento vehiculador del discurso, se conduce la realidad. Una realidad que es la propia y particular de la empresa o institución que la transmite.

Esto es consecuencia de la ubicación de sus locutoras y locutores en posiciones de liderazgo. Para ejercer esta función se eligen a personas, potencialmente carismáticas, a las que la empresa transforma en lideresas y líderes en acto respectivamente. Una acción que es posible porque son instituciones con un gran poder para construir la influencia y porque además son las que las sostienen.

Su liderazgo se establece manteniendo cierta distancia con respecto a las audiencias, elevando sus discursos a categoría de exclusividad, también de universalidad, y rodeándolos de una naturaleza mítica. Así mismo, se les asigna un gran poder de identificación que transmiten hacia los demás, tanto a nivel personal como social. De esta forma sucede con las conversaciones y los consejos que los profesionales de la

psicología difunden a través de la radio, al convertirlos en referentes útiles para quienes los escuchan (Thell & Peräkylä, 2018). Una circunstancia que en muchas ocasiones deja al receptor casi siempre a merced del emisor (Mourelle, 2003).

Estas lideresas y líderes de la comunicación se pueden llegar a convertir en símbolos, de tal modo y manera, que pueden llegar a adoptar las soluciones demandadas por quienes les siguen ciegamente.

Son inalcanzables pero adoptan el papel de quienes les escuchan:

“En nuestro mundo, si contamos con un emisor que responde a la imagen que la sociedad respeta y admira; si emplea un canal que la sociedad acepta como fuente de verdad en un contexto preciso y con un código adecuado, tenemos un auditorio predispuesto a la persuasión; el éxito de la comunicación está parcialmente asegurado y muchas veces sin importar demasiado el contenido verbal” (De Santiago, 2005:47).

Es de este modo como se otorga un valor determinado a las palabras, las expresiones, los enunciados, las manifestaciones y los testimonios que se lanzan al aire. La radio los valoriza y re-valoriza cuando son pronunciados por profesionales, dependiendo del nivel de influencia que tengan sobre las audiencias, como si fueran acciones bursátiles de una empresa financiera. Esto posibilita que alcancen niveles de estimación universal, aunque también los puede desvalorizar cuando los oculta o silencia.

#### 4.1.3.- La persuasión como objetivo

Ante la evidencia de que la locución radiofónica es utilizada para la materialización de los discursos sonoros con los que una determinada institución transmite su ideario, nos planteamos: ¿Cómo se realiza esta acción?, ¿qué parámetros se utilizan para ello?, ¿con qué objetivos?

La diferencia básica consiste en hacerlo desde dos posiciones. Una es la que utiliza razonamientos de neutralidad y la otra la que implica el uso de unas estrategias

determinantes, cuya finalidad es la creación de un pensamiento intencionado, en quienes se declaran como receptores de las representaciones radiofónicas.

En el primer caso nos referimos a la argumentación. Y en el segundo a la persuasión.

Si bien, mientras argumentar consiste en aducir, alegar y exponer a través del razonamiento con el objetivo de probar o demostrar una proposición, la persuasión conlleva una inducción, movimiento u obligación hacia alguien para que crea o haga algo, lo cual implica una manifiesta pretensión. De esta forma, con la persuasión como acción del proceso comunicativo, se persigue expresamente la modificación de la conducta de los destinatarios del mismo (Hernández Martínez, 1999), llevada a cabo mediante técnicas de convencimiento que actúan sobre una estimulación determinada con el objetivo del desplazamiento hacia una posición interesada de las reflexiones sobre la realidad

De este modo, para que el mensaje sea persuasivo debe existir una finalidad determinada conocida como la finalidad persuasiva (Anscombe & Ducrot, 1994). A través de ella se marca una dirección, que es el propio camino a seguir, porque es la senda de *lo correcto* que, además, no deja lugar a la disidencia. Claramente ocurre, por ejemplo, dirigiendo la percepción de la lectura de un texto para que sea decodificado en un sentido que ha sido predeterminado con antelación a la misma (Aparici & García Matilla, 1987).

Es así como se entiende que la persuasión, específicamente referida al universo radiofónico, consiste en mostrar a través de las ondas unos clichés ideológicos que las audiencias han de asumir sin cuestionamiento o crítica, ya que no hay ocasión para ello ya que su ejecución se disfraza bajo las consignas de la argumentación. Durante este proceso la locución actúa como autoridad mediática enseñando tanto lo que *debe ser* como aquello que *debe de ser*, una circunstancia ante la que quienes escuchan no actúan porque permanecen en la pasividad, se someten y callan.

Con el uso de estas estrategias se intenta dirigir a las audiencias, y también su pensamiento, *hacia* y *por* un determinado camino marcando una dirección que es la que

*deben seguir*, siendo además de carácter exclusivo. Así, quienes consumen los discursos radiofónicos se ven inmersos en un contexto del que no pueden disentir.

Todo esto se materializa mediante el uso de unas estrategias utilizadas consciente o inconscientemente utilizadas para convencer, que en el caso específico del discurso pasan por el uso de conectores que orienten sobre los enunciados, de mecanismos de atenuación, y de un uso del léxico y estructuras más o menos complejas (Fuentes & Alcaide, 2002). Pero lo fundamental es apelar a las emociones a través del uso de estímulos, que pueden ser universales o culturales, incitando a una respuesta hacia los mismos, que quien los utiliza ya conoce de antemano, por lo que posee el poder de la persuasión (De Santiago, 2005).

Una de las formas en las que se manifiesta el uso de las maniobras, con las que conducir a las audiencias hacia un sentido determinado, queda establecida a través de la retroalimentación que este medio establece con las mismas. Nos referimos a la posibilidad de intervención que poseen como parte del contenido de los programas y que conforma una de las características más particulares e inherentes a la radio. Es así como, a través de los diferentes canales que el propio medio facilita y favorece, son seleccionadas por su condición de conveniencia, aunque en apariencia sea sin limitaciones de su expresión. Así, la línea ideológica de la emisora se convierte en el criterio fundamental para discernir las opiniones de las audiencias, que en ocasiones son guiadas sutilmente con objetivos de intencionalidad e incluso son re-construidas por el equipo de redacción, producción y locución. Es así como, por ejemplo, los medios seleccionan sus contenidos sobre información política condicionándola a la participación de la población sobre la misma (Vettehen, Troost, Boerboom, Steijaert & Scheepers, 2017).

En todo ello interviene un factor que contribuye en gran medida a ello. Es el uso de la voz con la que se ejecuta la palabra hablada, la misma por la que nos dejamos impresionar porque es agresiva, sólida y segura.

De esta forma, el uso del lenguaje verbal se puede convertir en una herramienta idónea para la persuasión porque:

“Más allá del significado denotativo de cada palabra, la sonoridad, las figuras retóricas, las ambigüedades intencionadas... pueden contribuir a que el receptor de ciertas frases concisas o, incluso, de determinadas palabras aisladas *escuche* más la emoción que suscitan en él que su significado *desnudo*” (Reyzábal, 2002:228).

Es así como la persuasión, ejercida a través de la radiogenia y la eufonía, surte sus efectos. Como nos ocuparemos de explicar más adelante en el epígrafe correspondiente dedicado a estas dos propiedades vocales.

#### 4.1.4.- La jerarquización de los contenidos: focalización y silenciamiento

La principal técnica de la que se sirve la persuasión radiofónica, de igual forma que sucede con el resto de los medios de comunicación, es originada a partir de una primera selección de los temas que conformarán el contenido de sus espacios. De ellos se informará, se conversará, se discutirá y se departirá porque son los que se incluyen. Esta acción conlleva implícitamente la contraria, es decir, que no se hable de otros asuntos porque son los descartados, rechazados o silenciados<sup>5</sup>.

De esta forma se eligen, ordenan y organizan los temas de un programa, o emisora, al focalizarlos, es decir al exponerlos utilizando un foco:

“Es un punto en el que convergen los vectores intencionales del emisor. Su propósito comunicativo suele ser el de llamar la atención del receptor con el fin de vencer en este una predisposición contraria o simplemente de subrayar su

---

<sup>5</sup>Si bien hemos encontrado que en la bibliografía consultada, y en muchísimos otros documentos, se utilizan vocablos como *invisibilizar*, *invisible*, *invisibilizado* y similares, para hacer referencia a los asuntos que los medios de comunicación no tratan u ocultan, en este trabajo se prefieren utilizar términos de la familia del verbo *silenciar* con idéntico significado. Es así porque creemos que, al tratar específicamente sobre el medio radiofónico, no se deben utilizar verbos referentes al sentido de la vista ya que la radio se sirve de recursos sonoros exclusivamente para construir sus discursos.

importancia en el proceso informativo en que se hallan inmersos” (Gutiérrez Ordóñez, 1997:34).

El foco actúa iluminando exclusivamente una parte de la realidad al concentrar su atención sobre ella, pero no de forma global, sino con gradientes de claridad y oscuridad. Lo que se habla en un programa, su contenido, es lo que queda iluminado y es a lo que se dedica más tiempo de emisión. Consecuentemente, se deja a oscuras aquello de lo que no se habla que es lo que permanece invisible para la audiencia, o silenciado, no existe para ella aunque también sea parte de la realidad que se pretende contar.

Esto conduce a las audiencias hacia *qué es lo que tienen que pensar y sobre qué tienen que pensar*. Porque pensar sobre aquello que no existe, porque se oculta, es una tarea difícil. Por no afirmar que imposible.

Consiste en utilizar una parte de la realidad, de forma exclusiva y excluyente, vehiculándola mediante el discurso y transformarla en objeto del contenido mediático, además, cargándolo ideológicamente para que sea asimilado por la audiencia, que es la ciudadanía. Esta acción se ve cargada con mayor valor si además quienes la conforman sólo conocen una única forma de escuchar la realidad, las que entienden que existe un sólo ángulo desde el que observarla, porque es el único que les ha sido mostrado y porque no han aprendido a contemplar otros. Consecuentemente son personas fácilmente persuadibles, y persuadidas.

En particular, en los medios visuales como la fotografía la focalización se produce de forma física, esto es, mediante la inclusión en el marco del encuadre de aquello que se quiere mostrar y del modo y manera en que se quiere hacer. Queda constituido de esta forma el límite, la barrera o la linde de lo incluido y lo excluido. Lo que está dentro de él es lo que se nos muestra y lo que vemos, o mejor dicho, lo que podemos ver.

En los medios audiovisuales como la televisión o el cine sucede lo mismo, convirtiéndose el marco en el límite de la cámara y consecuentemente de la pantalla. Es lo que se conoce profesionalmente como encuadre.

Aunque es evidente que en los medios sonoros, como es la radio, no hay ningún foco de iluminación propiamente dicho, podemos entender que la focalización es un fenómeno que también se produce en ella. Diferentes estudios al respecto nos cuentan que en el lenguaje oral esta se produce utilizando el énfasis, la insistencia, la repetición y, específicamente en el medio radiofónico, aludiendo directamente a las audiencias para apelar a su participación.

Es así como en el momento de pensar en qué se cuenta, cómo se cuenta y dónde se cuenta, se elige la forma de hacerlo dándole una configuración que sea agradable para su escucha. Se construye el argumento eligiendo la manera en la que se difunde. Todo ejecutado con intencionalidad y criterio sin dejar lugar al albedrío porque si el mensaje radiado se dispersa, se pierde y no llega.

De esta forma, se establece una relación de los asuntos que son los tratados en cada espacio:

“En esa ordenación ese elemento *tematizado* o *focalizado* ha de ser pronunciado con acento de insistencia, con el objetivo de que no sea confundido con el *tema* o *sopORTE* del enunciado, y resalta su oposición a otro elemento, paradigmáticamente relacionado con él, y más esperado” (Fuentes y Alcaide, 2002:247).

Toda focalización conlleva una jerarquización. Mediante esta se le da sentido a los contenidos mediáticos al ordenarlos y clasificarlos, acción esta que está relacionada poderosamente con aspectos que pasan desapercibidos para alguien ajeno al mundo de los medios de comunicación. Esto se ejecuta mediante la gestión de los planos sonoros articulándolos en posiciones jerárquicas diferentes, desde el primer plano hasta el silencio absoluto, pasando por el plano de fondo. Es así como se establece un sistema de graduación que decreta lo que es más importante y lo que no, es decir, lo silenciado.

El lugar que ocupa un discurso oral, como parte de un contenido radiofónico, condiciona poderosamente el impacto del mismo sobre la audiencia. Su posicionamiento adquiere la condición de factor clave para que sea considerado como relevante, o no, por quienes lo escuchan de tal modo que si está mal posicionado



conllevará que sea desapercibido. Cada contenido se articula según una organización macroestructural preestablecida que condicionará su interpretación (Fuentes y Alcaide, 2002). Es así como se entiende que la subjetividad se encuentra incluida implícitamente en toda actividad clasificatoria ya que viene condicionada por los criterios para hacerlo.

Pero las acciones de focalización y de jerarquización conllevan implícitamente otras como son la desfocalización y el silenciamiento. Así ocurre con aquellos otros contenidos que no han sido seleccionados, por no ser los adecuados, por lo que su ocultación conllevará su inexistencia en el universo de la realidad cotidiana de quienes escuchan los programas. Es la renuncia implícita hacia *la otredad*, lo cual puede conducir a la desinformación porque son asuntos que quedan ocultos, además sin que las audiencias sean conscientes de ello (Durandin, 1993).

“Lo que no es porque no aparece, lo que se censura, también igualmente significativo en un sentido meridiano: si el silencio sintácticamente no existe, su presencia ha de poseer índole social, política o ideológica” (Vera Balanza, 2004:139).

De esta forma las audiencias, como integrantes de un grupo social, pueden sentirse aisladas si no conocen los temas de los que han de opinar en su vida cotidiana porque los medios las ocultan. Es lo que se conoce como *la teoría de la espiral del silencio* que acontece cuando las personas no pueden defender su postura al enfrentarse a temas conflictivos, lo que conlleva que asimilen las del entorno para evitar sentirse rechazadas:

“Cuando alguien considera que los demás le están dando la espalda, sufre tanto que se le puede guiar o manipular tan fácilmente por medio de su propia sensibilidad, como si fuera una brida” (Noelle Neumann, 1995:23).

De esta forma, la focalización que persevera en tratar casi siempre los mismos asuntos como objetos del contenido radiofónico, y silenciar otros, es también una forma de manejar el poder de lo comunicado. Todo porque: “En un mundo donde el lenguaje y el nombrar las cosas son poder, el silencio es opresión y violencia” (Rich, 1983:241-242).

#### 4.2.- La transmisión imago-acústica

Las características que definen al medio radiofónico son: “Instantaneidad, cercanía, proximidad y flexibilidad” (Fernández Sande y Peinado Miguel, 2012: 57).

Pero sobre todo la radio es imaginación.

Este medio convierte al sonido en su recurso exclusivo de comunicación prescindiendo de otros códigos de gestión, y es así como consigue que quien lo consume tenga que realizar un pequeño esfuerzo para imaginarse, sólo con escuchar, aquello que no puede ver. Es de esta forma como tiene una mayor capacidad de estimulación de la imaginación si se compara con otros como la televisión (Betés Rodríguez, 2002).

Las ondas que son transmitidas a través del aparato de radio son percibidas por nuestro cerebro como imágenes sonoras que le incitan a convertirlas en imágenes visuales. Por ello, no es apropiado afirmar que el discurso radiofónico esté exento de imágenes, ya que aunque sí está exento de las de tipo visual no lo está de las propiamente sonoras. Es como a través de su articulación se conforma una sucesión de representaciones con las que nuestro imaginario construye historias como consecuencia de la creatividad. Esta misma circunstancia sucede cuando nos cuentan una historia, por ejemplo a través del teléfono, y nuestro cerebro la recrea aunque no la vea.

Este fenómeno se conoce como la *transmisión imago-acústica*. A través de él las audiencias realizan un ejercicio perceptual que consiste en crear una composición significativa de imágenes a partir de la escucha de los sonidos con los que se evoca un espacio y un tiempo determinados, manejando las emociones mediante la composición articulada de las palabras y su poder eufónico para crear una atmósfera sonora apropiada (Lozano Bartolozzi, 2.006).

Esta actividad imaginativa desplegada al escuchar la radio es compatible con otras de nuestra vida cotidiana, salvo las puramente intelectuales, por lo que este medio está instalado en nuestra fonosfera como parte del mapa sonoro que conforma nuestra percepción del entorno.

Además, ya sea utilizando una u otra forma de transmisión, la radio cuenta con la ventaja de su difusión universal al poseer la facultad de ofrecer unos contenidos que pueden alcanzar grandes coberturas. Una consecuencia por no estar limitada por la necesidad de utilización de una infraestructura alámbrica.

También posibilita la emisión de contenidos de diferente cobertura como parte de los mismos espacios. Así, la audiencia de un único de ellos puede informarse tanto sobre aspectos que le son cercanas y próximos, como de aquellos otros que se producen lejos del lugar en el que se encuentra. Esto sucede porque la disposición de la programación puede combinar la articulación de contenidos de diferentes naturalezas e intereses que se simultanean tanto en las desconexiones territoriales y/o locales como en las nacionales, e incluso en algunos casos específicos, supranacionales o internacionales. En un mismo programa una persona puede escuchar lo que sucede a miles de kilómetros de distancia de donde se encuentre, y también lo que ocurre en su propia calle. Todo esto ofrecido sin solución de continuidad.

Es así como en este epígrafe, como parte del capítulo dedicado al universo radiofónico, realizamos la observación de este medio desde su especificidad. Es la que lo considera como productor, constructor y difusor de unos discursos con los que se conforman sus contenidos. Todo ello atendiendo al modo y manera con la que los articula utilizando para ello los códigos sonoros exclusivamente.

#### 4.2.1.- La propagación *off-line* y la difusión *on-line*

El medio radiofónico difunde sus contenidos según dos formas de transmisión. Una es la que se realiza desde su vertiente más convencional, esto es, la que utiliza la propagación de ondas electromagnéticas u hertzianas que de forma inalámbrica son sintonizadas a través de un receptor de radio clásico, entre los que se encuentra el transistor, a la que por descarte nos referiremos como radio *off-line*.

La otra es la que se corresponde con las nuevas formas de difusión. Es aquella que queda instalada en el ciberespacio a través de lo que conocemos como radio *on-line* y que, aun compartiendo bastantes características con su primogénita, ha modificado no solamente la forma en la que se difunden los contenidos sino también la de su

producción, recepción, y los niveles de percepción y calado en la población, de tal forma que ha aumentado su consumo frente a la clásica en parte debido a que posibilita su escucha individualizada (López y Gómez, 2014).

Dos formas de hacer radio de las que vamos a explicar en qué puntos convergen y en cuales divergen.

Observamos que la gran diferencia existente es que si en la primera los contenidos se difunden articulados como elementos de una parrilla estructurada en una programación, en la segunda: “Se ha pasado de un consumo lineal, que se caracterizaba por la sincronía, a un consumo no lineal en el que el usuario final decide qué, cómo y cuándo quiere escuchar o consultar los contenidos que la empresa radiofónica oferta” (Fernández Sande y Peinado Miguel, 2012:41). Consiste en convertir la nueva escucha en una acción programada, asíncrona y no estacionaria (Gallego Pérez, 2010).

Motivado por estas innovaciones los contenidos no quedan articulados como piezas inamovibles de una parrilla encorsetada, como ocurría antes, sino que pueden ser sintonizados de forma no lineal. Así, con la aparición de las *bitcasters* este medio consigue que sus programas naveguen en el ciberespacio facilitando su audición bajo demanda a través de los *podcast* al ser este un formato que ha roto con el paradigma espacio-temporal de la radio *off-line* (Ribes, 2001). Unas transformaciones que se encuentran dentro de lo que se conoce como *tsunami digital* surgidas a partir de la aparición de los medios digitales (Evans, 2016). De este modo es como la aparición y desarrollo de todos los nuevos dispositivos portátiles, materializados en la telefonía móvil y todas sus manifestaciones como son los *iPod*, los reproductores de MP3 y MP4, las tabletas, han supuesto una oportunidad para el desarrollo de los *podcast* (Piñeiro y Ramos, 2013).

Todo esto consigue que las nuevas audiencias de las nuevas radios puedan ejercer el poder de discernir entre los contenidos que deseen escuchar, y los que no, mediante *un menú a la carta* incorporado de una u otra forma a una *play list* con funciones de reproducción, pausa, repetición, entre otras. Esta circunstancia se produce tanto en lo referente a programas enteros como a secciones, o discursos como parte integrante de los mismos, lo que posibilita la penetración de los mensajes como consecuencia de su

libre disposición en una plataforma digital o en una *app* o aplicación para dispositivos móviles.

De entre estas destaca *Ivoox* que fue creada en noviembre de 2008 por Juan Ignacio Solera, quien la define en su propio *blog* como un audiokiosko. Solera cuenta que no es un mero agregador o directorio pasivo de *podcasts* ya que: “Incluye su clasificación y ordenación inteligentes previa a su presentación, un potente motor búsqueda, la realización de producciones propias, y su desarrollo como soporte publicitario” (Solera, 2008).

En estas plataformas se puede elegir el momento y el lugar de consumición, aspecto favorecido por la portabilidad de la tecnología e incluso, considerando una circunstancia más determinante, realizarlo de forma ilimitada.

De esta forma, la fugacidad de los mensajes radiofónicos, establecida como característica universal de la radio analógica, queda eliminada en el momento en el que estos pueden re-escucharse. La nueva radio deja de compartir esta propiedad con otros medios, como el televisivo clásico, y se acerca al de la prensa de papel que desde su aparición ha facilitado la re-lectura de sus informaciones. Por todo ello, podemos afirmar que en nuestra contemporaneidad *las palabras no se las lleva el viento* sino que quedan plasmadas para su consumo y su re-consumo *in aeternum*.

Otra de las características de la radio es el gran poder de retroalimentación que establece con quienes la escuchan. Una propiedad tan inherente a este medio que es compartida tanto por las emisoras de difusión *off-line* como por las de tipo *on-line*.

Así el *feedback*, aunque en muchas ocasiones se realice de forma indirecta y retardada, está prácticamente presente en todos y cada uno de sus programas. Incluso en muchos de ellos las aportaciones de las audiencias se convierten en su contenido exclusivo, como sucede en aquellos en los que la línea telefónica se ha llegado a convertir en la herramienta absoluta para una retroalimentación efectiva utilizada para expresarse. Todo ello reforzado con las posibilidades que ofrecen la telefonía móvil, el correo digital, o incluso el convencional, y recientemente el envío de mensajes *watsapp* que facilitan la interacción.

En cuanto al uso de este sistema de mensajería instantánea se confirma su relevancia como tecnología de comunicación que permite una gran agilidad de las intervenciones que, además, cuentan con una mayor calidad de sonido si se compara con el de la línea telefónica tradicional, todo ello con una limitada inversión técnica que permite la participación de un perfil más variado de audiencia y su interacción de una forma más tranquila (Gomes-Franco, Colussi & Rocha, 2018).

También la novedosa retroalimentación incluye a las redes sociales como canales de intercomunicación. Muchas emisoras de radio se involucran en estas, lo que posibilita aumentar su capacidad comercial y la distribución de sus contenidos al permitir la interacción de las audiencias a través de grupos de discusión, blogs y foros, entre otros, modificando de esta forma el sentido unidireccional de sus contenidos (Al-Rawi, 2016).

En este sentido, existe una mayor posibilidad de interacción social en el conocimiento y descubrimiento de nuevos artistas musicales a través de los formatos digitales si se comparan a los analógicos. Esto propicia que con la evolución de los gustos musicales se sea más propenso a preferir una gama más amplia de géneros, todo esto apoya una mayor motivación entendida desde el planteamiento de que la música en general es un elemento esencial para la construcción y refuerzo de la identidad personal (Bolduc & Kinnally, 2018).

Con respecto a la producción de contenidos se refiere, observamos que la nueva radio se diferencia de la analógica en que en ella cualquiera puede adquirir un papel de actividad al apropiarse de la condición de producir y realizar espacios propios y personales. Son los que se materializarán en formato *podcast*, o incluso páginas *web* y otras formas de transmisión digital, lo que facilitará su difusión. Así, la recepción clásica *off-line* se convierte en la nueva emisión *on-line*. Potencialmente cualquiera podría sustentar estos nuevos roles. Es así como se puede propiciar que *la gente común* que participe en la producción del contenido mediático también utilice los estándares profesionales ejerciendo su crítica, aplastando y deshaciendo de esta forma las jerarquías culturales que existieron en el siglo XX mediante la fusión del conocimiento laico con el profesional (Teurlings, 2018).

Todo esto refiriéndonos a la radio digital que, circunscribiéndonos a España, es hacerlo casi únicamente a su propagación a través de internet mediante aplicaciones, *podcast* y poco más, ya que las empresas existentes al continuar funcionando bastante bien no han sentido la urgencia de actualizarse tecnológicamente lo que la lleva a quedarse anclada en cuestiones como la adopción del DAB, Digital Audio Broadcasting (Bonet, 2017).

#### 4.2.2.- Géneros y formatos

La invención de la radio introdujo solamente aportaciones técnicas y tecnológicas ya que, en sus comienzos, su aparición pública no condujo a la creación de un lenguaje particular. Es así como las primeras emisiones radiofónicas consistían en una mera lectura de periódicos, revistas y literatura de la época.

Sin embargo, fruto de su evolución y desarrollo, este medio ha ido conformando un lenguaje específico, propio y característico. Esto ha condicionado la creación de los géneros y los formatos, los mismos que al no ser inamovibles, también han ido modificando su tipología con el mismo paso del tiempo (Martí, 1990). Un lenguaje que no debe ser ni observado ni estudiado de forma aislada con respecto al contexto en el que se produce, ya que está condicionado por el tipo de programa y emisora en los que se administra.

En cuanto a la conceptualización de los géneros radiofónicos se refiere, no hay consenso que encuentre su definición concreta debido en parte a la ausencia de un marco normativo por lo que, sobre todo en ámbitos profesionales, se producen ciertas ambigüedades al respecto.

Ya Mauro Wolf (1984) definió el género como un modo de comunicación que está consolidado, ha de ser perfectamente reconocible por los oyentes y ha de guardar una estrecha relación en su contenido. Martí (1990), por su parte, lo circunscribe a cuestiones culturales y sociales.

“Los géneros representan la sedimentación de la experiencia del trabajo colectivo en diversos medios de información, el dominio técnico que distingue al profesional del periodismo de quien no lo es, la posibilidad de hacer llegar al

receptor el mensaje con relativa rapidez y seguridad. Los géneros son formas asimiladas por el hábito, formas que pueden enseñarse y aprenderse” (Gomis, 1991:44).

Cebrián Herreros (1992) señala que es un modo de configuración textual al centrarse en la producción de los textos radiofónicos y, por consiguiente, se presenta como tal.

También se entiende que los géneros son:

“Modos de armonizar los distintos elementos del lenguaje radiofónico de manera que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica” (Merayo, 2000b:163).

Otra de las características que definen al género es el estilo o conjunto de elecciones que ha hecho el autor entre las formas de expresión que tenía disponibles (Fuentes y Alcaide, 2002).

Acerca del término *formato*, encontramos que Hendy (2000) lo define como el modo en el que se organizan y estructuran los contenidos en el interior del programa.

Por otra parte, también se define como:

“Aquel modelo de programación radiofónica especializado en la emisión constante y reiterada de uno o varios contenidos prioritarios -música, información, deporte, salud, etc.-, fórmula que se completa con otros espacios complementarios, durante las veinticuatro horas del día, de acuerdo a una frecuencia de repetición determinada por la duración de la fórmula que acostumbra a ser la hora en el formato musical y los quince o treinta minutos en el Todo Noticias” (Moreno, 2004:102).

En conclusión, mientras el formato hace referencia a una organización interior de los contenidos que componen un programa, el género lo hace en cuanto a los propios contenidos que se abordan en el mismo. Lo que sí han de pretender ambos conceptos es



que el modelo de comunicación en el que se articulan sea reconocibles por las audiencias. Pensemos, por ejemplo, en la escasa atención que prestarían los oyentes hacia un programa que fuera puramente informativo si se descartara emplear para radiar los mismos contenidos diferentes géneros como son las crónicas, los reportajes o las entrevistas (Merayo, 2002).

De todos los géneros y formatos existentes el hegemónico en la radio española es el magazín. La radio convencional, tanto a él como a los espacios informativos de difusión nacional, le dedica más de un 70% de su emisión (Moreno, 2005). Un tipo de espacio que sufre de una cierta indefinición al conceptualizarse de una forma desdibujada por ser demasiado amplia.

Las diferentes definiciones de distintas autorías aciertan a conceptualizar al magazín afirmando de él que *lo es todo*. Actúa a modo de *revista radiofónica* convirtiéndose en un contenedor en el cabe todo. Todo tipo de contenido radiofónico se puede meter en este *cajón de sastre*.

Acerca de su consideración, Cebrián señala que en él se combinan la información y la opinión ofreciéndola a la audiencia en forma de entretenimiento y espectáculo, y lo define como:

“El programa magazine constituye una modalidad de programa en el que se combina la información y opinión con el entretenimiento y el espectáculo. No es un programa exclusivamente informativo, aunque hay un enorme predominio de referencias a la actualidad y de contenidos de cualquier tipo a los que se les busca alguna vinculación con la actualidad. No se define tanto por la homogeneidad de sus contenidos cuanto por la estructura que encierra y organiza diversidad de contenidos” (Cebrián Herreros, 1994:481).

#### 4.2.3.- La fuerza de la palabra hablada y su seducción: radiogenia y eufonía

Tanto los diferentes géneros como los formatos radiofónicos ponen en juego la capacidad expresiva con la que confluyen sus contenidos mediante la gestión ordenada de cuatro elementos. Son la voz, la música y los efectos, a los que hay que añadir el

silencio entendido como ausencia de los otros tres. Todos ellos son valorados como recursos técnico-expresivos que al articularse forman las herramientas de las que se sirve el discurso radiofónico (Balsebre, 2004).

De estos cuatro códigos es el primero el que participa de forma relevante y sustancial, en muchas ocasiones incluso con carácter de exclusividad. En el contexto del mapa sonoro radiofónico la voz adquiere una categoría altamente significativa como herramienta discursiva.

“Voice is a form of social touch” (Bonefant, 2010:77).

La voz es como la huella dactilar de una persona, porque aunque se pueda imitar, posee unos matices propios que la convierten en exclusiva (González Conde, 2008). Cada hablante tiene unas características acústicas específicas que son las que su aparato vocal determina (Casado Ramos, 2014).

La voz humana se articula acústicamente según unas cualidades que van a resultar decisivas para su exhibición. Además de la duración, que simplemente es su permanencia, son la intensidad, el tono y el timbre.

La intensidad o volumen hace referencia a la fuerza con la que se emite y propaga consiguiendo de esta forma que sea fuerte o débil dentro de la escala que se encuentra entre ambos extremos.

El tono o frecuencia es el número de ciclos por segundo con los que se emite la onda sonora vocal que la clasifica dentro de una graduación que transcurre desde la que es más aguda o alta, hasta la que es más grave o baja.

Por su parte, el timbre es la característica según la cual se puede identificar a la persona que emite una voz, es decir, a quien está hablando. Esta propiedad, entendida como calidad vocal, posibilita la diferenciación y reconocimiento de voces que aun poseyendo un mismo tono e intensidad, pertenezcan a diferentes personas. Esto sucede porque cada una posee uno exclusivo, original y diferenciado. Igualmente sucede con la procedencia lingüística, ya que los diferentes idiomas utilizan en mayor o menor medida timbres

diferentes para expresarse, por ejemplo, las lenguas orientales del sudeste asiático utilizan fonemas de frecuencia muy alta que para un oído occidental resultan un tanto irritantes.

Es lo que conocemos como la cara auditiva de cada ser humano que, más allá de los aspectos mecánicos que posibilitan la articulación de unos sonidos con los que cada hablante transmite información de sus propiedades físicas, responde a factores expresivos como son las emociones. Por ello, además de considerar la voz como una acción compleja fruto de la articulación de músculos y huesos, hemos de resaltar que con ella se trasluce la vida emocional de quien la produce (Bustos, 1995), hasta la consideración de que es posible conocer la vida tanto psíquica como emocional de una persona escuchando su voz (Rivas y Fiuza, 2006).

En este sentido, los profesionales de las TPC, Technical and Professional Communication, que desarrollan su actividad a través de la formación *online* deben desarrollar y perfeccionar unas habilidades específicas en su labor de *coaching*. Entre ellas destaca el reconocimiento de las intenciones de las personas con las que interactúan a través de la escucha de su voz, por ejemplo, para diferenciar entre la perplejidad y la frustración (Warner & Hewett, 2017).

Es la voz una herramienta que está marcada por elementos de primera magnitud que la condicionan, como son el contexto y el objetivo con los que se produce, por lo que puede adoptar diferentes y variables aspectos en lo referente a su emisión. Unos condicionantes que conllevan la existencia de su clasificación atendiendo a estas circunstancias y que las diferencia dependiendo de su uso ya sea en un acto público planificado, una situación espontánea o a la de una representación (Le Huche y Allali, 2003).

Con la voz son pronunciadas las palabras que al adquirir poder significativo se convierten en el instrumento mínimo de comunicación de los seres humanos. Por ello, al referirnos al medio radiofónico no podemos eludir el poder que las mismas poseen como herramienta del habla de las locutoras y los locutores. La radio las utiliza en su producción oral para representar, definir y explicar la realidad. Unas palabras que, articuladas con la voz, no son objetos lanzados sin intencionalidad ya que poseen tanto

el valor de la denotación, lo que significan, como el de la connotación, con el que se las contamina, y con el que seducen al actuar sobre los sentimientos (Grijelmo, 2007).

"Las palabras no son un mero reflejo del modo como está configurado el mundo sino que, por el contrario, son el principio mismo de su configuración" (Alegre, 2017a:26).

En la radio llega a ser tan determinante el uso de las palabras que, incluso en la programación especializada en emisiones musicales, las pronunciadas por los *DJ's* cobran vital importancia en forma de comentarios y presentaciones (Theodosiadou, 2018).

Es la autoridad de la palabra hablada. La misma que ha alcanzado un gran poder expresivo desde el origen de la Humanidad por haber adquirido la fuerza necesaria al haberse convertido en el elemento vehicularizador de la tradición oral de los pueblos y consecuentemente en la herramienta primitiva del lenguaje. Además, su gran capacidad para reflejar e instrumentalizar la imaginación de las personas ha contribuido a su valorización social e histórica como un componente potestativo cultural, tanto a nivel de significante como de significado, en la interacción colectiva.

Pensamos con palabras. Las utilizamos para expresarnos y, al hacerlo, transmitimos y percibimos los significados de las cosas. Se convierten en cosas diferentes si utilizamos diferentes palabras para definir lo mismo, porque con normalidad y según la cultura y el contexto en el que nos encontremos utilizamos descripciones distintas para cosas físicas distintas.

Sólo podemos pensar con las palabras que conocemos. Si en un idioma no existe una palabra para denominar o nombrar alguna cosa es porque esta no existe. Las realidades físicas se hacen imperceptibles cuando no existen palabras para nombrarlas.

Con el lenguaje pensamos y estructuramos nuestra inteligencia y nos ponemos en comunicación con nosotros mismos. Mediante él expresamos la realidad, utilizando para ello las palabras que son unas herramientas que tomamos prestadas sin ningún esfuerzo de nuestra herencia, que nosotros entregaremos a los que vienen detrás. Todo

lo remitimos a palabras. Las sensaciones y los sentimientos también. Es la conceptualización del lenguaje que se revela como un sistema ordenador del pensamiento, en el que las palabras y las frases se conforman como su extensión, porque con ellas se materializa (Rodríguez Estrada, 2002).

Con ello constituimos nuestro idioma. Con él pensamos y nos expresamos mediante la integración de un cableado de relaciones de conceptos. En muchas ocasiones del que apenas tenemos consciencia pero que adquiere significado al normalizarlo según un ordenamiento de codificación: “Hablar un lenguaje es tomar parte en una forma de conducta (altamente compleja) gobernada por reglas” (Searle, 1994:22).

Al estudiar la palabra hablada, no podemos obviar la radiogenia y la eufonía, tan significativas en el medio radiofónico.

La primera está relacionada con los rasgos expresivos vocales. Son los que responden a patrones emocionales cuya articulación es un elemento clave para provocar unas reacciones determinadas. Es así como se define como la capacidad que posee la voz humana para resultar atractiva, esto es, su posibilidad de atracción. Es una forma de difusión del discurso oral utilizando unas características tímbricas y un modo de articulación que resultan agradables para atraer a quienes lo escuchan al reclamar su atención.

Este término, de uso muy poco frecuente, es una derivación de palabras más utilizadas como telegenia o fotogenia que hacen referencia exclusivamente a la percepción visual. Su expresión podría articularse como fonogenia al referirse al universo de los sonidos.

Por su parte, la eufonía hace referencia, además de al valor que adquiere cada palabra por su propio significado, al expresivo que adquiere por su carácter estético y formal. Son los méritos adquiridos por ciertos vocablos por el simple hecho de resultar atractivos. Es un valor que concede carácter de aceptación, o rechazo, hacia los sonidos que resultan armónicos, y por lo tanto, es una consideración social que atiende a contextos determinados y modas, entre otros.

De esta forma, si la lengua se utiliza con armonía estimulando los sentidos y el ánimo se convierte en una excelente herramienta de transmisión debido, entre otros, a su viveza, la adecuada concatenación de conceptos, y la posibilidad de realizar representaciones sobre el mundo (Humboldt, 1990).

#### 4.2.4.- La articulación del discurso. La prosodia, la pragmática y la paralingüística

La radio se sirve de la lengua oral para representar y construir la realidad con la que se formarán las mentalidades e ideologías de su audiencia al convertirla en referencial. De esta forma, mediante el uso de un lenguaje que le es propio, produce y otorga significación a las manifestaciones culturales que inscribe en el aire sonoro a través de su representación. Las mismas que posteriormente serán captadas por las audiencias que, a su vez, las re-producirán iniciando de nuevo todo este proceso. Así, con la lengua, que no actúa como un simple espejo, se conforma la percepción del entorno al intervenir sobre la orientación y percepción que se tiene del mismo (Calero, 1999).

Por ello, observar el lenguaje con el que se producen los discursos radiofónicos se convierte en una tarea fundamental para analizar este medio. El análisis del discurso sonoro, así como las estrategias empleadas en su construcción, son factores elementales si queremos realizar una investigación que sirva para desentrañar qué se dice en la radio, cómo se dice y con qué intenciones. Todo porque el medio radiofónico utiliza el lenguaje como herramienta para materializar su contenido y a la vez, es un termómetro del propio lenguaje.

Para conocer cómo se articula el lenguaje radiofónico hemos de explicar tres conceptos: la prosodia, la pragmática y la paralingüística.

La prosodia radiofónica consiste en utilizar las reglas de la acentuación y pronunciación con las que acometer la materialización del discurso mediante la articulación de la velocidad, los silencios y las inflexiones.

De ella dependen la intensidad, el tono, el timbre y la duración de cada uno de los fonemas que se pronuncian, y por tanto, del conjunto de los mismos que forman las palabras y las frases. De esta forma, la misma frase pronunciada en diferentes tonos de

voz o enfatizando algunas palabras determinadas puede conseguir que se transmitan mensajes muy diferentes.

Así pues, no se trata de pronunciar una palabra tras otra sino de locutarlas dentro del conjunto de las frases a las que pertenecen como parte de ella, es decir, pronunciándolas y acentuándolas según las técnicas profesionales prosódicas.

Desde una perspectiva acústica se entiende, por ejemplo, que con la inflexión de la voz se marcan patrones de monotonía o alegría. Ocurre que mientras que el volumen alto indica dominio, extraversión, seguridad e incluso agresividad, el bajo implica tristeza, también sucede que una voz que varía poco en volumen no es interesante de escuchar y un tono ascendente es evaluado positivamente porque implica alegría y si decae, depresión (Caballo, 2002).

Por su parte, el uso de la pragmática posibilita que se pronuncie lo mismo pero con propósitos discursivos diferentes configurados según cada situación comunicativa. Con ella se explica el uso de la ironía y la metáfora, lo que implica una representación del discurso que potencialmente alcanza cierta complejidad en su decodificación según el contexto cultural, social y cognitivo.

Consiste en la consideración de los elementos extralingüísticos con los que determinar el uso del lenguaje:

“El estudio de los principios que regulan el uso del lenguaje en la comunicación, es decir, las condiciones que determinan tanto el empleo de un enunciado concreto por parte de un hablante concreto en una situación comunicativa concretas, como su interpretación por parte del destinatario” (Escandell, 1996:13-14).

Por ello, en cualquier análisis discursivo, como en el propiamente radiofónico, se hace necesaria la observación de los elementos utilizados desde la perspectiva de la pragmática:

“La comprensión de la lengua y del discurso implica no sólo la comprensión del contenido semántico de emisiones sino también la comprensión de su función pragmática, es decir, la función que los actos de habla cumplen cuando se usa la emisión en un contexto particular de comunicación” (Van Dijk, 1996:94).

La tercera propiedad a la que hacemos referencia en este apartado es la paralingüística.

La misma conforma el conjunto de señales que no nos informa exclusivamente de lo que se dice sino de cómo se dice, es decir, del acompañamiento que existe a la comunicación verbal pero desde la comunicación no verbalizada. Así, comunicamos el 55% de la información por el canal kinésico, el 38% por el paralingüístico y sólo el 7% por el verbal, siendo los dos primeros formas de comunicación de codificación no normativa por lo que la atribución de sus significados es muy subjetiva (Mehrabian, 2017).

Es muy difícil segregar el aspecto paralingüístico del lenguaje propiamente dicho ya que ambos aspectos, imprescindibles para comprender el mensaje, se complementan. Son señales que están definidas por los elementos que modifican el significado del mensaje que, pudiendo ser de muchos tipos y aunque generalmente hacen referencia al lenguaje no verbalizado, se manifiesta a través de factores emocionales como son los suspiros, las sonrisas, el llanto, el carraspeo o los gruñidos.

Específicamente en el medio radiofónico son difícilmente detectables en cuanto que este medio no utiliza una representación visual de los discursos.

#### 4.3.- La construcción y la representación a través de las ondas radiofónicas

En nuestra Sociedad de la Información los medios de comunicación adquieren categoría instrumental esencial y fundamental a través de los cuales se arma y se transmite el *hecho cultural* que, constituido como la materialización a través de la que se construye la realidad y su representación, se convierte en el paradigma sobre el que se otorgan categorías de validación, o no, del comportamiento de la ciudadanía.



Los medios son los que proponen unas pautas de comportamiento que adquirirán la categoría de referenciales porque *son modélicas* para la comunidad. En muchas ocasiones incluso construyéndolos artificialmente como sucede cuando muestran la vida de algunas personas (Burkle, 1997-1998; Menéndez, 2001). Son las herramientas que se utilizan para conformar la percepción de la realidad con las que obtener una visión del mundo, de los demás y también de nosotros mismos incluso estando construidas por intereses sesgados (Vera Balanza, 2004). De esta forma sucede con la publicidad ideológica que presenta un discurso que, además de ser fácilmente reconocible, impone unos sistemas de representación del contexto condicionado y determinado (Correa, Guzmán y Aguaded, 2000).

Los medios construyen una realidad que además está definida por ellos mismos (Beltrán, 1991). Incluso llega a conformarse como la *realidad informativa* (Moreno Sardá, 1998), de la que beben tanto la ciudadanía como otros medios. Se convierte en referente histórico de forma exclusiva y categórica, como acontece cuando se realiza un trabajo retrospectivo en el que se estudia la que los medios difundieron anteriormente aunque no sea la que haya acontecido en el plano de la realidad, por lo que se convierte en una construcción ideológica de la representación social.

De esta forma, la radio se convierte en la fuente de conocimiento de quienes la escuchan. De ahí la importancia de la representación que se hace de la realidad a través de sus espacios porque actúa de referencia en la obtención de legitimidad social. Son los significados construidos desde sus programas los que influyen sobre la percepción social que la ciudadanía, posicionada como *la audiencia*, adoptará mediante una actitud que será la que condicione su comportamiento. Todo ello porque entregando significado a los conceptos radiados y estableciendo su clasificación se les otorga valor.

En muchas ocasiones todo esto se efectúa mostrando de forma exclusiva una parte de la realidad lo que implícitamente conlleva que se oculte otra. Es cuando los medios se convierten en constructores de opiniones que al ser hegemónicas son utilizadas como instrumentos de poder para reforzar los valores dominantes que son esenciales en la producción de los discursos públicos (Van Dijk, 1990). De esta forma sucede, por ejemplo, con los grupos de población desfavorecida o los minoritarios que son asociados con problemáticas y aspectos negativos (Taibi, 2003). Y también, como en la

vida social, cuando quien porta el verbo forma parte de aquellos grupos que se encuentran en situaciones periféricas, que queda desacreditado, es el caso de la mujer si habla de género o sexualidad y del varón cuando lo realiza desde una posición que no es la heterosexual (Moreno y Pichardo, 2006).

Un hecho, que como parte de un orden social, puede ser perpetuado por los medios al reproducirlo en sus discursos porque:

“Los medios de difusión social parecen limitarse a una función de modestos catalizadores, reforzantes o activadores de actitudes sociales que existen, más o menos latentes, en la masa de sus destinatarios” (Gubern, 1988:311).

Teniendo en cuenta todas estas reflexiones vamos a exponer cómo es la representación que el medio radiofónico realiza de la realidad, observándola tanto desde la perspectiva del género como de la orientación del deseo. Consiste en la observación del discurso que versa sobre el universo masculino y el femenino, tanto en su orientación heterosexual como homosexual, y otras, exponiendo cuáles son sus modelos referenciales. Todo ello considerando si se producen diferencias al respecto y el grado de equidad con que se muestran.

#### 4.3.1.- Los varones y las mujeres. El discurso de género

“La mujer vende...porque ella es la que compra. La mujer, para la publicidad, es la compradora por excelencia, y la mayor parte de los spots publicitarios se dirigen o están protagonizados por mujeres” (Macía Mercadé, 2000:283).

Por regla general, se observa que en los medios de comunicación se realiza una representación de la mujer vinculada a un ámbito privado-doméstico, mientras que los varones se presentan de forma activa dominando la vida política y social y muy poco o nada vinculados al mundo emocional (Chaher y Santoro, 2010).

“Los medios clásicos, prensa, radio y televisión y los lenguajes persuasivos del cine y de la publicidad han generado una representación estereotipada de la mujer que la han configurado como vestales del templo doméstico, reinas del

hogar, abnegadas madres, esclavas de lo cotidiano, objeto de deseo, cuidadoras de su prole, obligadas a ser y a estar bellas dentro de los cánones de la dictadura publicitaria” (Moreno y Correa, 2012:90).

Todo ello conforma que los discursos mediáticos de la especificidad del género sean asimétricos, ya que a ellos se les otorga un papel de sujetos activos, es decir de superioridad, mientras que a ellas de objetos pasivos o inferioridad.

De esta forma, la mujer aparece valorada por su capacidad de reproducción:

"Al representar el cuerpo femenino en una eterna juventud, no sólo se niegan las edades, sino se afirma que no hay más que un ciclo vital válido: el de la etapa reproductiva. El cuerpo se configura en destino, en un destino que niega el envejecimiento, que niega el devenir mismo. La mujer muere no cuando deja de latir su corazón, sino cuando su cuerpo deja de ser objeto del deseo del otro" (Moya, 2005:4-8).

Concretamente, en los medios impresos de tirada diaria ellas aparecen como víctimas, adornos y dinamizadoras culturales (Musitu, 1996).

Un ejemplo característico de todo esto, que además se convierte en representativo, es el de aquellos espacios de corte informativo en los que se trata la actuación política de una ministra. En este caso lo más frecuente es que se nos informe del elegante vestido que utiliza y, si se la entrevista, se le preguntará por su conciliación de la vida familiar y profesional. Dos aspectos que no se consideran sobre un ministro. Todo esto conlleva un fortalecimiento de las referencias de los roles tradicionales (Lorente, 2001).

Al respecto, encontramos el área de trabajo titulada *La mujer y los medios de comunicación* de *La Plataforma de Acción* celebrada en Pekín en 1995 y aprobada por la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer que se celebró con la participación de 189 estados miembros de la Organización de las Naciones Unidas. Su conclusión principal fue que los medios acometen un tratamiento de la mujer de forma sexista al representar el universo femenino situándolo en una posición de degradación con respecto al masculino. Esto llevó a visibilizar esta circunstancia y que muchos países se

comprometieran teóricamente a corregirla aunque posteriormente no sucediera así y quedara desatendida (ONU, 1995).

Un dato relevante es que en la prensa dedicada a la información las mujeres aparecen solamente entre un 7% y un 9% (Secanella y Fagoaga, 1984). Precisamente el término *censura de género* ha sido acuñado para referirse a la invisibilización del mundo de las mujeres en los medios cuando la excluyen del discurso político para, entre otras consecuencias, evitar que ejerzan sus derechos (Gallagher, 2012). En este sentido: “Se informa poco y tarde, con prejuicios sexistas y, a veces, con un lenguaje poco respetuoso” (Menéndez, 2001:77-96).

Con respecto a la labor profesional de las mujeres, las periodistas en general suponen casi un 30% de la plantilla de las empresas mediáticas (Gallego, Del Río y Serra, 1993), ocupando solamente un 25% de los cargos de responsabilidad de empresas de comunicación (Franquet y Arias, 1991).

Aunque se ha producido un avance al respecto de la participación de la mujer en los medios de comunicación, esta no se iguala a la de los varones, sobre todo en referencia a puestos de categorías laborales superiores. Sólo el 35% de los países producen estadísticas de género. Un informe mundial que abarca a 59 países y 522 organizaciones de medios de comunicación concluyó que, aunque las trabajadoras en estos medios se ha duplicado en los últimos 16 años, llegando a ser del 35%, las mujeres representan solamente un cuarto del porcentaje de los cargos directivos (ONU, 2015).

Si acotamos nuestra observación sobre la labor de la mujer específicamente referida al medio radiofónico, y más concretamente al español, no podemos obviar sus orígenes. En este sentido hemos de referirnos a la periodista, corresponsal de guerra y escritora Teresa de Escoriaza (1891-1968) que, bajo el seudónimo de nombre varón Félix de Haro, fue la primera persona que lanzó un discurso feminista a través de las ondas de Radio Nacional de España (Palenque 2006; Fernández Sande, 2005).

*Ilustración 1. Teresa de Escoriaza ante el micrófono para difundir su discurso. Fuente: <http://elmediosonoro.blogspot.com/2008/11/teresa-de-escoriaza.html>*



En este mismo sentido, también nos gustaría destacar a María de los Ángeles Fernández García porque, según los datos históricos documentados, fue la primera mujer que se colocó a los mandos del manejo de un control de sonido ejerciendo como técnica de radio hasta su jubilación en 1965 (Marteles, 2006), una labor que sabemos por experiencias personales que todavía sigue en manos masculinas en gran medida.

Sobre el tratamiento que ha recibido la mujer en la radio española, sus comienzos se encuentran en los espacios dirigidos específicamente a un público femenino, cuyo objetivo era el de la salvaguarda de los valores de la mujer tradicional. De esta forma, en ellos se incluían secciones como estética, consultorios, moda y repostería, entre otros. Incluso llegó a existir una *Radio Fémina*. Todo ello desembocó posteriormente en el que ha ocupado el lugar de la categoría referencial en cuanto a los espacios dedicados

íntegramente a la mujer. Fue *El consultorio de Elena Francis*, emitido desde 1948 hasta 1984. También se difundieron las famosas radionovelas: *Ama Rosa*, *Lucecita* o *Simplemente María* en cuyos capítulos aparecían representadas las mujeres con roles asociados a la sumisión, humildad y mansedumbre, sin dejar lugar a su cuestionamiento, y que respondían a patrones de una sociedad marcada por el patriarcado (Legorburu, 2007).

Durante el periodo del primer franquismo el papel con el que la mujer quedaba representada le cerraba la posibilidad de independizarse a través de su promoción profesional al situarla como madre y directora del hogar.

En este sentido, encontramos desde la emisión dominical de Radio Nacional de España del espacio titulado *Minutos para la mujer* posteriormente a la transmisión de la Santa Misa (Munsó, 1988), hasta Radio Corazón, la precursora de la actual Cadena Dial, que originalmente se especializó en información específica para la mujer, incluyendo boletines informativos, música sobre todo cantada en castellano y seriales dramáticos, se trataba de unos contenidos que fueron tachados popularmente de *revistero* (Pedrero, 2000).

Realizando la búsqueda bibliográfica de este trabajo de investigación, hemos encontrado el análisis realizado del guion de un programa titulado *Cascabel*, emitido en 1945, en el que se cuenta que:

“La mujer de la época estaba destinada a permanecer en el hogar, subordinada, esperando al “hijo, padre o marido” y permitiéndose ciertas veleidades lúdicas destinadas, en última instancia, a convertirla en mejor mujer para su familia y para el régimen” (Gómez García y Gil Gascón, 2010:137).

Una relación de funciones y roles que quedaban establecidos como propios de la mujer, que le pertenecían a ella, y que debía asumir.

Como sucede en la actualidad, cuando seguimos escuchando que su espacio es el de los asuntos estéticos, el del cuidado de su aspecto físico, el de la vestimenta y la moda textil. Precisamente los estudios indican que existe una relación entre aquellos mensajes

en los que se difunde el ideal de la delgadez y cómo lograrlo con la mujer, porque ella es la implicada en mayor medida en este tipo de discurso, incluso provocando con mayor probabilidad el desarrollo de conductas alimentarias desordenadas y de preocupaciones sobre el sobrepeso en las oyentes (López-Guimera *et al.*, 2010).

De esta forma, la mujer ha sido asociada al papel de servidumbre y cuidadora de los demás, negándole la reivindicación laboral y atada a la sumisión, sin dejarla escapar del entorno privado en sus relaciones.

Las categorías y las normas de género son recursos utilizados para el fortalecimiento de los estereotipos sobre la feminidad y la masculinidad mediante la construcción y deconstrucción de los significados de género y las formas lingüísticas de las que surgen también las identidades a partir de la performatividad del poder (Greco, 2012).

Como acontece en referencia a la radio estadounidense, que ha descuidado en gran medida al género femenino manifestado entre otras cuestiones a través de una representación escasa de profesionales y del tratamiento calumnioso que han sufrido los asuntos relacionados con el feminismo (Veerkamp, 2014).

Es una manera de que las mujeres se vean asociadas con la fragilidad y la dependencia. Aparecen representadas como las actrices secundarias que acompañan a los actores protagonistas cuya misión es la tarea de hacer historia.

Se conforma así una representación planteada de forma sistemática que, por difícil que parezca, podría modificarse. También mediante la participación de los medios de comunicación.

En este sentido encontramos un estudio que examina el poder performativo de los medios mediante el análisis de la cristalización del discurso sobre la crisis de feminicidio producida durante junio de 2015 en Argentina, y su irrupción además en campaña electoral. El mismo concluye que mediante el discurso mediático se produjo un cambio en las relaciones sociales entre hombres y mujeres tan arraigadas en Latinoamérica que arrastró a diversas esferas del contexto social, político, cultural y a la ciudadanía. Ello reformuló el feminicidio, lo que condujo a considerar que la violencia

contra las mujeres componen un acto contra toda la sociedad, no exclusivamente hacia ellas, al representar una acción agresiva hacia los valores democráticos de la ciudadanía por parte de la cultura machista. Así se convirtió el feminicidio en una causa que afecta a todos (Luengo, 2018).

Es así como en los espacios deportivos que ocupan una gran parte de su tiempo al conocido como el deporte rey, el fútbol, conformados como un lugar de encuentro de mayoritarias audiencias masculinas:

“Se generaliza la presencia de mujeres como corresponsales en los espacios de carrusel, locutoras que leen resultados, redactoras que siguen entrenamientos, se encargan de la información de vestuarios y de las entrevistas en la zona mixta, actúan como reporteras en las bandas” (Castañón, 2009:167-200).

En conclusión, nuestro contexto social y cultural está referenciado en el androcentrismo, también en la asignación de roles basados en el género, unas circunstancias tan determinantes que el entendimiento que realizamos de nuestro entorno queda reforzado por el apoyo que los medios ofrecen a una ideología dominante basada en una cultura patriarcal, también en lo lingüístico (Quin, 2012).

#### 4.3.2.- La construcción tímbrica asociada al género

El estudio del timbre vocálico se vuelve en objeto fundamental de observación en una investigación como la nuestra. Todo porque en la misma queremos analizar la forma en la que se manifiesta el género, también a través del uso de la voz con la que se materializan los discursos radiofónicos.

Por ello, vamos a exponer las diferencias y/o semejanzas que existen con respecto a sus propiedades tímbricas según sea el género de la persona que la proyecta y con qué valores sociales se relaciona, esto es, la interpretación a la que se somete según los prejuicios culturales.

Si atendemos a criterios biológicos las diferencias objetivas entre la voz femenina y la masculina responden a las diferentes longitudes y grosores de las cuerdas vocales, al



tamaño de la laringe y a la resonancia de las cavidades bucales. Por ello, la primera se encuentra en una escala de tonos altos o agudos y la segunda en la de bajos o graves.

Por lo general, la voz de las mujeres tiene un timbre con un patrón de frecuencias que se sitúa en una escala más alta, entre 165Hz y 225Hz, que la de los varones, entre 85Hz y 180 Hz, lo que consigue que las primeras posean una voz más aguda que los segundos, que es más grave. Todo esto conforma la existencia de una diferenciación tímbrica de las voces por razón de género que responde a unos patrones biológicos sexuales.

Pero sobre estos parámetros de origen natural actúan otros que son culturales. Estos intervienen como agentes evaluadores sobre una persona, bien aceptándola, bien rechazándola, según se ajuste su voz a unos patrones aceptados socialmente como los ideales. De esta forma sucedía, por ejemplo, con las voces que los nativos utilizaban para interpretar sus composiciones musicales en las colonias que, al ser construidas para el uso exclusivo de ellos, los colonizadores no entraban en un intercambio cultural con ellas lo que obviaba su exclusión (Bonefant, 2010).

En lo relativo al género, la voz es utilizada como un instrumento facilitador de su construcción durante el proceso de la configuración de la identidad de género. Es un recurso de integración personal, y de identificación y catalogación por los demás.

Con respecto a los diferentes timbres y frecuencias que existen entre las voces masculinas y femeninas se debería realizar una segregación entre las que son de orden genético o biológico y aquellas que se adquieren socialmente. En muchas ocasiones estas últimas quedan camufladas como si pertenecieran a las primeras.

Hay autorías que consideran que sobre la circunstancia biológica y objetiva, que diferencia tanto el tono como el timbre de las voces de mujeres y hombres, prevalecen las subjetivas como producto de los contextos culturales y sociales:

“Aunque hay unas bases anatómicas para la diferencia de las voces masculinas y femeninas, el valor que se asocia a esas diferencias es un hecho sociocultural tan importante que incluso provoca que niños niñas *pongan* voz de hombres o de mujeres antes de que anatómicamente su aparato fonador se haya diferenciado.

Lo que esto nos muestra es que también la voz es un elemento en la construcción de la identidad personal. El valor que se asocia a las cualidades de las voces está íntimamente relacionado con los papeles que socialmente se asignan a hombres y mujeres. Así la *voz pública* apropiada es una voz grave, es decir masculina, mientras que una voz aguda se considera inadecuada” (Tusón, 1999:90).

Graddol y Swann (1989) explican en sus investigaciones la relación que existe entre los diferentes tonos y timbres de voz y la implicación subjetiva que se relaciona con el género. Cuentan que Margaret Thatcher<sup>6</sup> recibió clases, cuando llegó a ocupar la presidencia del Reino Unido, para modular y modificar su voz. Se trataba de que lo hiciera consiguiendo una voz con tonalidades más graves, o de frecuencias más bajas, imitando en lo posible la voz masculina porque esta es considerada como más influyente, convincente y segura que los tonos más agudos propios del sexo femenino.

Entonces, si como ya hemos explicado en el apartado correspondiente de este mismo trabajo de investigación entendemos, por una parte, que el género es una construcción de orden social y, por otra, que la voz es un instrumento fundamental para la conformación de su identidad, podemos afirmar que las cualidades tímbricas asociadas a él pueden ser construidas de acuerdo también a su valoración social.

Así, cerca de las valoraciones sociales que adquieren las voces comprobamos que:

“En nuestro entorno, por ejemplo, se valora más para el uso público una voz grave que una voz aguda, ya que la primera se asocia con la seguridad, la capacidad de tomar decisiones de carácter público, y esto no es extraño puesto que la voz grave es la típicamente masculina y adulta y es la voz de los hombres la que históricamente ha ocupado los espacios públicos en nuestras sociedades” (Calsamiglia & Tusón, 2001:54).

Las voces que son más agudas son percibidas de forma más negativa que aquellas que son más graves, hasta la consideración de que las que poseen tonalidades demasiado

---

<sup>6</sup>Margaret Thatcher fue Primera Ministra del Reino Unido desde 1979 a 1990. Se ganó el sobrenombre de *Dama de Hierro* por su determinación y carácter. Durante su mandato defendió la no intervención del Estado en los asuntos económicos, una cuestión que dividió a la clase política (Canal Historia, 2019).

altas resultan chirriantes y por ello son despreciadas. A los hombres con voces graves se les considera más realistas, maduros, sofisticados y bien adaptados, mientras que a las mujeres con estas mismas características se las tiende a juzgar como toscas y masculinizadas (Knapp, 1982).

“Generalmente las ‘voces profundas y graves’ se relacionan con seguridad personal, fuerza o firmeza; mientras que la voz más aguda sugiere inseguridad, debilidad e indecisión” (Cuéllar & Francos, 2008:170).

Todo esto constata la supremacía de lo masculino sobre lo femenino, también en lo referente a la voz. Por ello, en un entorno en el que las características asociadas a lo masculino son sobrevaloradas porque representan el poder y la fuerza mientras que lo femenino lo es de la inseguridad y la debilidad, podría acabar llevando a las mujeres a adoptar el estilo masculino si queda entendido y asimilado como el único referente en el que reflejarse cuando se quieren alcanzar el poder y el éxito (Wodak, 1997).

Es así como estas valoraciones son asumidas y utilizadas por los medios de comunicación cuando su objetivo es conseguir que sus contenidos posean un alto grado de aceptación, valoración y verosimilitud por parte de quienes los consumen, por ejemplo, como sucede cuando han de diseñar el espectro vocal de los personajes que construyen para interpretar sus narraciones. De esta forma, se puede comprobar que con el doblaje intencionado de largometrajes y series se mantienen y refuerzan los estereotipos de género según los patrones asumidos socialmente, todo por el empeño de satisfacer las expectativas de las audiencias (Fasoli, Mazzurega, & Sulpizio, 2017).

Otro claro ejemplo del valor que los medios conceden a las voces, según una diferenciación de género, se encuentra en la publicidad. Generalmente, como conclusión de una gran parte de los *spots* televisivos y de las cuñas radiofónicas, aparece una locución leída por una voz masculina que cierra el argumento expuesto en los mismos. Es la de un varón de tono y timbre graves, la mayor de las veces exagerados, que aportan seriedad y confianza sobre el producto que se anuncia y pretende vender. Es conocido que en la publicidad no existe lugar para la improvisación, todo está medido. Las reglas publicitarias exigen que este último argumento oral pronuncie el nombre del producto junto a un eslogan que lo adorna y califica.

Con respecto al medio radiofónico encontramos un estudio llevado a cabo en 2001 sobre el grado de aceptación las voces según sus características tímbricas utilizadas en los informativos. Un 80% de los preguntados consideraron más agradables las de orden más grave porque fueron asociadas a la credibilidad, seguridad, tranquilidad y veracidad de las informaciones con que se ofrecen. En cuanto a las femeninas no existió tanta rotundidad. La voz más valorada fue la más grave pronunciada por una mujer. Si con respecto a los hombres se valoraron más las voces más graves, con las mujeres no lo hicieron en igual medida las más agudas, sino las que se encontraban en tonos medios altos, es decir, con una tonalidad algo más baja que las agudas. En el caso de los varones estas eran desechadas por resultar desagradables. Las personas que decidieron que la voz más grave era la más agradable argumentaron sus reflexiones así: “Se trata de la voz con más claridad que no habla ni muy alto ni bajo. Les gusta la voz grave. Es la voz más apropiada para la radio. Resulta convincente, comunicativa, segura, cercana y directa. Transmite sensaciones de credibilidad y tranquilidad y no es estridente”. En cuanto a las voces menos valoradas fueron las más agudas pronunciadas por hombres (70%) porque, según afirmaron quienes fueron preguntados: “Se trata de la voz más fría, aburrida y nerviosa; una voz que parece de niño y llega a resultar incómoda. No es habitual en informativos y no impone autoridad ni seriedad”. Con respecto a la voz femenina menos valorada poco más de la mitad de la muestra escogió la más aguda argumentando: “Es la voz más femenina, ágil, dinámica y aniñada, carente de credibilidad y seguridad”. Las conclusiones de este estudio afirman que los discursos que resultan más agradables son los que son leídos con voces graves siendo este un factor determinante en los locutores y sólo considerable en las locutoras (Rodero, 2001).

Ya Salvador Raurich en 1926, crítico de la revista Radio Barcelona que editaba la emisora del mismo nombre, entonces conocida como estación y que posteriormente se convirtió en el origen de la Cadena SER, solicitaba la inclusión de voces femeninas para embellecer las emisiones. Su objetivo era el de embellecer la parrilla, que contaba hasta esos momentos con voces masculinas exclusivamente:

“Una bien timbrada voz femenina parece sonar mucho más grata, más acústicamente fiel al oído, por vía éter, que las graves y adustas sonoridades del órgano vocal masculino. Quizás podríamos encontrar la razón acústica de este fenómeno aparente buscando similitudes o afinidades en el campo de los

instrumentos musicales [...] parece como si las audiciones de EAJ-1 resultan más transparentes, más poéticas, más luminosas, más floridas...[se refiere al momento en que las mujeres han llegado a la locución]” (Espinosa, 2011:116).

En consecuencia, si los medios de comunicación trabajan sus contenidos desde un enfoque androcéntrico de la sociedad utilizándolo como referente sobre el que se han construido y re-construido las representaciones del género, también en lo que respecta a las voces de quienes participan en ellos, no se puede obviar que existe una correspondencia unidireccional que queda instaurada ubicando al varón, y su timbre vocálico, como adjudicatario del poder y a la mujer, y su tonalidad vocal también, como aceptadora de la sumisión:

“El locutor construirá una voz mucho mejor aceptada por los oyentes siempre que procure hablar situándose acústicamente en torno a sus registros más graves. Es decir, siempre que sitúe el tono modulador en la zona más baja de su tesitura. Esta afirmación es válida tanto para las voces masculinas como para las femeninas” (Rodríguez Bravo, 1989:258).

Es así como la voz, al igual que otros rasgos definitorios del género, sufren su masculinización en aras de una mejor validación social. En la era de los medios electrónicos se han modificado algunas de las propiedades vocales que eran las asignadas a cada género según unos parámetros clásicos anteriormente, hasta tal medida que la relativa a las mujeres se llega a articular con unos tonos más profundos, debido en parte al acceso de esta a los contextos públicos, mientras que los varones están siendo cada vez más presionados para que adopten las características femeninas al respecto si desean alcanzar el éxito en su labor profesional (Karpf, 2006).

#### 4.3.3.- El discurso LGTBI

Sobre la representación de los grupos LGTBI tanto en los medios de comunicación en general como en el radiofónico en particular existe escasa documentación.

Aunque se comprueba que existe una progresiva incursión de temáticas sobre el género y la sexualidad en los medios de comunicación, en líneas generales, las conclusiones a

las que los diferentes estudios llegan es que la alusión que los medios realizan sobre estos colectivos es muy pequeña, si la comparamos con respecto a otros grupos sociales.

El poco interés mostrado por los medios y la novedad que supone en aquellos que sí los consideran hace que la inclusión de informaciones noticiables sobre asuntos referentes a ellos ocupe poco espacio o tiempo. Es la inclusión de noticias o acontecimientos, al menos en parte, de quienes han sido marginados históricamente. Es la nuestra una sociedad heteronormativa que considera a los no heterosexuales como elementos indeseados o inapropiados (Butler, 2007).

Es el reconocimiento como valor hegemónico, exclusivo y excluyente, de la heterosexualidad al otorgarle a esta valores de admisión y aceptación sobre el que se erigen todos los juicios que se elaboran de quienes pertenecen, o quieren pertenecer, a esta sociedad. Es el silenciamiento que sufren ciertas comunidades por encontrarse dentro de un grupo de personas las cuales o bien poseen un comportamiento, o una actitud, o bien son poseedores de unos valores que la sociedad no acepta. Estos grupos sufren marginalidad por parte de una sociedad regida por unas normas uniformes basadas en la convencionalidad y en la homogeneidad regida desde los grupos de poder que no aceptan a quienes son diferentes y su forma de actuar.

Además, como certificamos en esta misma redacción, las escasas menciones se reducen exclusivamente a referenciar a la homosexualidad masculina, lo que excluye a las otras alternativas que conforman las siglas LGTBI como son el lesbianismo, la transexualidad, la bisexualidad y la intersexualidad, y demás. Sin embargo, aún así la ciudadanía puede recurrir a programaciones específicas con contenido en medios como la televisión, la radio, la prensa o sitios *web* y otros que han sido diseñadas, producidas y comercializadas para audiencias LGTBI.

Por su parte, la representación del lesbianismo en los medios queda invisibilizada de tal forma que se borra por lo que parece que es una opción que no llega a existir, formando esto parte del mantenimiento de un *statu quo* como estrategia de poder cimentada en la jerarquía y en la desigualdad de género para evitar una ruptura de las estructuras clásicas (Gimeno, 2008). Tanto en el teatro como en las canciones populares, cómics, programas de televisión y radionovelas, podemos encontrar una tradición de

representaciones de diferentes personajes cómicos homosexuales, o presuntamente homosexuales, que con frecuencia son varones (Melero, 2014).

Sobre el tratamiento tanto de la homosexualidad masculina, como del lesbianismo, podemos afirmar que es de forma caricaturesca, dramática o exótica (Moya, 2004), siendo la realidad que los medios periodísticos muestran sobre estas relaciones, en los que es todavía un tema tabú, de desigualdad con respecto a las heterosexuales (Carratalá, 2011a).

Las informaciones sobre la homosexualidad son tratadas como un rasgo de anormalidad y aparecen incluidas dentro del grupo de personas vulnerables, al igual que los discapacitados, constituyendo de por sí el núcleo de la noticia (Labio, 2006). La circunstancia de la referencia que se hace, al menos, los visibiliza aunque la mayoría de las noticias que se encuentran versen sobre salidas del armario. Los medios consideran que este hecho es noticiable y dedican páginas o minutos a ello.

Este tipo de orientación del deseo está asociada con asuntos cargados de frivolidad, de morbosidad o incluso regida por la experiencia de la injuria (Vázquez & Cleminson, 2003). También aparece fuera de los márgenes normativos y, en consecuencia, en contra de las costumbres sociales, porque lo que se privilegia es la heterosexualidad favorecida por los medios (Sampedro, 2008).

Una de las circunstancias que nos ha llamado la atención es la que acontece cuando aparece el término *metrosexual* en los medios para definir a un tipo de varón. Al mismo a quien se le atribuye una orientación homosexual porque es relacionado con la feminidad. Por eso, muchos metrosexuales son categorizados como homosexuales lo que provoca que oculten que lo son, y son los medios de comunicación a través de la publicidad, quienes se encargan de marcar las diferencias para que aquellos varones que deseen cuidar su aspecto físico no sean considerados como no heterosexuales (Rey, 2009).

Los medios adoptan una posición economicista de *lo gay* al convertir a los homosexuales exclusivamente en sujetos consumidores, y por tanto en potenciales clientes, de unos productos y servicios que se ofertarán como exclusivos para ellos, es

decir, son un objetivo consecuencia de una construcción potenciada al que puedan dirigirse los mercados económicos y no elementos de una comunidad preexistente e inherentes al activismo socio-político (Sender, 2004:5). Al respecto, un estudio específico sobre las aplicaciones para citas homosexuales masculinas expone que en los casos estudiados se manifiesta ambigüedad tanto en el dominio de los perfiles como en la abundancia de las conexiones, concluyendo que existe toda una ambivalencia, fruto del mercado neoliberal y de las prácticas de consumo que imperan en este contexto (Chan, 2017).

En los últimos tiempos los medios de comunicación, como tecnologías de producción de lo visible, han llevado al límite la producción performativa de la identidad sexual, es una operación de producción de subjetividades mediante la inflación de la representación que puede ser denominada como de identidad-realidad frente al ocultamiento imperante anteriormente, lo que llega a constituirse como un régimen de hipervisibilidad (Carrillo, 2004).

Con respecto al universo radiofónico específicamente, encontramos que el primer programa sobre contenido homosexual en España, presentado a la audiencia como tal, tuvo lugar en Radio Gramenet, emisora municipal de Santa Coloma, el miércoles 24 de enero de 1983 de 11 a 12 de la noche, su título fue *La hora gay* (Petit, 2003).

Y así, el propio Jordi Petit, refleja la forma en la que apareció su reseña en la prensa, concretamente en la edición de *El Periódico* de esa misma fecha:

"Barcelona. A partir del próximo miércoles, comienza una nueva experiencia en la radiodifusión catalana: de las 11 a las 12 de la noche, en Radio Gramenet (emisora municipal de Santa Coloma) se realizará la primera emisión del programa *La hora gay*. Se trata de un espacio semanal de temática homosexual, que está presentado y realizado por miembros del Front d'Alliberament Gai de Catalunya. El programa se estructurará en tres bloques: Información, con noticias nacionales e internacionales; El tema, que consistirá en un debate con invitados en el estudio y participación telefónica de los oyentes, y Agenda, comentarios de libros, espectáculos, música y direcciones de interés. Estas



emisiones podrán escucharse en el 102.6 del dial de FM, en localidades cercanas a Santa Coloma y en la mitad de los barrios barceloneses" (Petit, 2003:214).

*Ilustración 2. Recorte de la noticia sobre el primer programa de radio en España con contenido específicamente homosexual que apareció en El Periódico el 24 de enero de 1983. Fuente: <http://visitgaybarcelona.com/historia-gay/movimiento-gay-en-espana-en-los-80/>*



Fuera de nuestras fronteras, y en referencia al territorio de Gran Bretaña, el programa *Male Homosexual* fue de los primeros espacios radiofónicos al respecto. Se trataba de un programa de radio grabado en 1963 y emitido dos años más tarde por la BBC que fue coproducido por Michael Schofield bajo el seudónimo de Gordon Westwood quien entrevista a seis varones homosexuales cuyas identidades se ocultaron (Pullen, 2012). Esta circunstancia ofrece mucha información del tratamiento que recibieron y de su representación mediática, ya que, entendemos que se oculta lo que desagrada.

Por su parte, durante los 50 y 60 del pasado siglo se incluyó a personajes LGTBI, muy estereotipados, en las comedias radiofónicas *Beyond our Ken* y *Round the Horne*, ambos también de la BBC (Vincent, 2016).

Sobre los medios estadounidenses y su reconocimiento acerca de la diversidad y su visibilidad o construcción mediática aunque con escasa dedicación al medio radiofónico y una mayor atención al cinematográfico, televisivo y a la prensa escrita, encontramos *Up From Invisibility: Lesbians, Gay Men, and the Media in America* (Gross, 2001).

El presidente de este país George W. Bush estableció un argumento contra el matrimonio entre personas del mismo género en un discurso de radio de 2006: "En nuestra sociedad libre, las personas tienen derecho a elegir cómo viven sus vidas". Posteriormente, el presidente Barak Obama ofreció una refutación humorística de eso, bromeando en un evento de recaudación de fondos del Comité Nacional Demócrata 2011, al afirmar que había creído en la igualdad toda su vida: "No tuve elección; Nací de esa manera" (Coe, Bruce & Ratcliff, 2017).

De los estudios sobre la situación actual, análisis y evaluación crítica de los medios electrónicos homosexuales en Estados Unidos, Gran Bretaña y Australia encontramos las obras: *Queer Airwaves: The Story of Gay and Lesbian Broadcasting* (Johnson & Keith, 2014), y *Broadcasting it: an encyclopaedia of homosexuality on film, radio and TV in the UK. 1923-1993* (Howes & Sherrin, 1993).

En reglas generales, los estudios específicos sobre los contenidos gay en la radio establecen una clasificación de los mismos que atienden a los siguientes géneros y formatos: gueto, música, drama, comedia, programas basados en llamadas telefónicas, entrevistas y publicidad dirigida a un público muy concreto, entre otros (Beck, 2006).

#### 4.3.4.- La construcción tímbrica LGTBI

Si ya hemos observado que el género está asociado a una calidad tímbrica vocal determinada, también la voz es un parámetro más que interviene en la representación de la orientación del deseo a través de su identificación tímbrica.

La evidencia de la necesidad de construir unas voces determinadas con las que realizar una representación, en este caso de la orientación del deseo, acontece en el momento en el que se fabrica una ficción dramatizada mediante su selección, según diferentes tonalidades e intensidades, según sean los personajes que intervienen en ella.

Así, las preferencias de la audiencia acerca de la manera en la que deben representarse los personajes de producciones audiovisuales desde la interpretación, según las características de sus voces, revela que cuando se trata de uno masculino no debe ser contaminada con el de una voz que tenga matices de feminidad, ya que debe sonar como

la propia de un heterosexual, según dictan los cánones de su estereotipación. Por otra parte, si dicho personaje es gay debe sonar desde los patrones marcados socialmente como tal, sin embargo, si se trata de una lesbiana la audiencia opina que no existen unos rasgos tímbricos que sirvan para identificarla en la ficción porque tampoco existen en la realidad (Fasoli *et al.*, 2017).

Al analizar la asociación que se establece entre los colectivos LGTBI y su representación mediática a través de la interpretación de sus voces, hemos de ocuparnos expresamente de las personas transexuales. Ellas han de construirse y re-construirse en su forma de actuar de acuerdo a su nueva adquisición de género. También con respecto a sus voces.

De esta manera, la transexualidad ha de producir una voz que vaya asociada al género nuevo de identificación. Bien mediante actuaciones quirúrgicas (actuando sobre el aparato fonador con cordotomía, laringoplastia, glotoplastia, etc.) o bien mediante la reeducación de la misma utilizando técnicas de aprendizaje vocal para conseguir una estética que la adecue a la imagen que está asociada a su género (Casado, O'Connor, Angulo & Adrián, 2016).

Consiste en construirla no exclusivamente en referencia a las tonalidades, más agudas o graves, sino que hay que acompañarla de otros factores determinantes como son la entonación y la melodía, entre otros, fruto de la articulación de los músculos para conseguir su elasticidad y resistencia (Saucá i Balart, 2017). Así, se puede conseguir feminizar la voz según unas técnicas aprendidas y adquiridas por emulación (Casado, 2017).

Esto constata, una vez más, que el género es un constructo que se edifica según unos convencionalismos adquiridos a través del aprendizaje, como ocurre con la educación vocal. De esta forma, una persona transexual, que nació con el sexo biológico equivocado y que se reconoce con el nuevo que adquiere, necesita identificarse plenamente con él también cuando hable. Para ello tendrá que aprender a utilizar su nueva voz. La misma a la que dotará de unas propiedades concretas que son las que la sociedad ha decretado como las apropiadas para su género. Con ellas lo construirá para alcanzar una identificación plena para consigo misma y para anunciarla a los demás.

Es así como habría que esperar que se escuchara un timbre vocal específico como forma de la expresión concreta con respecto al género *queer* se refiere (Bonfant, 2010).

De esta manera, en términos de la propia *Teoría Queer*, la utilización de la terminología de la gama vocal de los cisgéneros tiende a negar la experiencia y la expresión de género individual del cantante transexual por lo que existe la necesidad de ampliarla aplicando términos diferenciadores como son barítono híbrido, trans o tenor variante (Constansis, 2013).

## **CAPÍTULO 5. El estado de la cuestión**

En este apartado se va a dar cuenta de las investigaciones que se han desarrollado en el universo radiofónico sobre el tratamiento y la representación tanto del género como de la orientación del deseo, objetos de este trabajo de investigación.

La primera circunstancia con la que nos hemos encontrado en la búsqueda de información al respecto es que la radio es uno de los medios menos estudiados (Gill, 1991). Así, lo radiofónico ha quedado olvidado frente a otras formas de comunicación también masivas que han sido analizadas en mayor medida:

“Los estudios sobre los medios arrancan de la prensa, como el prototipo más significativo de ellos, y después entran a considerar la televisión, olvidando en muchos casos la importantísima existencia de la radio” (Lozano Bartolozzi, 2006:113).

En este contexto encontramos un estudio muy interesante que corrobora lo anterior. Es el que realiza la investigadora Emma Rodero, amante incondicional del medio, acerca de la producción bibliográfica sobre la radio entre los años 2006 y 2008 en el que resume los contenidos de 23 libros y casi 40 artículos, y del que afirma:

“El medio pobre, al que no sólo se dedican menos estudios sino menos recursos, personal y, en definitiva, atención. La radio es casi siempre la gran olvidada. Y así, proliferan las reflexiones sobre el poder de la televisión o el cine, sus usos, su lenguaje. Abundan los estudios sobre la prensa, sus efectos, su historia. En cambio, la bibliografía dedicada al medio, las investigaciones que la convierten en protagonista, son siempre más escasas” (Rodero, 2009:98-126).

Además, Rodero haciendo referencia a la revisión bibliográfica que realiza Jones para el año 2004 sobre producción bibliográfica y hemerográfica especializada en el análisis de los fenómenos comunicativos y culturales, explica que en el apartado radiofónico aparecen únicamente cinco libros siendo consecuentemente de los más escasos (Jones, 2006).

Por otra parte, con respecto a los estudios que tratan los asuntos del género encontramos una primera referencia en la investigación que estudia 412 tesis doctorales que lo tratan y que han sido presentadas en las universidades españolas desde 1979 hasta 2004 con la base de datos de *TESEO* como fuente de documentación. En ella se concluye que son mayoría las que tienen una autoría femenina sobre la masculina, 361 de las 412 lo que supone un 88%, que 227 de ellas han sido dirigidas por varones, lo que supone un 55%, y que independientemente del género de la autoría, los tribunales en los que se han leído han estado formados por mujeres en una proporción de dos tercios (De Torres & Torres Salinas, 2005).

De una forma más amplia, Birriel (2004) ha analizado la evolución de los estudios metodológicos e investigaciones del género desde una perspectiva feminista, y ha explicado las tres fases existentes al respecto:

- ✓ La primera es el empirismo feminista de los 70 centrado en la crítica al androcentrismo, el descubrimiento de autoras olvidadas y una revisión crítica de las representaciones que habían realizado los autores masculinos sobre la mujer.
- ✓ La segunda transcurre en los comienzos de los 80 con el cuestionamiento de la perspectiva androcéntrica de la ciencia y la consideración de la opresión patriarcal como conexión entre la producción del conocimiento y la dominación desde el poder.
- ✓ Y la tercera es el feminismo postmodernista que reflexiona sobre identidad, identificación y subjetividad desde el psicoanálisis, la deconstrucción y la revalorización de lo femenino.

Actualmente estos tipos de tratados se recogen bajo el paraguas de la denominación *estudios de género*. Sin embargo, esto no siempre ha sido así, en un principio empezaron a titularse como *Mujer y...*:

“Con el aumento de los estudios sobre las mujeres aparecieron nuevas definiciones de los mismos, y una pluralidad de enfoques procedentes de otras posiciones teóricas. De ahí que algunos se definieran propiamente como Estudios

Feministas, otros quedaran con el nombre de Estudios de Mujeres, u otros hayan adoptado el nombre de Estudios de Género” (Luna, 2004:224).

Aun así, estos estudios siguen centrándose en la mujer y su entorno.

Si acotamos todavía más nuestra búsqueda al referenciarla en los medios de comunicación y el género, pero no de forma aislada e independiente sino vinculando estos dos objetos de estudio, o sobre los mismos y la orientación del deseo, también relacionándolos, la labor bibliográfica se vuelve aún más compleja.

Específicamente sobre el estudio del campo del género en los medios de comunicación en nuestro país existe cierta dificultad para su desarrollo porque hay pocas personas investigadoras que mantengan una línea de trabajo al respecto permanente y continua, también porque hay escasos másteres o doctorados, así como publicaciones especializadas, que propicien el interés por ello, y además por la escasez de recursos económicos para su financiación (Gallego Ayala, 2003).

Toda esta circunstancia se vuelve aún más agravante, si cabe, si la exploración documental queda más restringida al basarla únicamente sobre un medio concreto, el radiofónico. Así, si se acomete limitándola exclusivamente bien a la vinculación entre este medio de comunicación y el género, o bien entre la orientación del deseo, la actividad puede alcanzar cotas de fragosidad y arduidad como se expone aquí.

Aun así, como hemos de cumplir con el objetivo de contextualizar nuestro trabajo, abordamos en este capítulo el relato de aquellos estudios que versan sobre estos ámbitos académicos. Para ello trazaremos varios caminos.

El primero es la exposición de aquellas investigaciones que se refieren a los medios de comunicación de masas y la representación que ellos realizan del género. El segundo es específico sobre la referente a la población LGTBI. Y el tercero sobre ambos, el género y la orientación del deseo, en este caso en la radio.

### 5.1.- El género en los medios de comunicación masivos

Acerca de los estudios que se han realizado sobre la representación del género en los medios de comunicación de masas, en primer lugar, nos ocupamos de la prensa.

Con respecto a ella encontramos uno de la consideración que lo observa en el seno tanto de las redacciones, como en los organigramas ejecutivos y de dirección, de cuatro periódicos españoles: *El País*, *La Vanguardia*, *Avui* y *El Periódico de Catalunya*, y de la agencia de noticias *EFE*. Sus conclusiones se resumen en que las mujeres conforman un porcentaje que oscila entre el 27% y el 40% del total de la plantilla de sus redacciones. Es el 27% tanto en *El Periódico* como en *La Vanguardia*, un punto más, es decir, el 28% en *El País* y llega hasta el 40% en *Avui* y en *EFE*. Si nos acercamos hacia los puestos de responsabilidad, es decir desde jefatura de sección hacia estancias superiores, estas cifras bajan considerablemente ya que es el del 11,5% en *La Vanguardia*, el 11,9% en *El Periódico*, el 22,2% en *El País* y del 39% en *EFE*. Así, se puede comprobar que la posición ordinal que ocupa cada medio en cuanto a la composición femenina de sus redacciones se corresponde con la misma posición en lo referente a la representación de ellas en los puestos de responsabilidad en áreas ejecutivas, pero la organización empresarial es ajena a la representación igualitaria de género dado su número tan bajo. Acerca del análisis del contenido de los asuntos sobre género, en general, el discurso informativo no lo contempla. En este estudio se ha observado que las informaciones referentes al género o son rechazadas, o incomprendidas, o negadas porque no adquieren el valor propio que sí se concede a otros contenidos para ser consideradas como noticias. Además, estas cuestiones específicas no son tratadas con asiduidad y cuando lo hacen el tratamiento que reciben es desde una perspectiva masculina. Una conclusión importante es la que los propios autores del estudio destacan cuando afirman que, después de haber pasado mucho tiempo en las redacciones de estos medios, las mujeres periodistas que quieren ser reconocidas profesionalmente han de asumir los planteamientos del género dominante, es decir, que reproducen los esquemas tradicionales androcéntricos (Gallego Ayala, 2003).

En este mismo estudio también se constata que las mujeres ocupan en su mayor parte las redacciones de fin de semana (*El País*), los servicios de edición, fotografía e



infografía (*La Vanguardia*), actuando de forma subordinada como secretarías o asistentes de los jefes de sección (*El Periódico de Catalunya*), la documentación y algunas corresponsalías (*Avui*), donde suelen acabar encontrando el cenit sus trayectorias profesionales. Resulta mayor la proporción de mujeres que trabajan en las secciones de sociedad, cultura y espectáculos, en contraste con las secciones tradicionalmente más varoniles como son deportes, política o economía. Hay que explicar que en este estudio los investigadores tuvieron acceso a *las hojas de previsiones* (un instrumento gracias al cual se puede medir cuántas de las informaciones previstas son las que se posteriormente son desarrolladas en cada medio sin ser excluidas por diferentes causas). Respecto a ellas, el índice de noticias publicadas con respecto a las que fueron inicialmente previstas es del 71% en los diarios y del 27,7% en la agencia *EFE*. Además, este estudio categoriza las informaciones sobre género atendiendo a una tipología determinada de las mismas. Así, se han clasificado en 4 grupos: con ausencia de género, con presencia de género (nombres propios, genérico masculino), con componente de género (los actores de la noticia tienen una posición determinante por su pertenencia a un género), y con perspectiva de género (abordaje de la información en términos comparativos entre un género u otro). Teniendo en cuenta las dos variables anteriores, es decir, la que contabiliza el número de noticias publicadas con respecto a las previstas y la que clasifica los contenidos de género en 4 categorías se llega a las conclusiones de que casi la mitad de los temas previstos (42,8%) se realizan desde el punto de vista de la ausencia total de referencias de género, un 47,6% revelan presencia masculina y tan sólo un 4,9% contienen presencia femenina. Los temas previstos con perspectiva de género son el 0,6% y los con componente de género son el 1,5% de las previsiones totales. El 83% de las previsiones de las informaciones con perspectiva de género fueron publicadas frente al 66% de los temas con componente de género. También es necesario destacar de esta exhaustiva investigación que las previsiones informativas de los diarios en las que se detecta presencia femenina se encuentran en las secciones de comunicación-gente, cultura, espectáculos y sociedad (Gallego Ayala, Altés, Melús, Soriano & Cantón, 2002).

Sobre otro medio, el televisivo, hemos encontrado los dos estudios que exponemos a continuación.

El primero es el que El *Consell de l'Audiovisual de Catalunya* (CAC) realizó, de orden cuantitativo, sobre la presencia de la mujer en los espacios informativos en el período comprendido del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2008 de seis televisiones catalanas: *V3*, *3/24*, *TVE Catalunya*, *8TV*, *Barcelona TV* y *Badalona TV*. Las conclusiones revelan que, en general, la presencia de las mujeres es del 27,5% y la de los varones del 72,5%. El tiempo de palabra concedido en el conjunto de estos espacios a las mujeres es de 28 segundos y a los varones de 44 segundos. Las mujeres aparecen representadas en un 30% y, además, un 13% del tiempo de palabra de ellas aparecen sin identificar (sin nombre ni apellido), frente al 4% de los varones que aparecen igualmente sin identificar. En cuanto a las informaciones del ámbito político en particular las mujeres obtienen un tiempo de palabra del 15,5% y los varones del 84,5% (Comas, 2009).

El segundo estudio, también sobre la televisión, trata específicamente sobre el tiempo dedicado al deporte femenino, en comparación con el ocupado por el masculino, en veinticuatro programas informativos deportivos emitidos del 6 al 11 de febrero de 2014 en emisiones generalistas privadas como *Telecinco*, *Cuatro* y *La Sexta*, y del canal de titularidad pública *TVE1*. Así, con respecto al asunto deportivo el conjunto de ellas transmitió un total de 94,5% de noticias masculinas y solamente un 5,5% femeninas. Los resultados parciales revelan que *TVE1* dedicó un 83,6% al deporte masculino y 16,4% al femenino. *La Sexta* un 96,3% frente a un 3,7% respectivamente. Estas cifras alcanzan el límite del 100% dedicado al deporte masculino, es decir de invisibilización del femenino, cuando se ocupa de *Cuatro* y *Telecinco*. También se estudió el tiempo dedicado a las personas entrevistadas en estos programas considerando la variable de género. Así, las conclusiones exponen que, mientras que en *Telecinco* y *La Sexta* no se realiza ninguna entrevista a ninguna mujer, en *TVE1* las mujeres aparecen solamente en un 1,5% (98,5% los varones) de las entrevistas, siendo en *Cuatro* este porcentaje muy similar (98,7%) (Calvo Ortega, 2014).

## 5.2.- Los colectivos LGTBI en los medios

Acerca de los estudios que versan sobre la representación de los grupos LGTBI en los medios de comunicación, nos referimos en primer lugar a uno sobre la prensa escrita, posteriormente a otro acerca de la televisión y al final nos ocuparemos de uno sobre el séptimo arte, el cinematográfico.

El primero es específicamente sobre el tratamiento y representación de la transexualidad en la prensa escrita. Es el análisis de varias noticias sobre el asesinato el 24 de marzo de 2009 de una mujer transexual de origen marroquí aparecidas el 25, 26 y 27 del mismo mes en la prensa diaria valenciana en los diarios *Las Provincias*, *Levante-emv*, *El País-Comunidad Valenciana*, *El Mundo-Valencia*, *ABC* y *La Razón*. Según el propio autor comenta: “El caso es, además, especialmente interesante ya que su protagonista suma tres características que aumentan su vulnerabilidad ante el discurso mediático: es mujer, es inmigrante y es transexual”. La metodología empleada combina el análisis crítico del discurso con el análisis de la desigualdad. Los resultados cuentan que *Las Provincias*, *El Mundo* y *El País* coinciden en representar a la víctima identificándola como travesti. *ABC*, por su parte, se limita a indicar que es un hombre aunque apunta a que se contempla que pudiera tratarse de un travesti o un transexual. Por otro lado, *La Razón* indica que es un transexual y *Levante-emv* una transexual. Esto demuestra la confusión terminológica que existe y la falta de formación e información al respecto de la forma en la que nombrar a esta persona, lo que dificulta una precisa representación y tratamiento de la transexualidad. Además, en el propio estudio se relata cómo es estigmatizada al vincularse con el ámbito de la delincuencia y de la prostitución sin que existan pruebas fehacientes que lo justifiquen, lo que evidencia que el colectivo transexual sea relacionado con valores de desviación y negatividad (Carratalá, 2011b).

Sobre el medio televisivo y la representación del colectivo LGTBI hemos encontrado tres estudios, dos de ellos referenciados en la televisión española y el tercero en la que emite en los Estados Unidos de Norteamérica.

*El Instituto de la Juventud INJUVE* realizó un estudio en 2009 sobre la opinión que los jóvenes escolarizados de 15 a 18 años tienen de la homosexualidad en general, dedicándole un pequeño espacio a la impresión que tienen los mismos acerca del tratamiento con el que los medios de comunicación representan la orientación del deseo. Son residentes en 3 grandes ciudades como Sevilla, Madrid y Barcelona, y en un enclave semi-rural como Medina del Campo en Valladolid. Las conclusiones del informe nos desvelan que los principales referentes LGTB de la juventud no parecen haberse modificado apenas de los que aparecían en investigaciones llevadas cuatro o cinco años con anterioridad a esta. Todos los grupos, excepto uno, entienden que la mayor visibilidad pública de figuras LGTB en televisión es un hecho positivo que ayuda

en general. Pero encuentran problemas como son una fuerte estereotipación de los referentes de la mayoría de los homosexuales que aparecen en este medio al presentarlos con imágenes tópicas, arquetípicas y limitadoras. También, contaron que la mayoría de los referentes homosexuales son masculinos ya que hay una gran ausencia de lesbianas, bisexuales o transexuales por lo que entendieron que en televisión la diversidad es cosa de chicos (Santoro, Gabriel & Conde, 2010).

El siguiente informe expone cómo se construye la masculinidad de los personajes de ficción homosexuales que aparecen en series españolas como son *Cuéntame*, *Aída*, *Aquí no hay quien viva*, *Física y química*, *90-60-90*, *Vida loca* y *Sexo en Chueca*, tomando como referencia las series de Estados Unidos de Norteamérica como son *Queer as folk* y *How I met your mother*. Las conclusiones exponen que se ha producido cierto acercamiento de la representación que se realiza de los seres de ficción homosexuales con respecto a los heterosexuales, en parte debido a que el patriarcado ha dejado de poseer la fuerza que sustentaba hace décadas y también porque la homosexualidad es más visible. Todo esto teniendo en cuenta que el género de comedia a la que pertenecen algunas de estas series, o algunos de sus capítulos, puede servir tanto para reprobar comportamientos muy estereotipados como para contribuir a la reproducción de estereotipos muy arcaicos (Durán Manso, 2015).

El tercero de nuestros estudios en referencia a la orientación del deseo se realiza en los Estados Unidos de Norteamérica. Es el informe titulado *Network Responsibility Index* que realiza anualmente la GLAAD (Gays & Lesbians Alliance Against Defamation) sobre inclusión de contenidos y personajes LGTB en la producción de ficción de las cadenas generalistas y por cable de este país. El mismo ofrece las siguientes conclusiones con respecto a la programación de 2015, a las que compara con periodos anteriores. En referencia a las cadenas convencionales encontramos que la *FOX* presentó el porcentaje más alto inclusivo LGTB, un 45,4%, que es además el más alto desde que se elabora este análisis, y que supone un aumento sobre el período anterior, un 36%. La *CW* un 44,8%, en el anterior fue de 33%. *ABC* llega al mayor número de horas con carácter LGTB, son 258,5 lo que supone un 32%, aunque supone una bajada con respecto al 34% que tuvo en el período anterior analizado. La Cadena *NBC* es la que ha bajado su contenido en cuanto a horas de programación LGTB inclusivo al pasar de un 37%, que tenía anteriormente, a un 28%, aunque incluye más cantidad de

personajes transexuales que otras cadenas, un 4,7%. La *CBS* ocupa el último lugar con un 27%, que es un punto inferior al del anterior. Sobre la programación por cable, los análisis arrojan que la *ABC* es la que consigue el porcentaje más elevado sobre inclusión LGTB de todos los contenidos analizados al alcanzar un 74%, 42% era la cifra del período anterior. Le siguen en el siguiente orden jerárquico *FX* un 54%, sobre un 49%, que también presentó el mayor número de bisexuales al ser un 31%, *Showtime* el 41%, siendo 34% anteriormente, *HBO* tiene y tenía un 31%, *MTV* 30%, bajando desde un 49%, *USA* 23% subiendo desde un 17%, *TNT* 19% lo que supone 10 puntos de aumento, *TLC* 18% subiendo un punto, *A&E* 18% desde un 6% que era el porcentaje anterior. Finalmente *History* no presentó ningún caso en las 362 horas de programación que emitió, tal y como sucedió anteriormente (GLAAD, 2015).

Otro medio masivo, como el cinematográfico, es el objeto de estudio de esta otra investigación sobre la representación de la homosexualidad, concretamente es sobre el cine occidental del siglo XX. En ella se expone que los personajes de esta orientación que aparecen en los filmes analizados son construidos mediante estereotipos negativos. Es una manera de presentarlos mediante los moldes conformados a través de los prejuicios que provienen de la homofobia social. Concluye que las representaciones del lesbianismo se encuentran más disimuladas que las de los personajes gays varones, siendo esta una forma de latencia de lo femenino. En general, los personajes homosexuales que aparecen en los relatos cinematográficos lo hacen en contextos como son las cárceles, callejones oscuros, casas con decoración elegante o ambientes nocturnos. También se señala en este estudio que existen filmes que no se adaptan a sus textos novelísticos originales ya que se detecta un discurso homosexual latente en ellos como fruto de la censura (Sánchez del Pulgar, 2017).

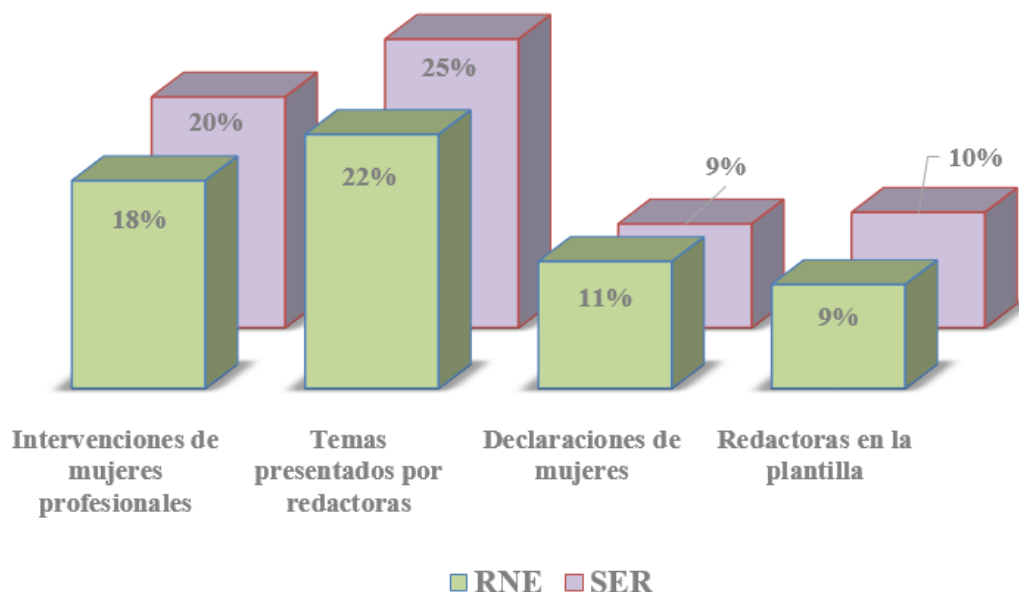
### 5.3.- El género y la orientación del deseo en el medio radiofónico

Los estudios más relevantes, y también específicos, sobre el tratamiento y la representación tanto del género como de la orientación del deseo en el medio radiofónico son los que exponemos en este apartado en orden cronológico según su realización.

El primero, fue realizado en 1989 con respecto al género. Este es un ejemplo más de la escasez de estudios que versan específicamente sobre el medio radiofónico, ya que en él se compararon los resultados obtenidos en las rutinas de producción de *TVE*, *RNE*, *Cadena SER* y *TV3* durante este año con otro anterior de características similares que se realizó en 1985. Concretamente en lo referente a las radios se analizaron los informativos *Diario de las dos* de *RNE* y *Hora 14* de la *Cadena SER*. El periodo que abarcó fue el que comprende los tres días de la primera semana de octubre de 1985 y los días 20, 21, 22 y 23 de junio de 1989. En el de 1985 se tuvieron en cuenta: la mediación profesional de la información, la organización, las fuentes, el formato, el contenido de la información y la ideología profesional. En la actualización de 1989 se incorpora la variable de género. Las conclusiones más relevantes del segundo en referencia al género son que las mujeres aparecen como protagonistas del 12% de las informaciones, cifra que da una gran ventaja a los contenidos en los que el varón es el protagonista. Las intervenciones de mujeres profesionales del tiempo total en antena, en el mismo estudio de 1989, es del 18% en *RNE* y del 20% en la *SER*. Sin embargo, en el de 1985 es del 54% y 23% respectivamente. Aquí podemos apreciar que estas intervenciones femeninas han bajado considerablemente en sólo 4 años. Los datos sobre los temas presentados por redactoras son muy similares tanto en la radio pública como en la privada siendo en *RNE* del 22% y en la *SER* del 25%. En la consideración acerca de las declaraciones incluidas en formato de corte de voz, como fragmento de un testimonio en particular, las que fueron realizadas por mujeres ocupan un 11% en *RNE* y un 9% en la *SER*. En este dato se aprecia un aumento ya que en el periodo de 1985 fue del 3% y de ausencia total respectivamente, por ello existe una evolución en cuanto a la inclusión de testimonios femeninos. Este análisis también estudió la composición de las plantillas de las empresas radiofónicas. En este caso el número de redactoras frente al de redactores es de un 9% en la radio de titularidad pública y de un 10% en la privada. Estas mismas mujeres en sus intervenciones locutivas citaron a varones en un 92% de sus informaciones en el caso de *RNE* y de un 100% en el caso de la *SER* (Franquet & Arias, 1991).

La cuantificación de los porcentajes de participación de mujeres en las diferentes áreas contempladas en el estudio correspondientes a 1989 se puede observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 1. Porcentaje de participación de mujeres en distintas actividades del estudio realizado en 1989 comparando RNE y la Cadena SER. Elaboración propia. Fuente: Franquet & Arias, 1991.



El segundo estudio que mencionamos comprende los magazines emitidos en radios españolas durante la temporada 1992/1993. Los programas que se incluyeron fueron: *Protagonistas de Onda Cero*, *Hoy por hoy* de la Cadena SER y *Cambia la cara* de Radio Nacional de España. Se centró en las intervenciones de la audiencia concretándolo en la femenina y su articulación lingüística con relación al discurso masculino, incluyendo como objeto de análisis del mismo de quién se habla en dichas participaciones y a quién se convoca en ellas. La conclusión principal que se alcanzó fue la que cuantifica el número de participantes según su género. La cifra es de 54,2% de intervenciones de mujeres frente a 43% de hombres lo que expone que la participación de ellas es algo mayor que la de los varones. Además, en cuanto al formato de los programas se detectó que en *Protagonistas de Onda Cero* estas intervenciones se realizaron en los temas denominados como *duros* o de la esfera pública, es decir, preferentemente asuntos políticos. En *Hoy por hoy* de la Cadena SER las intervenciones fueron en temas *blandos* o de la esfera privada, esto es, asuntos sin trascendencia pública que están más relacionados con relaciones personales y familiares. En *Cambia la Cara* de RNE no hay participación de las audiencias (López Díez, 1997).

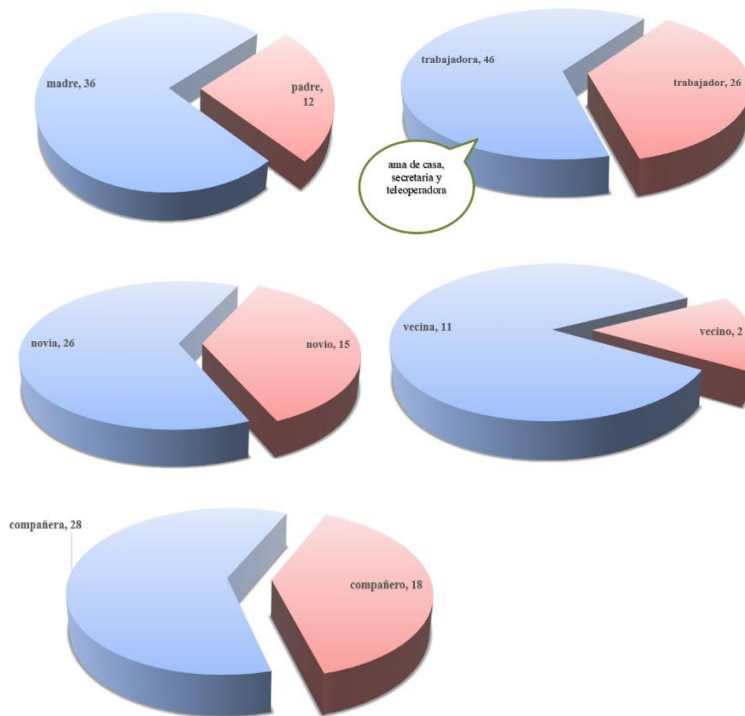
El tercer estudio está datado en 1997. Fue una investigación sobre diferentes medios de comunicación en el País Vasco. La muestra incluía once emisoras de radio, pero una vez más no de manera exclusiva ya que también se incluyeron cinco diarios, treinta revistas y publicaciones, seis canales de televisión y otras seis agencias de noticias. Los resultados indicaban que las mujeres ocupaban el 30% del total de la plantilla laboral de estas empresas. Cifra que iba descendiendo paulatinamente según se ascendía en el nivel de jerarquización. Así, los varones son mayoría en los diferentes estamentos hasta alcanzar prácticamente la exclusividad cuando se trata de posiciones ejecutivas (Abril, 1997).

El siguiente también se realiza en el País Vasco, pero en este caso centrado exclusivamente en la publicidad radiofónica. En concreto, es sobre las cuñas de radio presentadas en el *Festival Publicitario de San Sebastián*. Se mostraron 915 anuncios de los que se estudiaron 379 porque eran en los que aparece, al menos, una voz femenina. Todos fueron realizados y producidos en España durante el período que abarca desde 1996 a 2003. De todas las voces que pudieron aparecer en cada anuncio, el objeto de análisis se centró en los dos protagonistas principales detectando que solamente el 41%, 379 de 915, de ellos incluye una voz femenina y que un 6% no presenta ninguna. El 94% de las cuñas tienen *voice-over*, pero sólo en un 10% aparecen voces femeninas. En cuanto a los roles interpretados por personajes femeninos son preferentemente de madre (36 personajes femeninos frente a 12 masculinos) y de trabajadora (46 frente a 26 masculinos). Estas mujeres, las que se representan trabajando, lo hacen en los dos puestos mayoritarios como ama de casa y como secretaria o teleoperadora. En cuanto a otros roles le siguen el de novia (26 frente a 15 masculinos), el de vecina (11 frente a 2 masculinos) y el de compañera (28 frente a 18) (Piñeiro, 2010).

Sobre este estudio, en el siguiente gráfico se puede observar el número de casos en los que aparecen tanto la mujer como el varón según el rol con el que se asocia a cada uno de los géneros:



Gráfico 2. Número de casos en los que se asocia a cada género con un rol determinado. Elaboración propia. Fuente: Piñeiro, 2010.



Por su parte, la investigación más exhaustiva realizada en territorio español fue la que se realizó bajo la dirección de Pilar López Díez con el respaldo del Instituto Oficial de Radio y Televisión. Es una investigación que se ha conformado como referente en cuanto a la búsqueda documental y bibliográfica de los estudios de género en la radio. Analiza los informativos de radio y televisión, incluyendo la información deportiva que se presenta dentro de estos espacios, y excluyendo la información del tiempo, del tráfico y la publicidad. Se analizaron los programas informativos que se emitieron de lunes a viernes en las cadenas de radio de difusión nacional: *RNE*, *SER*, *Onda Cero* y *COPE*. Sumaron cuarenta espacios informativos (843 noticias) radiados desde el 4 al 15 de octubre de 2004. Se eligió la noticia como unidad de análisis o registro. Se establecieron 4 categorías de personas (presentador, redactor, corresponsal o comentarista) que representan a los actores productores y difusores de las noticias. También se estudió quiénes son los participantes como invitados, entrevistados, etc., relacionándolos con las noticias, de género o no. Las conclusiones generales fueron que las mujeres constituyen el 15% de las personas mencionadas y los hombres el 85%, y que el porcentaje de entrevistas a ellas es de un 18% y a ellos el resto. Esto supone una diferencia brutal, lo que podemos ver reflejado en el siguiente gráfico:

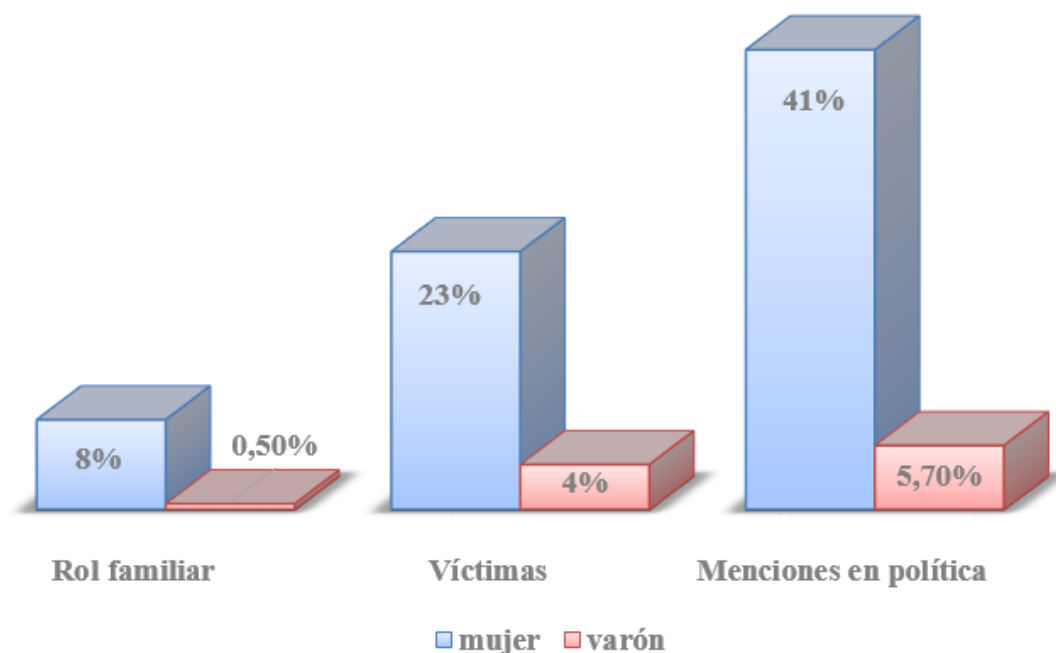
Gráfico 3. En el primer gráfico aparece el porcentaje de intervenciones según el género. En el segundo de entrevistas realizadas también el mismo. Elaboración propia. Fuente: López Díez, 2005.



En cuanto a esta cuantificación no existen diferencias significativas entre las diferentes emisoras en cuanto a la representación de las personas citadas su por género. Destaca que los varones se mencionan en un mayor número de veces relacionándolos con la política (41%), deporte (10%) y arte (7,9%) y las mujeres con la política (5,7%), profesión no declarada (2,3%) y cometedoras de algún delito (1,7%). En cuanto al rol familiar destacamos que un 8% de las mujeres lo fueron en calidad de esposa, madre o hija y sólo un 0,5% de hombres lo fueron bajo este criterio. Las mujeres se presentaron en un 23% como víctimas frente a un 4% de los hombres.

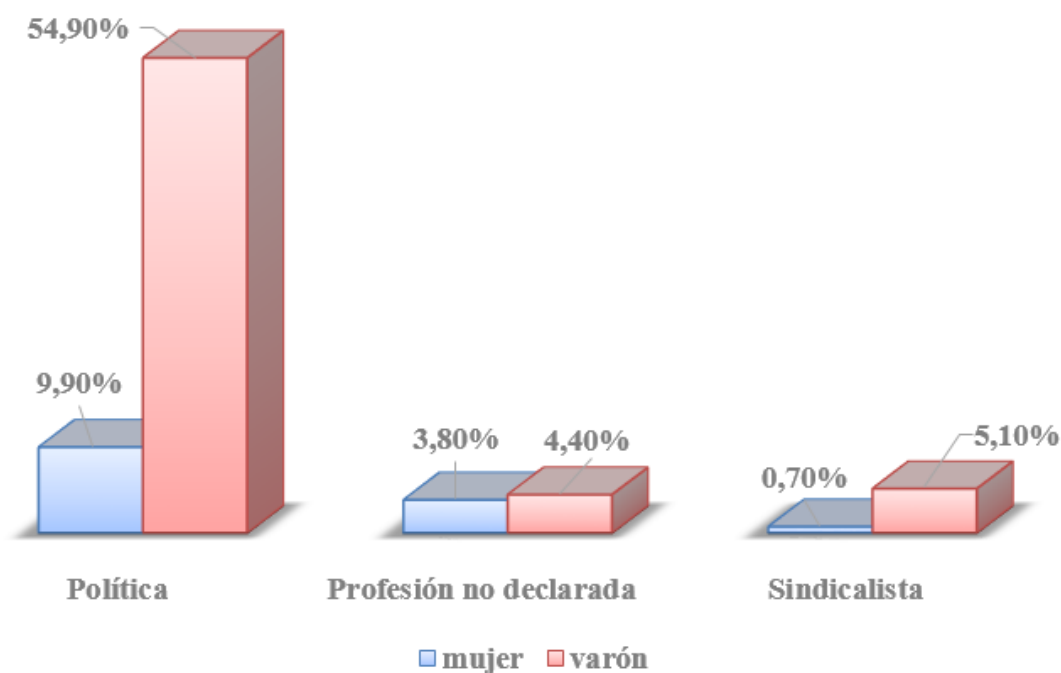
En el siguiente gráfico podemos observar el porcentaje de menciones según el rol con el que se realizan:

Gráfico 4. Porcentaje con el que son mencionados los géneros según el rol con el que se les asigna.  
Elaboración propia. Fuente: López Díez, 2005.



Por su parte, sobre este mismo estudio, de las entrevistas realizadas ellas ocuparon un 18%, siendo las profesiones con las que se presentan a la audiencia: políticas (9,9%), profesión no declarada (3,8%) y sindicalistas (0,7%). Por su parte, los varones entrevistados son políticos (54,9%), sindicalistas (5,1%) y de profesión no declarada (4,4%). Así lo podemos observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 5. Porcentaje de aparición de cada género en las entrevistas realizadas. Elaboración propia.  
Fuente: López Díez, 2005.



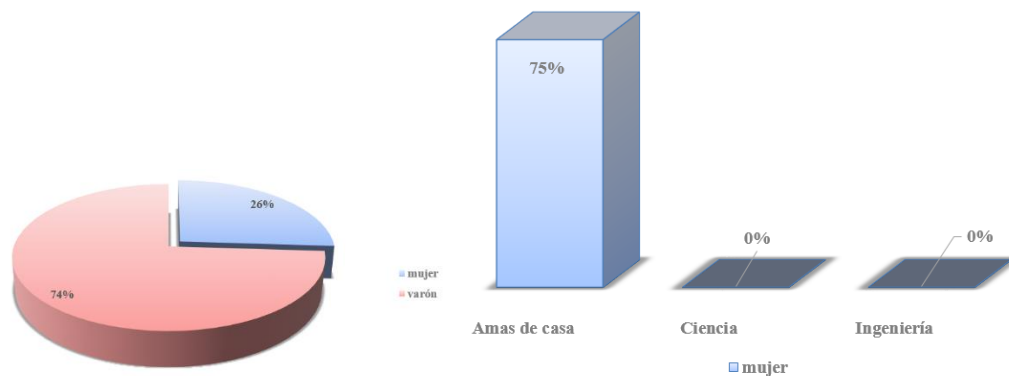
Este mismo estudio establece una comparativa con otro de similares características y variables que se realizó en la temporada 2001/2002. Si cotejamos ambos apreciamos que el porcentaje de las mujeres entrevistadas ha subido (del 14% al 18%) notándose sobre todo en las políticas (del 4% al 9,9%), también ha subido el porcentaje de hombres políticos que ha pasado de ser el 49% al 54,9%. Sin embargo, las mujeres mencionadas o entrevistadas por su relación con un familiar han bajado del 11,3% al 8%, mientras que los hombres han subido del 0,2% al 0,5%. Además, ha subido el porcentaje de las mujeres que se representan como víctimas (del 11,6% al 23%). Otro dato de interés es el tiempo de los cortes de audio con declaraciones o entrevistas a mujeres que ha pasado del 9% al 16%, casi se ha duplicado (López Díez, 2005).

Continuando con la exposición de estudios acerca del medio radiofónico, nos encontramos con *El Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP)* que es la investigación que evalúa la evolución de la representación de género en los medios más extensa que existe, siendo el único proyecto que incluye a organizaciones populares cuyos participantes lo hacen de forma voluntaria, entre ellos se encuentran quienes investigan el género en asociaciones y grupos de comunicación. Sus resultados se utilizan en el ámbito de la educación y en la promoción de las políticas de la igualdad de

género con los que se pretende la sensibilización de la opinión pública. Se ha realizado cinco veces desde 1995 con carácter quinquenal, aumentando la participación de países de 71 a 114. Específicamente nos referimos al estudio que se llevó a cabo sobre España en el que se eligió la variable temporal del 10 de marzo de 2015. De esta fecha se estudiaron 452 noticias de varios medios como son la televisión, prensa impresa, *tuits* y diarios digitales de las que 65 fueron de radio. El número de personas codificadas como fuente o sujeto de las noticias fue de un total de 895 de las que 97 fueron sobre las radios con más audiencia en territorio español, como son *SER*, *Onda Cero*, *COPE*, *RNE* y *RAC1*. Las conclusiones se agrupan por varios medios, por lo que al generalizarlas cuesta discernir las específicas sobre el universo radiofónico. Al respecto, la presencia de las mujeres en las noticias radiadas es de un 26% frente al 74% de los varones. Las periodistas en este medio han pasado de un 32% en 2010 a un 59% en 2015, siendo el número de presentadoras de un 74% y de reporteras de un 52%. La ocupación en la que aparecen las mujeres como fuente de las informaciones en prensa, radio y televisión, es del 75% como ama de casa o madre, no apareciendo ninguna en el ámbito de la información relativa a la ciencia o la ingeniería, y el 13% de ellas son identificadas por su relación familiar frente al 5% de ellos (WACC, 2015).

La representación gráfica de estos datos puede ser observada en el siguiente gráfico:

*Gráfico 6. Presencia de las mujeres en las informaciones y rol con el que se le asocia en gran mayoría. Elaboración propia. Fuente: WACC, 2015.*



La última investigación de la que hacemos referencia, es la que ha sido realizada en territorio español por Eva María Gil Benítez, como marco de su tesis doctoral en la que quería comprobar las diferencias que pudieran existir en los anuncios publicitarios radiofónicos, analizándolos desde una perspectiva de género. Así, estudió los temas tratados en los mismos, el rol asignado a cada género y el uso de las voces tanto

femeninas como masculinas, utilizando tanto una metodología cuantitativa como cualitativa. Todo sobre 1268 anuncios recopilados entre abril y agosto de 2009 y enero de 2010, insertados en 84 programas y clasificados según su franja de emisión en la *Cadena SER*, *Cadena COPE*, *Onda Cero*, *Punto Radio*, *Radio Nacional de España*, *Radio Andalucía*, *Canal Sur Radio* y *Onda Azul*. Las conclusiones fueron que en la franja matinal la voz masculina aparece en el 49,3% de los espacios publicitarios y la femenina en el 13,3%. Cuando en un mismo anuncio comparten el protagonismo las voces de ambos géneros, hay mayoría de espacios en los que la voz masculina es la que aparece en primer lugar. Son los dedicados a la autopromoción, las tiendas y la automoción, esta circunstancia también aparece de igual forma en la franja de la tarde. Los contenidos en los que aparecen voces femeninas son los que anuncian productos de uso cotidiano que se pueden adquirir en centros comerciales y grandes almacenes. Las mujeres aparecen representadas en mayor cantidad de anuncios con los roles de madres de familia y de personas muy preocupadas por su imagen física.

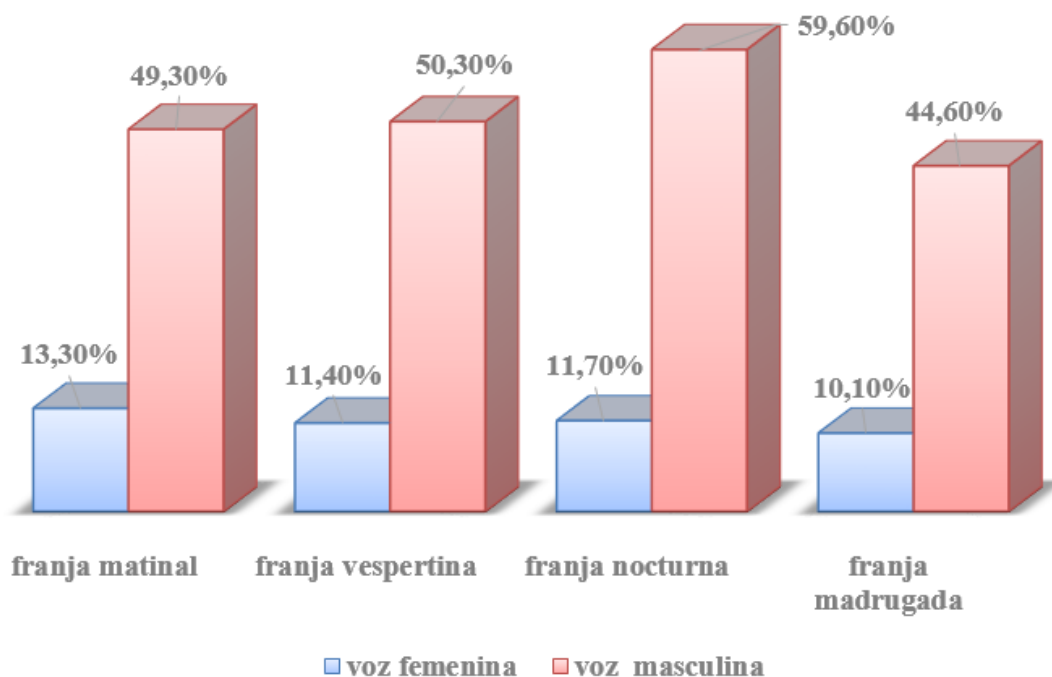
En las tardes, con una programación más dedicada al entretenimiento, las voces masculinas ocupan el 50,3% de los espacios publicitarios y el 11,4% son para las mujeres. Aunque en esta franja, al igual que sucede por las mañanas, siguen predominando las autopromociones y los anuncios de automoción y tiendas, hay que destacar que, en la que aparecen voces femeninas, el lugar destacado es para las parafarmacias. También aquí las mujeres son representadas en un rol clásico, al que se le añade la función de ocuparse del bienestar familiar y del varón en particular, que cuando aparece en un espacio publicitario lo hace sin exponer o explicar a los oyentes qué lazos les unen.

En la franja nocturna las voces femeninas en solitario aparecen en una 11,7% de los casos y la masculina en un 59,6%. Los anunciantes son los mismos a los que se añaden las agencias de viajes y cursos, tanto de formación como de idiomas. La mujer sigue apareciendo interpretando un rol de madre, aunque en esta franja la novedad es la de su aparición como miembro de una pareja y en contados casos, tratados desde la perspectiva del humor, es humillada por su pareja varón.

En la madrugada los varones aparecen, como voz fundamental, en el 44,6% de los casos y las mujeres en el 10,1%. Los tipos de anunciantes son similares a los de las franjas

anteriores. Los roles femeninos son los que relacionan a las mujeres con el papel de cuidadoras de los demás y de sí mismas en cuanto a su aspecto físico se refiere, hasta el punto de considerar que son perfeccionistas porque tienen la necesidad de aparecer siempre bellas llegando a ser el reclamo del ocio masculino mediante la sensualidad (Gil Benítez, 2015). La comparación del porcentaje de uso de la voz de acuerdo al género de quien la porta y la franja horaria de este estudio la podemos observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 7. Porcentaje de aparición de voz femenina o masculina según la franja horaria de emisión de la publicidad en la que se inserta. Elaboración propia. Fuente: Gil Benítez, 2015.



Continuando con la exposición cronológica del estado de la cuestión, nos referimos ahora a otro estudio que no es exclusivo sobre la radio sino que incluye este medio como parte del conjunto de las empresas de radiotelevisión. Lo elaboró la Asociación de la Prensa de Madrid y no es, como los anteriores, sobre un análisis del discurso, sino que es una muestra de la cuantificación de las plantillas, desde una perspectiva de género, de quienes ejercen su labor periodística en los diferentes medios españoles.

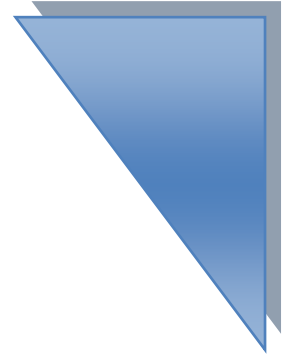
Así, con referencia a los puestos de alta responsabilidad jerárquica, concretamente a los cargos directivos, encontramos que las mujeres se encuentran en desventaja con respecto a los varones ocupando dichas funciones. De este modo, y como podemos

observar en el siguiente gráfico, solamente la Radiotelevisión de Canarias, de catorce empresas analizadas, alcanza a igualar el número de mujeres con respecto al de varones, ocupando ambos el 50%. También comprobamos que del total de 176 cargos directivos que suman todas, las mujeres ocupan solamente el 27%, es decir, poco más de una cuarta parte, siendo los varones el 73% restante (APM, 2018).

*Gráfico 8. Cuantificación de los cargos directivos en las empresas de radiodifusión españolas.  
Elaboración y fuente: APM, 2018.*

	<b>Total</b>	<b>% hombres</b>	<b>% mujeres</b>
<b>Agencia EFE</b>	37	76	24
<b>RTVE</b>	24	88	13
<b>Euskal Irrati Telebista</b>	18	61	39
<b>Radiotelevisión de Andalucía</b>	12	75	25
<b>Cía. de Radio y Televisión de Galicia</b>	11	73	27
<b>Radiotelevisión Madrid</b>	10	70	30
<b>Radiotelevisión de Castilla-La Mancha</b>	10	80	20
<b>Compañía Aragonesa de Radio y Televisión</b>	9	56	44
<b>Corporació Catalana de Radio i Televisió</b>	9	89	11
<b>Canal Extremadura</b>	9	89	11
<b>Radiotelevisión del Principado de Asturias</b>	9	56	44
<b>Radiotelevisión de Canarias</b>	8	50	50
<b>Radiotelevisio de Illas Balears</b>	7	57	43
<b>Radiotelevisión de Murcia</b>	3	100	0
<b>Total</b>	<b>176</b>	<b>73</b>	<b>27</b>





## **BLOQUE 2. LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**





“Las realidades sociales son complejas, y difícilmente se corresponden con las lecturas «ingenuas» que nos hacemos de ellas”.

(Juliano, 2004:10).



## **CAPÍTULO 6. La metodología para el análisis del discurso radiofónico**

Para responder a los objetivos de este trabajo, hemos de analizar su objeto de estudio, esto es, el discurso radiofónico, atendiendo a los parámetros, referentes y patrones que influyen en su construcción desde una observación posicionada en la perspectiva de género y de la orientación del deseo.

Para ello es esencial que este ejercicio sea abordado según una metodología definida correctamente. Una labor que, al volverse como tarea imprescindible para que la investigación sea encauzada hacia una consideración y rango de cotas académicas, ha de vehicularse a través de la aportación de la adecuada documentación así como de las referencias bibliográficas, también esenciales.

Así, aunque desde planteamientos generales existen diferentes diseños teóricos, enfoques y perspectivas metodológicas, ya convenientemente justificados desde las instituciones académicas, encontrar el idóneo, y convertirlo en el nuestro, se convierte en una actividad llena de arduidad.

En ello el principal problema que hemos encontrado radica en que el género es propósito de pocas investigaciones y las que se realizan se ven afectadas por una pobre difusión (Birriel, 2004). Además, es escasa y superficial la información bibliográfica que existe sobre él y los medios de comunicación (Gallego Ayala, 2003), circunstancia que se acrecienta aún más si se vinculan estas dos parcelas de estudio acotándolas hacia lo radiofónico específicamente, como es nuestro caso, porque este medio sufre cierta desconsideración al compararlo con otros masivos lo que en muchas ocasiones lo destierra al olvido (Rodero & Sánchez, 2007).

Lo que sí alcanzamos a saber es que el primer paso que debemos emprender es inscribir esta tesis doctoral dentro de los márgenes de aquellos estudios propios que tratan sobre los medios de comunicación, porque la radio es uno de ellos.

Unos medios que de por sí son sociales, tanto en su versión más convencional y tradicional como en la vanguardista, que invaden nuestro espacio y que han aparecido

en los últimos tiempos con unas propiedades tecnológicas y estructurales diferenciadas (Bruns, 2015).

Por ello, también sabemos que este trabajo debe ser contextualizado entre los márgenes de las Ciencias Sociales ya que según Pool Sola (1973) el estudio de la comunicación no es nada más que el de la sociedad. De esta forma, lo registramos en los ámbitos de este área del conocimiento en la que se estudia al ser humano que vive en sociedad, el mismo animal político de Aristóteles (Duverger, 1996).

En definitiva, realizamos una investigación social que, lejos de lo que sucede con las ciencias puras, utiliza un método y una técnica con el objetivo de aplicarlos a problemas de la realidad social para: “Buscar respuesta a ellos y obtener nuevos conocimientos” (Sierra Bravo, 2008:27).

#### 6.1.- Instrumentación de análisis y recogida de datos

Para realizar el análisis de la narrativa radiofónica se han utilizado dos instrumentos.

Uno ha sido desarrollado mediante la construcción de unas categorías discursivas de orden emergente sobre las que el autor de esta tesis ha ejecutado el mismo referenciándolo al marco teórico que, al principio de la misma, ha sido expuesto convenientemente.

El segundo ha consistido en la creación y desarrollo de tres grupos de discusión.

De la justificación, diseño y objetivos de ambos se da cuenta convenientemente en los siguientes epígrafes.

#### 6.2.- Primer instrumento de análisis. El estudio del discurso radiofónico desde el enfoque cualitativo

La primera instrumentación de estudio que se ha utilizado ha sido desarrollada a través del diseño cualitativo de un análisis del discurso radiofónico, además, de orden naturalista e interpretativo.

La condición principal del mismo viene originada porque nuestro objeto de estudio posee una naturaleza discursiva (Santander, 2011). Un discurso que nace con el uso del lenguaje en un entorno social, adquiriendo sentido amplio en la vida social y alcanzando significado más allá de la construcción de frases como consecuencia de la unión de palabras. Todo porque el mismo adquiere sentido al ordenar y estructurar significativamente los elementos utilizados en un acto de comunicación (Fernández García, 2003).

La etnografía, la psicología, la antropología, la sociología, la pedagogía, entre otras áreas de estudio, se han colocado en disposición de estudiar el discurso para entenderlo y analizarlo. Sus redes se extienden a diferentes ramas de las Ciencias Sociales y Humanas en las que quienes lo investigan se enfrentan a textos escritos, grabaciones audiovisuales, iconografías y otros tipos de soportes, tanto en documentos originales como en los generados por ellos mismos en entrevistas, encuestas o grupos de discusión. Se trata de analizar con profundidad y detalle el contenido de cualquier discurso o acto de comunicación codificado tanto a nivel lingüístico escrito como oral, visual, gestual o icónico, entre otros.

Es así como sobre el objeto de nuestro estudio se va a realizar un Análisis del Discurso, en adelante AD, de forma inductiva. Este adquiere un potencial heurístico relevante ya que se ha consolidado como procedimiento válido metodológico en los estudios lingüísticos, que fue de donde surgió, que le otorgaron valor metodológico entrañando las características de un estudio multidisciplinar, complejo y amplio.

Sobre el AD existen diferentes perspectivas desde las que puede ser enfocado. De ellas la cualitativa se convierte en la ideal para estudiar casos, como sucede en el nuestro, que no han sido medidos anteriormente o que son difíciles de medir por deficiencias en el conocimiento del problema (Mertens, 2009; Coleman & Unrau, 2005). Un enfoque cualitativo que se centra en la importancia de la estructura, significación y empleo del lenguaje (Feltham-King & Macleod, 2016).

Esta es una elección justificada porque permite la identificación de la naturaleza de las realidades y su sistema de relaciones (Palazzolo & Vidarte, 2013), y se plantea como

una óptica útil para estudiar fenómenos codificados con sonidos (Bernard & Ryan, 2010).

Además, el enfoque cualitativo, que aparece como alternativa al paradigma racionalista, es muy utilizado en las disciplinas sociales ya que en estas existen diferentes cuestiones y problemáticas que no pueden ser estudiadas desde una perspectiva cuantitativa, en gran medida por las restricciones a las que están sometidas.

Los estudios cualitativos han recibido diferentes nombres como son metodología etnográfica, interpretativa, etogenética, naturalista, interaccionismo metodológico, etc., siendo la denominación más extendida la de *paradigma cualitativo*. Todos estos métodos comparten unos principios comunes aunque posean enfoques ligeramente distintos (Bisquerra, 1996).

En referencia a los modelos propuestos que se encuentran dentro de un encuadre cualitativo están los de Miles y Huberman (1994) basados en un protocolo de actuación que recoge las fases de reducción de datos, organización y presentación, su interpretación y finalmente la verificación. Por su parte, Pérez Serrano (1994) propone las siguientes: análisis exploratorio, interpretación, descripción y análisis confirmatorio. Autores como Rodríguez Gómez y otros (1999) se refieren a las de reducción de los datos, disposición, transformación y verificación de conclusiones.

Nuestro enfoque cualitativo es además interpretativo ya que intenta encontrar sentido a los fenómenos según los significados que las personas les otorgan (Hernández, Fernández & Baptista, 2006). De esta forma, lo definimos como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Por ello, es la nuestra una posición desde la que abordar un estudio del discurso radiofónico que se convierte en un AD que queda inscrito en el propio saber cualitativo y en el *paradigma interpretativo* (Valles, 2000).

Nuestro ejercicio, además, lo realizaremos mostrando datos descriptivos de fenómenos circunscritos en entornos de forma natural, sin la intervención de experimentaciones artificiales, es decir, es naturalista. Esta perspectiva de análisis estudia a los objetos y



seres vivos en sus contextos o ambientes sin que quien lo investiga añada algún tipo de modificación o alteración para comprobar sus efectos en el mismo (Taylor & Bogdan, 1987).

### 6.3.- Diseño y estructura de la investigación

Una vez que conocemos que nuestro AD es cualitativo, de orden interpretativo y naturalista, decidimos emprender el siguiente paso dentro del protocolo que exige el diseño metodológico.

Para ello, se ha construido un *corpus oral* sobre cuyo contenido el autor de esta tesis no ha intervenido de ninguna forma. El mismo ha sido clasificado atendiendo al establecimiento de categorías discursivas de tipo emergente a partir de la recogida de los datos, del análisis preliminar y de la descripción del contexto en que se han producido (Erlandson, Harris, Skipper & Allen, 1993). Con él se conforma una transcripción ortográfica del universo formado por las alocuciones que son el contenido de los programas seleccionados, unos recursos que están dispuestos en internet a través de las páginas *web* de las propias emisoras (Hernández *et al.*, 2006).

Todo ello para realizar un análisis, que se convierte en crítico, con el que se pretende presentar la visión que se ofrece de ciertos colectivos que sufren las consecuencias de quienes utilizan el discurso como arma de poder para perpetuarse en posiciones dominantes (Fairclough & Wodak, 2000), como sucede con las mujeres y la población LGTBI, nuestro caso específico. Para ello ha sido adoptada una posición de estudio cimentada en el cuestionamiento crítico que identifique los usos lingüísticos, las expresiones y los vocablos que se utilizan para, desvelando lo oculto, ofrecer visibilidad sobre un mundo de representaciones (Hernández *et al.*, 2006).

Como sabemos que las ideologías de género quedan escenificadas a través de los discursos radiofónicos siendo reproducidas posteriormente por las audiencias (Fierro, 2003), se ha de realizar esta investigación alejándose de aquellas posiciones cándidas e ingenuas que consideran a la radio como un medio banal de comunicación o como una simple forma de producción y difusión de entretenimiento, sin más, reconociendo su gran poder de influencia. Consiste en una exploración de los medios desde el poder de

actuación que tienen como elemento catalizador de actitudes y roles en la difusión de estereotipos (Quin & McMahon, 1997).

#### 6.4.- El ACD o Análisis Crítico del Discurso

Ya sabemos que en este trabajo realizamos un AD sobre el contenido radiofónico conformado en un corpus oral, pero, ¿cómo materializarlo?, ¿cómo analizar el discurso radiofónico? Intentando ofrecer respuesta a estas interrogantes encontraremos el camino que hemos de trazar para encontrar nuestro método de trabajo.

Para ello existen muchas propuestas que, en líneas generales, y proviniendo de diferentes autorías, concluyen en la no existencia de la técnica que pueda ser considerada como la pertinente, es decir, como patrón estandarizado de investigación de un AD.

Así, las diferentes corrientes que han ido surgiendo al respecto y que han conformado la base de documentación de la bibliografía respectiva son las que resumimos a continuación.

La corriente británica Lingüística Crítica entiende una concepción del lenguaje funcionalista y propone un análisis transactivo-transformacional que relaciona la gramática con la organización social y el discurso con la ideología. Responde al paradigma crítico evidenciando que los contenidos discursivos y su práctica condicionan las prácticas sociales. Más allá de la consideración del estudio de la oración como unidad de estudio de esta corriente Fowler, Hodge, Kress y Trew (1983) se refieren específicamente a documentos icónicos como objetos de análisis del AD y que por ello son susceptibles de poseer las tres metafunciones del lenguaje.

Por su parte, Fairclough (1992) desarrolló varios trabajos basados en el funcionalismo y añadió la función ideacional a su planteamiento al afirmar que el discurso contribuye a la construcción de un sistema de creencias y consideró tres niveles de análisis: descriptivo o textual, interpretativo o práctica discursiva y explicativo o práctica social.

La Gramática Sistémico Funcional considera los vínculos entre la oración y el contexto en el que se produce al encuadrarse en el *contextualismo británico* que otorga las metafunciones ideativa, interpersonal e informativa al lenguaje en tres dimensiones de contexto, es decir, campo, modo y tenor (Halliday, 2001).

Posteriormente Sayago (2007) hace referencia a un AD que puede realizarse desde cuatro niveles: textual, discursivo, acción social y estructura social. Enmarcados en teorías lingüísticas, teorías de medio rango y de teoría social.

En cuanto a la consideración crítica del discurso, en los años 80 surge una corriente autodenominada como *postmarxista* que lo conceptualiza como productor de los vínculos que condicionan las relaciones sociales al vehicularlas mediante el lenguaje. Esto incluyó, entre otras, las consideraciones de lo discursivo tanto de lo étnico como de lo relativo al género (Laclau & Mouffe, 2004).

En general, y lejos de las consideraciones de cada autoría al respecto, podemos destacar que ha existido, y aún existe, una discusión semiológica sobre la relación entre los signos lingüísticos y sus referentes acerca de la opacidad con la que pueden llegar a ser presentados como elementos del discurso, con lo que se dificulta un AD. Así, Saussure (1997) opta por el principio de inmanencia según el cual la lengua se va a estudiar intrínsecamente, es decir, por sí y en sí misma.

#### 6.5.- Realización de un ACD sobre la narrativa radiofónica

La lingüística, al adquirir tanto relevancia como valor propio en el estudio de los medios de comunicación, es considerada como una disciplina muy preocupada por realizar análisis asépticos para mostrar, y muchas veces denunciar, tanto los efectos como los propósitos persuasores del lenguaje. Todo porque al ser considerados como instrumentos cargados de un gran poder de convicción, se ha utilizado para elaborar criterios y modelos de actuación, pensamiento, sentimiento y afectividades.

Por ello, atendiendo a estas consideraciones que valoran los contenidos mediáticos como compendios transmisores de significados y, además, constructores de comportamientos tanto en lo que respecta a asuntos particulares como a públicos, no

podemos excluir de cualquier tipo de estudio cimentado en un AD la consideración del contexto de producción y difusión de los discursos ya que sus condicionantes influyen en su construcción. En nuestro caso concreto nos referimos a la atención que hemos de mostrar hacia las características y singularidades propias del medio radiofónico, factores determinantes de nuestro estudio.

De esta forma, nos acercamos a la radio no desde la visión inocente que la considera como un medio simple productor y difusor de contenidos representantes de la realidad sino como agente que, en el contexto de una sociedad compleja, ejerce gran influencia sobre esta. Es esta una perspectiva que dista de observarla desde la candidez. Consecuentemente, es necesario adoptar una posición que la estudie cimentada en la crítica y el cuestionamiento para mostrar tanto la obviedad de los contenidos que difunde, es decir, lo que se escucha cuando se sintoniza una emisora, como aquello que no queda expuesto explícitamente en ellos, lo invisible o lo que permanece silenciado.

Es la misma radio que, en nuestra Sociedad de la Información, actúa como mediadora llegando a convertirse en una herramienta condicionadora y determinante al contextualizarse como un agente fundamental en la concepción del entorno, a veces con carácter de exclusividad.

Una radio, que como *mass media*, posee las características propias que los define, como la que considera que influyen de tal manera que se han convertido en imprescindibles (Esteve, 2003), llegando incluso a ser constructores de la realidad (Castells, 2007). Todo porque sabemos que una persona también adquiere formación a través de la dialéctica de la informalidad (García Carrasco, 2005). De esta manera, tanto la información como las ideas, más allá de las que se transmiten por la comunicación interpersonal, llegan a través de los medios de comunicación al funcionar como puentes que conectan a las personas con las fuentes de información externas al grupo al que pertenecen, en muchas ocasiones, proporcionando información sobre estilos de vida más allá de lo que la ciudadanía encuentra en su cotidianeidad, en otras llegando incluso a actuar como catalizadores para la transformación social (Rimal, Chung & Dhungana, 2015).

Todo esto acontece en la era de la banda ancha de internet, como es la nuestra, en la que se brindan muchas más oportunidades para el uso de medios de forma selectiva que lo que los tradicionales ofrecían (Hendriks, Vettehen, Troost, Boerboom, Steijaert & Scheepers, 2017), aunque esto se produzca en un contexto en el que el interés de sus discursos públicos resida en avanzar, sostener y legitimar el orden neoliberal (Krzyzanowski, 2016).

Considerando estas circunstancias nuestra estrategia metodológica ha de derivar hacia un procedimiento que descubra los componentes básicos de lo potencial y lo inédito, lo que no se dice en los mensajes que se difunden por las ondas porque permanece silenciado. Es el examen tanto de lo que se dice como de lo que se quiere decir. De las ideas que se expresan a través de la narrativa. Lo explícito y lo implícito de lo radiofónico. Es el análisis de la noticia que requiere además de un nivel textual el contextual, es decir, que sean considerados otros aspectos como los de su representación, comprensión y los sociales, porque también influyen en su producción (Van Dijk, 1990).

Estos planteamientos hacen que nos encontremos ante un estudio basado en un paradigma crítico social, el que: “Aboca a la crítica de las instituciones sociales” (Álvarez-Gayou, 2004:62).

Rosales (2013) explica que se trata de avanzar realizando un tratamiento de la representación, tanto de los géneros como de la orientación del deseo, interviniendo en los niveles:

- ✓ Pretextual o rango con el que se construye el discurso,
- ✓ Textual u horizonte donde se presenta dentro del conglomerado del medio, y
- ✓ Supratextual o proceso de su interpretación y asimilación.

Todo esto nos conduce hacia la realización de un Análisis Crítico del Discurso, en adelante ACD, con el que se estudia el mismo para desvelar los abusos de poder que acontecen en determinados contextos sociales, ya sean producidos de forma implícita o

explícita. Consiste en la desmitificación y el descubrimiento de las posiciones de dominación que quedan establecidas en el contexto de una problemática o desigualdad sociales. Todo ello para producir cambios en las estructuras sociales y políticas clásicas ya establecidas al adquirir una posición crítica de las mismas (Silva, 2002).

Desde su planteamiento, el propio del ACD, el discurso es considerado como un arma fundamental constructiva que, además de contribuir a la creación de una realidad, adquiere un papel relevante como instrumento ideológico y de poder (Fernández Martínez, 2007).

Una de sus funciones es el análisis riguroso y sistemático del mismo entendiendo que es un instrumento utilizado por quienes se sitúan en posiciones aferradas en la dominación, que lo manejan y dirigen hacia quienes son sus oprimidos, como sucede con los colectivos formados por mujeres y por la población LGTBI, en nuestro caso concreto.

“From its inception, CDA was a discipline designed to question the status quo, by detecting, analysing, and also resisting and counteracting enactments of power abuse as transmitted in private and public discourses” (Hidalgo Tenorio, 2011:183-210).

El analista Van Dijk, quien inició sus teorías a partir de la Lingüística Crítica aunque sus principios se encuentran influenciados por la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, es considerado como uno de los referentes bibliográficos en cuanto al ACD se refiere. Sobre este método de análisis señaló que con él se espera aportar, de forma explícita, una resistencia contra la desigualdad social (Van Dijk, 1990).

Los analistas críticos reflexionan sobre el papel del discurso al que consideran como instrumento influenciador en los contextos en los que participa, como son los sociales y los políticos, en cuanto a que las teorías que emanan de él son inherentes a la estructura social en la que se producen y difunden. Es atender al discurso como una forma de práctica social y concretar sus análisis en los márgenes de una práctica sociocultural (Fairclough, 1995; Van Dijk, 2000). Considerar el poder que se ejerce a través del discurso, induciendo o suprimiendo el comportamiento (Burke, 2015). Consecuentemente el análisis social, el estudio de las prácticas sociales y el semiótico

son esenciales porque la fundamentación principal de todo análisis es considerar que el papel de la sociedad adquiere influencia tanto en el discurso académico como en el científico al rechazarlos como libres de valores y posicionarlos sociopolíticamente en una contextualización determinada espacio-temporal.

Es desde estos términos desde los que nos acercamos a un estudio del discurso desde una posición crítica y cuestionadora, desde la misma en la que hemos de contemplar varias circunstancias.

Una de ellas es que el lenguaje con el que se construyen las alocuciones que se difunden a través de la radio, más allá de ser un simple instrumento de orden lingüístico, es un arma constructiva. Es la consideración de que el lenguaje es una herramienta de acción porque con él se posibilita hacer cosas (Austin, 1982). Es apreciar al lenguaje como una injerencia en la construcción de la realidad social, abandonando la concepción clásica del mismo que entiende que es un simple vehículo de comunicación que nos capacita para transmitir pensamientos e ideas, una reflexión que se obtiene a través de un análisis que lo valora como una acción social a través de la dualidad *discurso/mundo* (Ibáñez Gracia, 2003).

Otra es la que considera que: “La palabra es el fenómeno ideológico por excelencia” (Voloshinov, 1992:37). La misma que, previamente a la consideración del lenguaje como instrumento de comunicación, lo hace como de poder y de acción, reemplazando la noción de ideología por la de dominación o poder simbólico (Eagleton & Bordieu, 2003).

Sobre la cuestión acerca de cuál es el modelo apropiado de un ACD, no ha sido planteado uno único. Encontramos varias proposiciones entre las que destacan las formaciones discursivas de Foucault.

Es él quien mantiene la consideración del discurso como sustitución de ideología (Foucault, 1992). De esta forma, este autor deconstruye la percepción de las relaciones de poder unidireccionales entre las instituciones y la ciudadanía al entender que se distribuyen como si fueran vasos capilares (Matarese & Van Nijnatten, 2015), desarrollando la idea de que quienes se encuentran en el poder controlan la retórica que

se emplea y subordinan la de las minorías que no están bajo control político (Voss & Van Dyke, 2001). Consiste en convertir el discurso en un instrumento de poder cuando es utilizado en la producción y reproducción tanto de clichés como de estereotipos cargados de prejuicios, en el caso específico de este trabajo sobre el género y la orientación del deseo. Circunstancia que acontece principalmente desde posiciones dominantes que se encuentran instaladas en una atalaya estructurada sobre parámetros del pensamiento tradicionales y convencionales alejadas de cualquier atisbo de disidencia.

Pero, lo que es fundamental no es tanto que nos preguntemos por si es necesaria un gran teoría al respecto sino que observemos qué herramientas conceptuales son relevantes para nuestro análisis (Wodak, 2006).

Es de este modo como en el nuestro, el análisis del discurso radiofónico propio de esta investigación, alcanzamos a responder a la pregunta inicial que ya fue planteada de manera genérica mediante la formulación específica de las siguientes cuestiones:

- ✓ ¿Quién habla?,
- ✓ ¿Qué dice?,
- ✓ ¿A quién?,
- ✓ ¿Cómo, cuándo y dónde?,
- ✓ ¿Por qué?

Son estas unas preguntas que se materializan concretándolas en los siguientes aspectos:

- ✓ Identificación de quien toma la palabra.
- ✓ Asunto, tema o cuestión delos que habla.
- ✓ Contenido explícito de su discurso.



- ✓ Identificación de a quien se lo dice.
- ✓ Contexto en el que se produce.
- ✓ Valores, actitudes y posturas desde las que lo hace.
- ✓ Recursos lingüísticos que utiliza.
- ✓ Técnicas que emplea para argumentar/persuadir/refutar/razonar/distinguir su discurso considerando el sentido y la orientación que toma el mismo.

Este ejercicio se ha de ejecutar estimando el componente de inferencia que posee toda comunicación humana que va más lejos de tratarla como un proceso simplista de codificación y decodificación de contenidos (Grice, 1991; Sperber & Wilson 2004). Además, reparando en la distorsión que es producida como fruto de su función ideológica (Voloshinov, 1992).

Así, desvelaremos lo que los discursos disfrazan, encierran o esconden ya que los signos lingüísticos y semánticos no son inocentes por lo que han de ser estudiados tanto desde una perspectiva denotativa como desde una connotativa: “Las palabras mienten; la manera de expresar, nunca.” (Reich, 1993:138).

Pero, ¿cómo alcanzar consciencia de todo aquello que se revela a través de un discurso?

Para contestar a esta pregunta tendremos en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Cuáles son las estrategias lingüísticas y las prácticas discursivas que se utilizan observándolas desde una perspectiva instalada en el cuestionamiento.
- ✓ Cómo influye el contexto en la producción, construcción y difusión de los contenidos radiofónicos.
- ✓ Qué cotas de reconocimiento se consideran en la influencia del discurso dominante.

- ✓ Qué nivel de resistencia hay con respecto al uso de prácticas que supongan una alternativa al mismo.
- ✓ Qué grados de manifestación y/o silenciamiento existen.

#### 6.6.- La población y la muestra

Este ACD radiofónico se desbordaría hacia una actividad inabarcable debido a la innumerable cantidad de horas de programación que son difundidas en cada momento. Por ello, hemos de ejecutarlo circunscribiéndolo y limitándolo a una población determinada de la que se seleccionarán aquellas emisiones que respondan a las características de un procedimiento muestral de representatividad.

De esta forma se ha establecido una distinción de aquellos contenidos que cumplan con unas propiedades determinadas según un diseño metodológico que ha sido construido para tal efecto.

##### 6.6.1.- Definición de la población por tipología de programación, cobertura geográfica y temporalidad de las emisiones

La población de este trabajo queda definida por las siguientes características:

1.- La primera circunstancia que se considera para que los contenidos instalados en las emisiones radiofónicas formen parte de ella, y por tanto adquieran la condición de objeto de estudio, es la que hace referencia a la diferenciación según la tipología basada en dos clases de programación radiofónica:

A.- Por una parte, la programación que pertenece al formato convencional, también conocido como *radio hablada*, que cuenta con las siguientes propiedades:

- ✓ Poseen un *target* generalista y mayoritario,
- ✓ Sus contenidos se han transmitido en primer lugar en formato *off-line*, es decir mediante ondas hertzianas, y posteriormente han sido instalados en las

plataformas que poseen estas empresas para facilitar su escucha *on-line* en abierto.

Así, nos encontramos con los programas pertenecientes a las parrillas de las cuatro empresas de radiodifusión sonora con mayor cantidad de audiencia dentro del territorio español<sup>7</sup>. Las mismas que responden al modelo de radio generalista, también denominado como radio total, convencional o tradicional (Martí, 2004:29):

- ✓ COPE (Cadena de Ondas Populares Españolas).
- ✓ Onda Cero Radio.
- ✓ RNE (Radio Nacional de España), Radio-1.
- ✓ SER (Sociedad Española de Radiodifusión).

B.- Por otra parte, incluimos también en este estudio otro modelo de emisiones radiofónicas. Es el que cuenta con contenidos de formatos especializados:

- ✓ Poseen un *target* específico y minoritario,
- ✓ Tienen una difusión abierta exclusivamente *on-line*.

Concretamente nos referimos a los espacios, o *podcast*, instalados en las siguientes *webs*:

- ✓ [www.ondamujer.com](http://www.ondamujer.com), plataforma con contenidos específicos referidos y dirigidos a la mujer.

---

<sup>7</sup> El detalle sobre la cuantificación y cualificación de su audiencia se detalla en el epígrafe 6.2.3.- *La población y muestra de este trabajo: los espacios de cinco cadenas de radio convencionales y dos plataformas especializadas que emiten en territorio español.*

- ✓ [www.ondaarcoiris.com](http://www.ondaarcoiris.com), plataforma con contenidos específicos referidos y dirigidos al colectivo LGTBI.

Ambas responden al patrón de radio especializada. La misma que trata unos asuntos específicos y monotemáticos dirigidos a un segmento determinado de la población (Martí, 2004).

Además, pertenecen a la radio temática de interés permanente y público específico cuya extensión es menor que aquella que radia información especializada y cultural en cuanto a que esta posee un abanico de posibilidades de programación y de audiencia mayores (Moreno, 2005).

2.- La segunda consideración hace referencia a la delimitación de la población por cobertura geográfica.

Es de este modo como se consideran las emisiones que se ciñen a unos parámetros según una variable geográfica. Es la que se corresponde con el territorio español. Consecuentemente son estudiados los espacios que estas empresas radian a nivel nacional desechando aquellos que forman parte de las desconexiones autonómicas, provinciales y locales.

Esta estimación se tiene en cuenta según dos coyunturas:

A.- En las emisiones de formato *off-line* se estiman que dichos espacios sean radiados con ondas electromagnéticas que puedan ser recibidas en cualquier punto geográfico de España exclusivamente.

B.- En las emisiones de formato *on-line* se aprecia que la localización del origen desde el que se realizan las transmisiones se encuentre en el territorio español. Son los espacios difundidos a través de una *web* que se producen y propagan desde España y que, aunque su audiencia pueda ser potencialmente universal, poseen en acto un *target* localizado y residente en nuestro país. Esto es porque sabemos que estos contenidos, por

propagarse a través del ciberespacio, no sufren ninguna clase de limitación en cuanto a la cobertura de su difusión se refiere porque es universal.

3.- La tercera circunstancia es referente a la temporalidad de las emisiones.

Nos referimos a la selección de los espacios de acuerdo a criterios basados en una variable temporal.

Según la misma han sido elegidos, dentro del conjunto de las seis emisoras, aquellos contenidos radiados durante un año mediático de emisión determinado. Los mismos que se corresponden con la temporada que comienza en un otoño y termina en el siguiente verano.

Específicamente los discursos que analizamos en este trabajo son los que han sido difundidos durante la temporada 2014/2015, es decir, desde septiembre de 2014 hasta agosto de 2015.

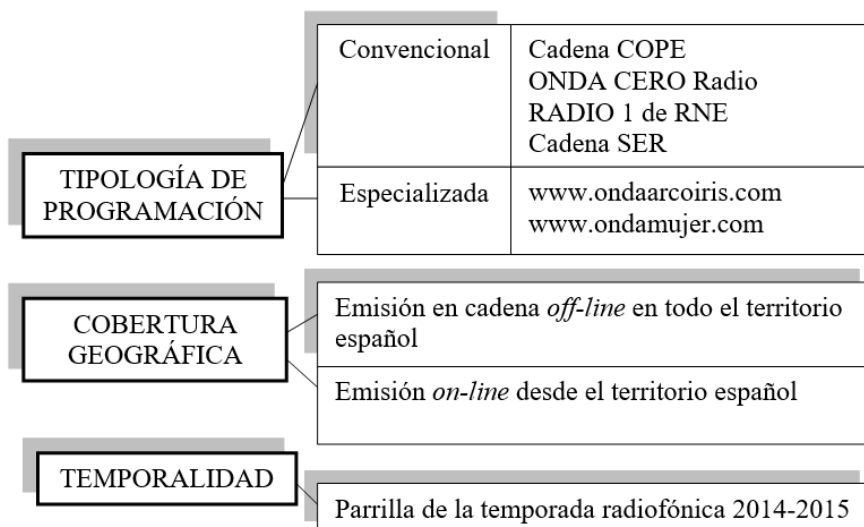
Este requisito se aprecia desde dos perspectivas diferentes:

A.- En el caso de las radios *off-line* esta particularidad hace referencia expresamente a las fechas de emisión original de cada programa, es decir, al mismo día en el que han podido ser sintonizados en una radio analógica. Cualidad esta que es independiente a que, con posterioridad, la empresa los haya ofrecido en formato *podcasts* en su *web* lo que, consecuentemente, facilita su escucha y re-escucha sin limitación.

B.- En referencia a las radios *on-line* aludimos a la fecha en la que cada *podcast* ha sido colgado en su página determinada. Una información que se ofrece de manera explícita a quienes los consumen ya que figura junto al título de cada espacio.

En la siguiente figura podemos observar una representación gráfica que define la población de este trabajo:

Figura 6. Criterios para la selección de la población. Elaboración y fuente propias.



### 6.6.2.- Selección muestral por agrupamiento o conglomerados

Una vez que ha quedado definida la población se ha de configurar el diseño del marco muestral de la misma. Mediante él se acotarán, con las justificaciones oportunas, los elementos del conjunto de la población que van a ser observados y analizados.

Para ello se han considerado tres propiedades según la programación de cada radio. De ella conocemos que responde a la planificación de unos contenidos sistematizados que, dosificados y ordenados, forman un conjunto armónico quedando establecidos en los márgenes de un horario para ser emitidos en un tiempo (Cebrián Herreros, 1994).

A.- La primera es la que valora cada espacio o programa radiofónico como una unidad de análisis completa y conclusa.

Al respecto, el diccionario de la RAE en su acepción número ocho explica que *espacio* es un: “Programa o parte de la programación de radio o televisión” (RAE, 2018b).

Y sobre el vocablo *programa* anota, en la acepción número nueve, que es: “Cada una de las distintas unidades temáticas que constituyen una emisión de radio o de televisión” (RAE, 2018c). El mismo que funciona como una unidad independiente (Tenorio, 2012).

De esta forma, cada espacio, o programa, construye un marco en cuyo contexto se encuentran articulados los discursos que, por otra parte, no pueden ser interpretados fuera de él ya que no pueden ser observados como elementos ajenos o extraños a sus circunstancias.

Es así como en ellos se instalan y articulan los discursos que, definidos por el género periodístico y el formato al que pertenecen, se envuelven en un contexto muy particular. Es el que se agrupa bajo un título, que es además la forma en la que se presenta a la audiencia. Así, cada uno posee unas características que le son propias y que se encuentran ya determinadas y definidas por el género periodístico y el formato al que pertenecen.

B.- La segunda es la que observa dichas unidades como elementos que forman parte de un conjunto mayor. Es el que se corresponde con su día de emisión.

Es así porque la programación de una emisora es el conjunto de contenidos ordenados de forma coherente en el interior de cada espacio que una emisora difunde cada día (Faus, 1981).

De esta manera, llegamos a la consideración de que cada uno de los días de emisión se corresponde con un conglomerado indivisible en cuanto a que, el relato de sus contenidos se repite a lo largo de cada fecha de emisión al abordarlos con una continuidad narrativa. Es con la suma de conglomerados, o días de emisión, con lo que se construye la parrilla de programación semanal que es una estrategia de estructuración de los mismos.

C.- La tercera se sostiene en el conocimiento consolidado de que la programación radiofónica se estructura mediante la articulación de sus espacios en una parrilla semanal cuyos contenidos quedan convertidos en la representación de una temporada completa de emisión.

Se entiende que la programación de una radio es la planificación y ordenación de sus contenidos, o la ubicación de su difusión dentro de un ciclo de emisión, o la organización coherente de espacios en el interior de una parrilla elaborada como una

estrategia discursiva (Martí, 2004). De esta forma, la parrilla al completo es la seña de identidad de una radio (Perona, 2012).

Si buscamos el vocablo *parrilla* en el diccionario de la RAE, en el significado número seis, dice que es: “En radio y televisión, rejilla” (RAE, 2018d). Y sobre *rejilla*, en su acepción número ocho: “En radio y televisión, esquema o cuadro de programación” (RAE, 2018e).

Esto acontece porque durante una temporada mediática dicha parrilla, la misma, se repite de forma sistemática durante 52 veces, que es el número de semanas que contiene un año natural, llegando a conformar la totalidad de la programación. De esta forma, como contenedora de la disposición de los diferentes espacios que se emiten durante una semana natural, queda convertida en el eje caracterizador y referencial de toda la programación de una radio y consecuentemente en su representación.

Si bien en este trabajo abordamos dos tipos de programación radiofónica, en referencia concretamente a la que queda instalada en el ciberespacio hemos de apreciar que dicha parrilla no existe como tal. Esto es porque los programas son subidos a las plataformas de forma independiente sin atender a ningún tipo de ordenación. Así, la radio *on-line* y su difusión en *podcast*, adaptándose a las nuevas tecnologías, ha hecho desaparecer a las parrillas tradicionales por lo que la audiencia elige lo que quiere consumir y el momento de hacerlo (Sánchez & López Pan, 1998). Por ello, en el caso concreto de nuestras dos plataformas digitales de difusión exclusivamente *on-line*, consideramos sus conglomerados atendiendo a la fecha en la que han sido subidos a cada una de ellas.

Una vez que han sido expuestas las explicaciones y justificaciones pertinentes concluimos que para la selección muestral se ha utilizado el sistema que se conoce con el nombre de *muestreo por agrupamiento o conglomerados*.

De esta forma cada unidad de muestreo, es decir, cada espacio o programa radiofónico, se encuentra agrupada formando un conjunto, grupo, o conglomerado, que es cada día de emisión. A su vez, la suma de los siete días de emisión de una misma semana forman otro conglomerado mayor que es la programación correspondiente a una parrilla de programación semanal.



Además, es *monoetápico* porque se miden todos los elementos que forman parte de cada conglomerado, es decir, todos los programas que se difunden a lo largo del mismo día en sus 24 horas de emisión, sin ejecutar submuestreo sobre ellos, en cuyo caso sería polietápico.

Una vez que sabemos que el muestreo de nuestro estudio es por conglomerados monoetápico nos preguntamos: ¿Cómo han sido elegidos los días de la emisión, es decir, los conglomerados?

Para ello hemos utilizado dos procedimientos:

1.- El primero hace referencia al conocido como *muestreo probabilístico aleatorio*.

Según este todos los casos que están presentes en el marco muestral tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte del mismo, es decir, teóricamente tienen la misma probabilidad de estar en la muestra final que se analizará (Alaminos & Castejón, 2006; Pineda, De Alvarado & De Canales, 1994).

Es un sistema equiprobable porque, utilizando como guía los preceptos de la teoría de la estimación, todos los elementos poseen una probabilidad de pertenecer a la muestra que es conocida y distinta de cero.

En este caso mientras que los elementos son heterogéneos, porque cada programa tiene su propia identidad, los conglomerados son homogéneos entre sí ya que cada día de emisión, o cada semana, cuenta con los mismos espacios con respecto a los demás porque son de emisión diaria y se repiten semanalmente.

La selección de los conglomerados se elabora según un muestreo aleatorio simple que está fundado en el azar en cuanto a que los elementos forman parte de un listado y han sido seleccionados por un procedimiento fortuito. Es un muestreo con réplicas en cuanto a que son seleccionadas, de entre la misma población, más de una muestra que además tienen el mismo tamaño (Vivanco, 2006).

Atendiendo a todo ello ha sido escogida una semana de programación. La correspondiente a la que transcurre desde el lunes 15 al domingo 21 de diciembre de 2014.

2.- El segundo procedimiento hace referencia a la *selección de muestreo estratificado*.

Este ha sido utilizado para estudiar una muestra de aquellos conglomerados en los que por cualquier circunstancia han sido tratados contenidos referentes a asuntos específicos. Son los que se encuentran relacionados de forma muy estrecha con los objetivos de estudio de esta tesis doctoral.

Así, la selección diseñada por muestreo estratificado se caracteriza porque para ejecutarla se utiliza información adicional sobre variables de estratificación con la que se pretende mejorar la selección de la población y la precisión (Vivanco, 2005).

Se trata del estudio de casos concretos para el que interesa realizar una selección orientada por la información según la cual dicha muestra está condicionada y determinada (Flyvbjerg, 2006). Son aquellos casos en los que se expone con intensidad aquello que se investiga (Patton, 2015).

Siguiendo los preceptos de este procedimiento han sido elegidos los espacios radiofónicos que se han radiado en las siguientes fechas. Son los correspondientes a unos conglomerados en los que se incluyen contenidos específicos sobre la actualidad del momento tanto en referencia a la mujer como a la población LGTBI<sup>8</sup>:

✓ Jueves 8 de enero de 2015:

Es la comparecencia en el Congreso de Consuelo Madrigal Martínez-Pereda al ser nombrada Fiscal General del Estado.

Soraya Sáez de Santamaría se postula a la candidatura de la alcaldía de Madrid.

---

<sup>8</sup> Las informaciones que forman parte de la muestra estratificada de este trabajo se pueden consultar en las páginas de los principales periódicos de nuestro país según se detalla en el *Anexo 12.- Relación de páginas para la consulta de las informaciones cuyo contenido forma parte de la muestra estratificada*.

✓ Miércoles 28 de enero de 2015.

Grecia forma un nuevo gobierno sin ninguna mujer.

Una jueza cita a declarar al clan patriarcal de la familia Pujol.

✓ Martes 17 de febrero de 2015.

Las mujeres tienen que trabajar más horas que los varones para obtener el mismo sueldo.

✓ Martes 14 de abril de 2015.

El Ministerio del Interior presenta un informe sobre los delitos de odio entre los que destacan por su número los relativos a la homofobia y a la transfobia.

✓ Domingo 8 de marzo de 2015.

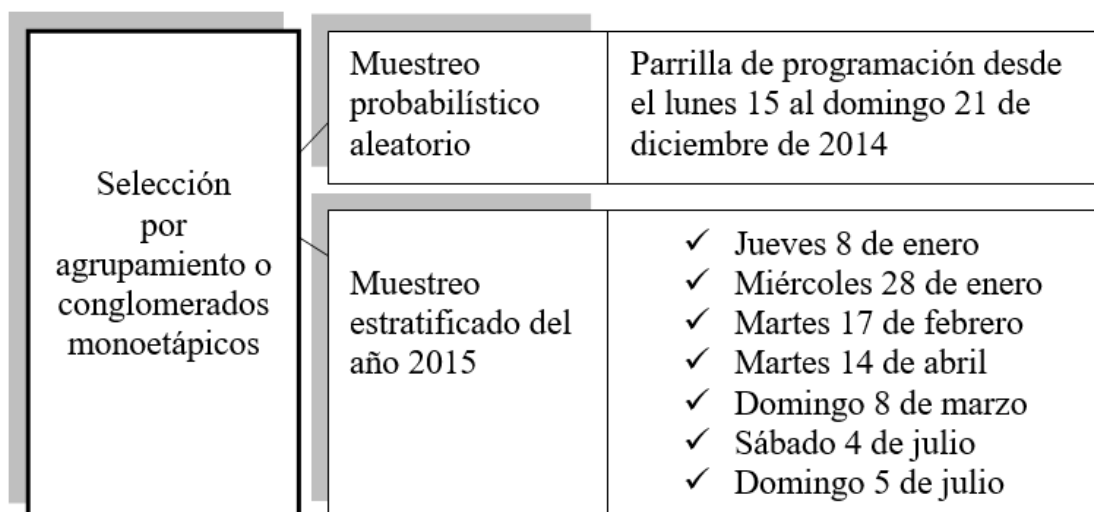
Día Internacional de la Mujer.

✓ Sábado 4 de julio y domingo 5 de julio de 2015.

Commemoración Internacional del Orgullo LGTBI.

De esta forma, tanto con los conglomerados pertenecientes a la semana de programación seleccionada mediante el muestreo probabilístico aleatorio como con estos siete a través del método estratificado, se establece una representación de los discursos radiofónicos que pertenecen a la temporada 2014/2015 de difusión en España, como podemos contemplar en la siguiente figura:

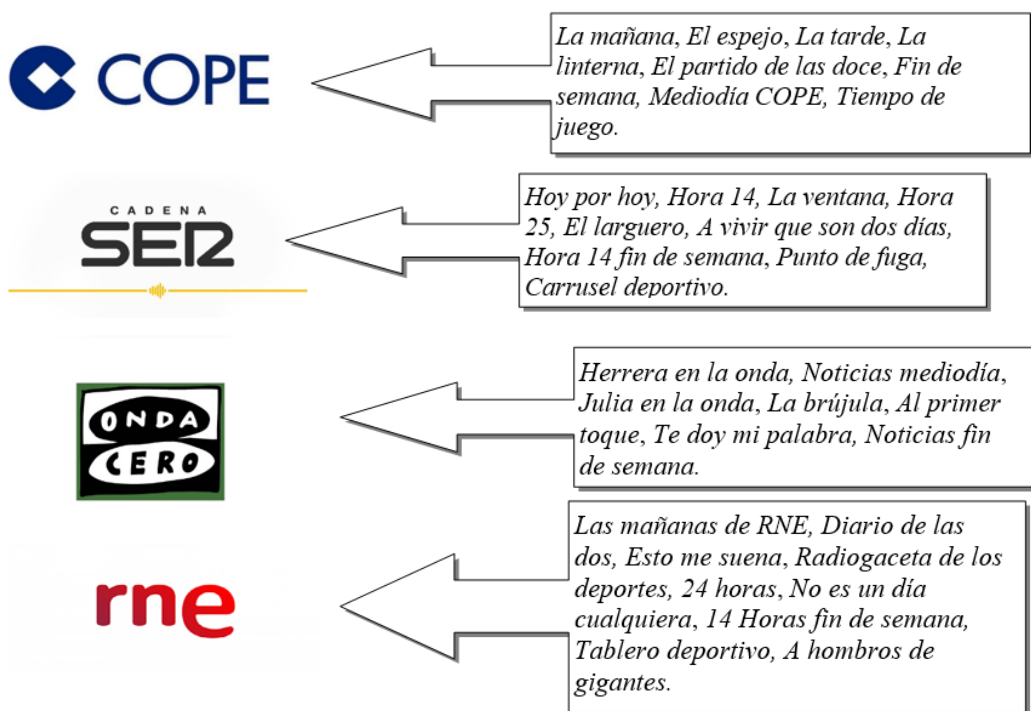
Figura 7. Procedimiento para la selección de la muestra. Elaboración y fuente propias.



6.6.3.- La población y muestra de este trabajo: los espacios de cinco cadenas de radio convencionales y dos plataformas especializadas que emiten en territorio español

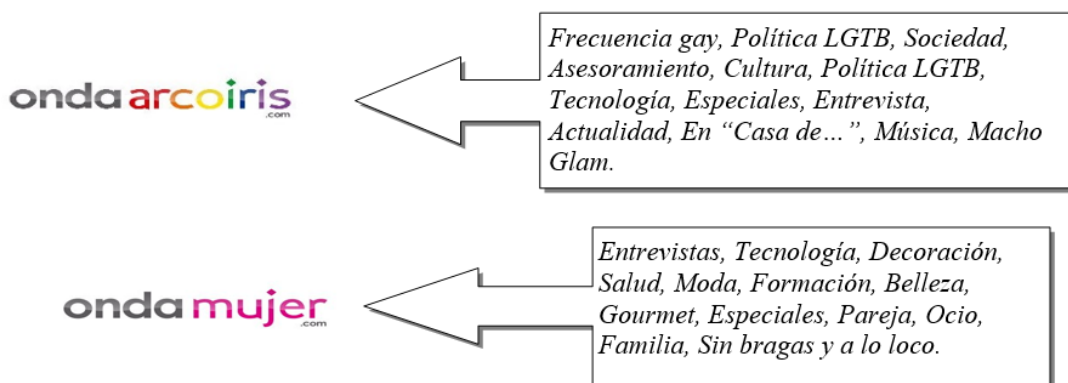
Una vez que ha sido determinada la población, y sobre ella la muestra, que se estudia en este trabajo, obtenemos unos espacios radiofónicos que son los que analizamos en él. Los títulos de los referentes a las emisoras de programación convencional se encuentran descritos en la siguiente figura:

Figura 8. Espacios pertenecientes a la población de radios convencionales que forman el objeto de estudio. Elaboración y fuente propias.



Por su parte, los que emiten las dos plataformas digitales de contenido especializado, se encuentran en la siguiente:

Figura 9. Espacios pertenecientes a la población de plataformas especializadas que forman parte del objeto de este estudio. Elaboración y fuente propias.



En aras de una contextualización de la población estudiada en este trabajo, vamos a esbozar unos datos históricos acerca de ella.

Comenzamos con la Sociedad Española de Radiodifusión, Cadena SER, que nació con la creación de Radio Barcelona en 1924. Su historia, que se puede consultar en una amplia bibliografía, es la de nuestro país, ya que ha sido testigo de todos los acontecimientos que han acontecido desde entonces. Es por ello que su hemeroteca, o mejor expresado: su fonoteca, es de obligatoria consulta para quien quiera empaparse de ella. Es así como esta radio se ha convertido en el referente mediático de varias generaciones, y lo sigue siendo aun hoy en día. Una cadena de radio que ha ido creciendo tanto mediante la compra de emisoras independientes como asociándose a ellas. Entre estas actuaciones destacamos la que se produjo en 1992 mediante la absorción de Radio 80 y Antena 3 de Radio (Bustamante, 2013).

Uno de sus programas legendarios, que continúa en antena, es *Hora 25* que nació con unos objetivos muy concretos: “Conseguir una mayor cuota de audiencia masculina generando nuevos ingresos por comercialización publicitaria y rentabilizar el horario de medianoche, que no había sido explotado hasta la fecha por la radio” (Pérez & Hortelano, 2016:158).

En la actualidad, junto con *Los 40* se conforma como la más seguida, tanto en su emisión sonora como en lo que respecta a sus redes sociales. Con respecto a los audios más descargados, en abril de 201, los primeros puestos entre los medios en general se los reparten entre ella y Onda Cero (Sixto García, 2018).

Su modernización se ha ido desarrollando lanzando en 2016 el servicio *Podium Podcast* donde se comparten espacios dramatizados tanto de producción actual como antigua (Pallares, 2018).

Por otra parte, el origen de la radio pública española nació en Salamanca el 19 de enero de 1937. Era la instalación de Radio Nacional de España en el cuartel general del ejército de quien se había sublevado contra el Gobierno de la Segunda República, Francisco Franco. La primera voz que se escuchó fue la del actor y locutor Fernando Fernández de Córdoba quien presentó un espacio al que llamó *Habla España* con una

emisora móvil de la marca Telefunken y de 20 KW. La emisora dependía de la recién creada Delegación del Estado para Prensa y Propaganda. En 1940 se traslada a Madrid y en 1949 instalaron una emisora en Barcelona. En estos comienzos, marcados por la propaganda franquista, destacaron los radioteatros y las transmisiones futbolísticas. En los 60 llegaron los diarios hablados o partes desde los que se difundía el pensamiento único ya que esta cadena tuvo la exclusividad en cuanto a la transmisión de información respecta que terminó en 1977 (La Gaceta, 2019).

“La construcción de la figura de Franco como caudillo fue una orquestación propagandística de la que la radio –especialmente la estatal– fue un engranaje fundamental.” (Gómez García & Gil Gascón, 2018:446).

A partir de entonces, RNE se ha ido expandiendo creando cadenas con programación especializada. Entre ellas destacan Radio 2, hoy *La Clásica* y Radio 3 con contenidos culturales y educativos. Desde el 1 de enero de 2007 se extinguió el Ente Público RTVE y nació la Corporación RTVE, como consecuencia Radio Nacional de España pasó a ser una sociedad mercantil estatal (Otero, 2018).

Otra de las cadenas de radio que conforman la población de este trabajo es la COPE, Cadena de Ondas Populares Españolas, sobre ella se puede leer en su propia *web* (COPE, 2019a), que: “Es una de las principales organizaciones de emisoras de la Radiodifusión católica europea, de la que es accionista mayoritaria la Conferencia Episcopal Española”.

En la misma, desarrollando un relato sobre su historia, se explica que durante los años 1974-1975 empiezan los acuerdos entre diferentes emisoras para emitir programación en cadena de forma regular con espacios como *Popular deportivo* y el musical *Calidad Popular 45* y maratones que incluso llegaron a durar hasta tres días consecutivos sin interrupciones.

Este es el comienzo de la competición comercial con el resto de cadenas en un auge para ganar audiencia y conseguir mayor publicidad. En 1983 surgen cambios relevantes que consistieron en la contratación de estrellas como Luis del Olmo con *Protagonistas* y Encarna Sánchez con *Encarna de Noche*. Más tarde se incorporaron otras como Antonio

Herrero, José María García, Luis Herrero y Federico Jiménez Losantos. En 2010, se fichó a Paco González, Manolo Lama y Pepe Domingo Castaño que procedían del *Carrusel deportivo* de la SER. Con ellos y su amplio equipo se llenaron los micrófonos de las transmisiones del fútbol. En junio de 2015, Carlos Herrera abandonaba Onda Cero para incorporarse a la COPE lo que se tradujo en un incremento de un millón de oyentes en Herrera en la COPE de 6 a 12 de la mañana.

“Respecto a su desarrollo como cadena nacional, dos hechos importantes se producen el 28 de noviembre de 1959, cuando se creó el Plan Nacional de Radiodifusión de la Iglesia; y a comienzos de los años 1960, cuando la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social, presidida por el Arzobispo de Pamplona, Enrique Delgado Gómez, crea el Secretariado de Comunicación Social con el fin de reorganizar y legalizar —la inmensa mayoría de radios episcopales carecían de licencia— las emisoras de la Iglesia que, por aquel entonces, eran más de doscientas en toda España” (Fernández, 2018:3).

El ideario de esta cadena de emisoras, que también se encuentra en su *web* (COPE, 2019b), es explícito. En él podemos leer que sus estatutos se cimentan en:

- 1- Difundir la doctrina y actividades de la Iglesia Católica.
- 2- Orientar a la opinión pública con criterio cristiano.
- 3- Colaborar en la promoción humana, social y cultural de la sociedad en general.
- 4- Ofrecer programas informativos de noticias, comentarios, editoriales y demás servicios que pueden enmarcarse dentro de esta temática.
- 5- Ofrecer programas recreativos de sano esparcimiento.

La cuarta cadena de programación convencional es Onda Cero Radio. Esta surgió de la fusión que realizó la ONCE en 1990 de sus emisoras de Radio Amanecer y de la adquisición de la Cadena RATO. En 1999 la ONCE la vendió a Telefónica (Galán & Herrero, 2017), tras un periodo en el que fue adquirida por Telefónica Media, pasó a integrarse en el Grupo Antena 3 en la primavera de 2003 (La Razón, 2010).

Fue la pionera en la creación de una página *web*, concretamente en 1996, un año antes que la de la COPE y dos que la de la SER. En sus comienzos fueron simples expositores



de las emisiones analógicas para convertirse posteriormente en la creación de contenidos originales y exclusivos (Martínez-Costa, Moreno & Amoedo, 2018).

Acerca del posicionamiento y las preferencias políticas de las audiencias radiofónicas, específicamente de las tres cadenas que poseen titularidad privada, Alaminos Fernández (2011) realizó un estudio entre el 6 y el 14 de abril de 2010. El mismo consistió en 2479 entrevistas personales en los domicilios de mayores de 18 años, de ambos géneros, de 239 municipios de 49 provincias españolas utilizando los datos del CIS. En él, vinculando su recuerdo del voto de las elecciones generales celebradas justo anteriormente y la intención del mismo prevista para las siguientes, se concluye que: “La Cadena SER es preferente entre los votantes de izquierdas, tanto PSOE como Izquierda Unida. La Cadena COPE y Onda Cero es preferida por los votantes del PP” (Alaminos Fernández, 2011:42).

Si nos referimos al índice de audiencia que poseen las cuatro cadenas radiofónicas de programación convencional, podemos afirmar que se conforman como las que poseen el mayor índice de audiencia de las que emiten en territorio español, lo que las convierte en poderosas influyentes dentro de nuestro panorama mediático contemporáneo.

En los informes de la agencia *Reuters* sobre los medios con mayor consumo semanal en España tanto *Los Servicios Informativos* de la SER como *Las Noticias* de Onda Cero figuran entre los 13 primeros con respecto al año 2014. Con respecto al año siguiente, es decir 2015, encontramos a las cadenas SER, Onda Cero, RNE y COPE, en este mismo orden, como las que tienen un mayor consumo en informaciones digitales (Newman & Levy, 2014).

De esta manera, el medio radiofónico se constituye como uno de los que mayor peso ejerce sobre la población, según los propios datos cuantitativos y objetivos especifican.

Según el Estudio General de Medios el grado de penetración de la radio en España en el período desde abril de 2014 hasta marzo de 2015 es del 60,4% en comparación con otros medios. El mismo decreta que la audiencia de las cadenas generalistas fue: SER 4.444.000, Onda Cero 2.394.000, COPE 1.811.000 y RNE 1.239.000, compuesta por un 48% de mujeres y un 52% de varones. Entre las cuatro suman el 77% de la audiencia de

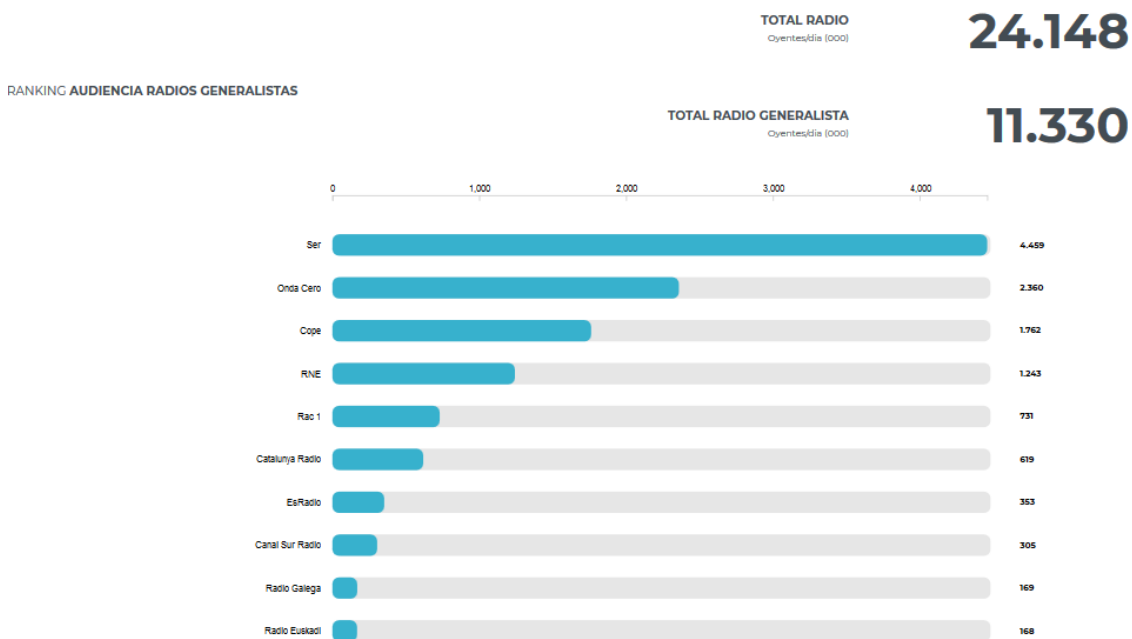
las radios españolas de programación convencional o generalista con un consumo de 48 minutos por persona y día (AIMC, 2015a).

Recordamos que los resultados del EGM juegan un papel clave en la gestión en la determinación del tipo de programación, así como en la planificación de la inversión publicitaria y los honorarios que se pagan por esta (Balsebre, Perona, Fajula & Barbeito, 2011).

Concretamente, el detalle de la cuantificación de la audiencia del período que se corresponde con la muestra seleccionada para este trabajo, se puede observar en los gráficos que exponemos a continuación. En ellos aparece la audiencia de cada una de las oleadas en las que el Estudio General de Medios realiza sus encuestas destacando la cantidad de oyentes por día tanto para el conjunto de las radios españolas en general como para las de contenido convencional en particular. Entre estas últimas se encuentran las que conforman nuestro estudio.

El primero de ellos, correspondiente a la tercera oleada de 2014, es aproximadamente el del cuarto trimestre de ese mismo año:

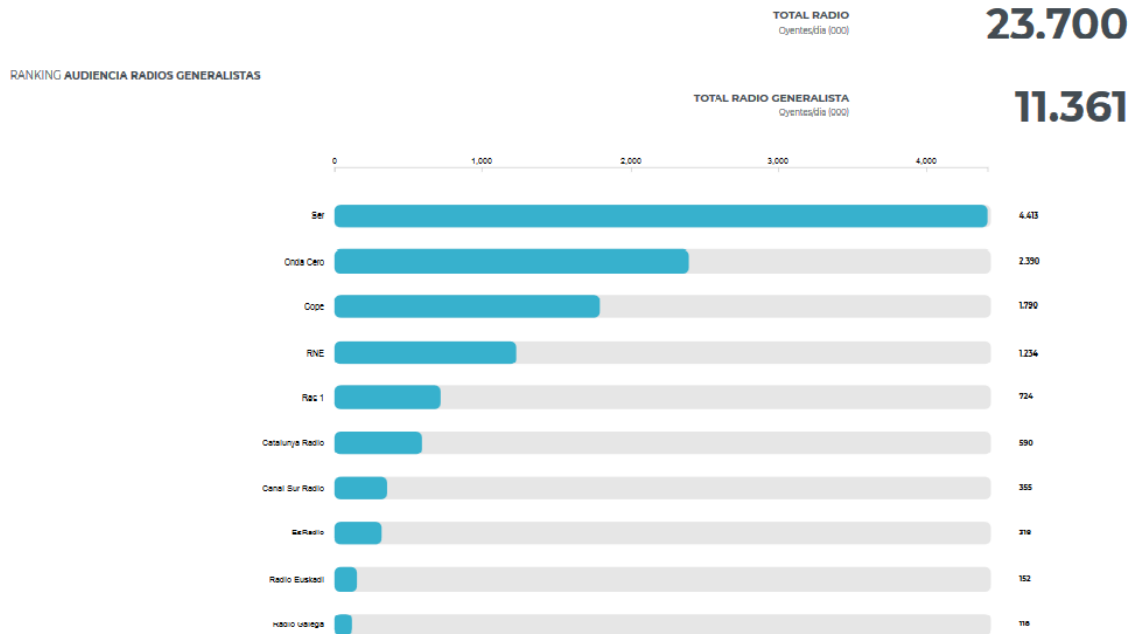
Gráfico 9. Cuantificación de la audiencia de las radios generalistas según el EGM para la tercera oleada de 2014. Elaboración y fuente: AIMC, 2015b.



## Bloque 2. La metodología de la investigación

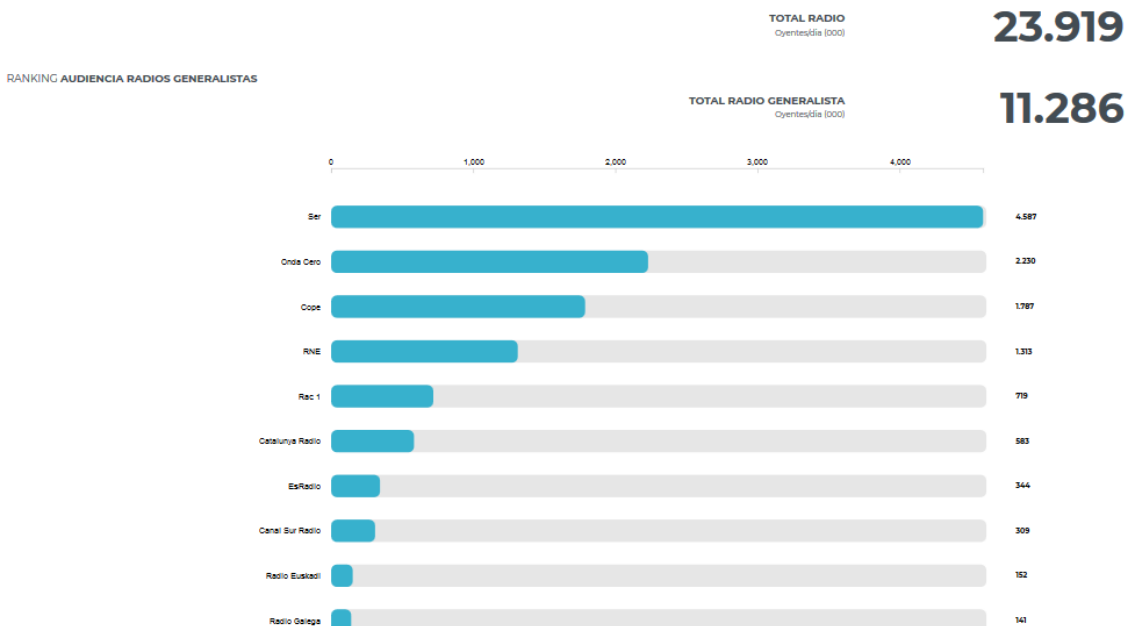
En el siguiente gráfico podemos observar la audiencia de la primera oleada de 2015, o del primer trimestre de este año aproximadamente, también de las radios convencionales:

*Gráfico 10. Cuantificación de la audiencia de radios generalistas según el EGM para la primera oleada de 2015. Elaboración y fuente: AIMC, 2015b.*



Por su parte, la cantidad de audiencia de la segunda oleada de 2015 o segundo trimestre de este año, queda especificada en el siguiente gráfico:

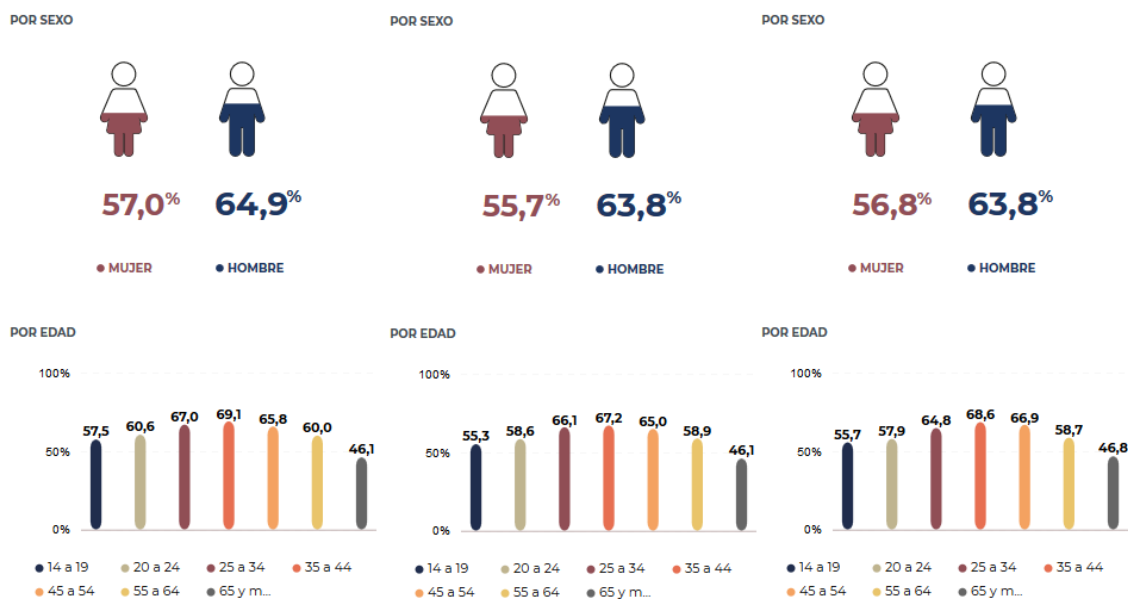
Gráfico 11. Cuantificación de la audiencia de radios generalistas según el EGM para la segunda oleada de 2015. Elaboración y fuente: AIMC, 2015b.



Según muestran los gráficos anteriores hemos podido observar que las cuatro cadenas de radio de programación convencional que conforman la población de nuestro estudio, es decir, la SER, Onda Cero, COPE y RNE, son las que acumulan un mayor número de audiencia en referencia al ámbito español. Así, potencialmente son las más influyentes al alcanzar a una cantidad mayor de personas que el resto.

Acerca de la cualificación de dicha audiencia, específicamente la que atiende tanto a su género como a su edad, la podemos contemplar en el siguiente gráfico, también como conclusión de las mismas encuestas que realiza el EGM, en el que se exponen de manera ordenada, de izquierda a derecha, los tres mismos períodos que se han contemplado en los gráficos anteriores:

Gráfico 12. Género y edad de la audiencia de las radios generalistas. En este orden: tercera ola de 2014, primera de 2015 y segunda de este mismo año. Elaboración y fuente: AIMC, 2015b.



Según los datos que obtenemos del gráfico anterior podemos verificar que, por reglas generales, las radios poseen una audiencia masculina ligeramente superior a la femenina en los tres períodos analizados en este trabajo que, según recordamos, son los que se corresponden con los seleccionados para su muestra.

Sobre estas cuatro cadenas de radio, los grupos de investigación GIPEyOP (Grupo de Investigación en Procesos Electorales y Opinión Pública) y Mediaflows de la Universidad de Valencia elaboraron un estudio<sup>9</sup> para conocer la ideología de sus audiencias, pero no de manera exclusiva ya que incluyeron otros medios como los relativos a la prensa escrita y a la televisión (Mediaflows, 2018). Acerca de la misma establecieron una ponderación.

<sup>9</sup> La ficha técnica de este estudio, según se detalla en el documento del mismo es:

Cuestionario: auto-administrado por internet.

Diseño muestral: Bola de nieve a partir del fichero de colaboradores de GIPEyOP.

Trabajo de campo: 14/12/2016 – 04/01/2017.

Ámbito: España.

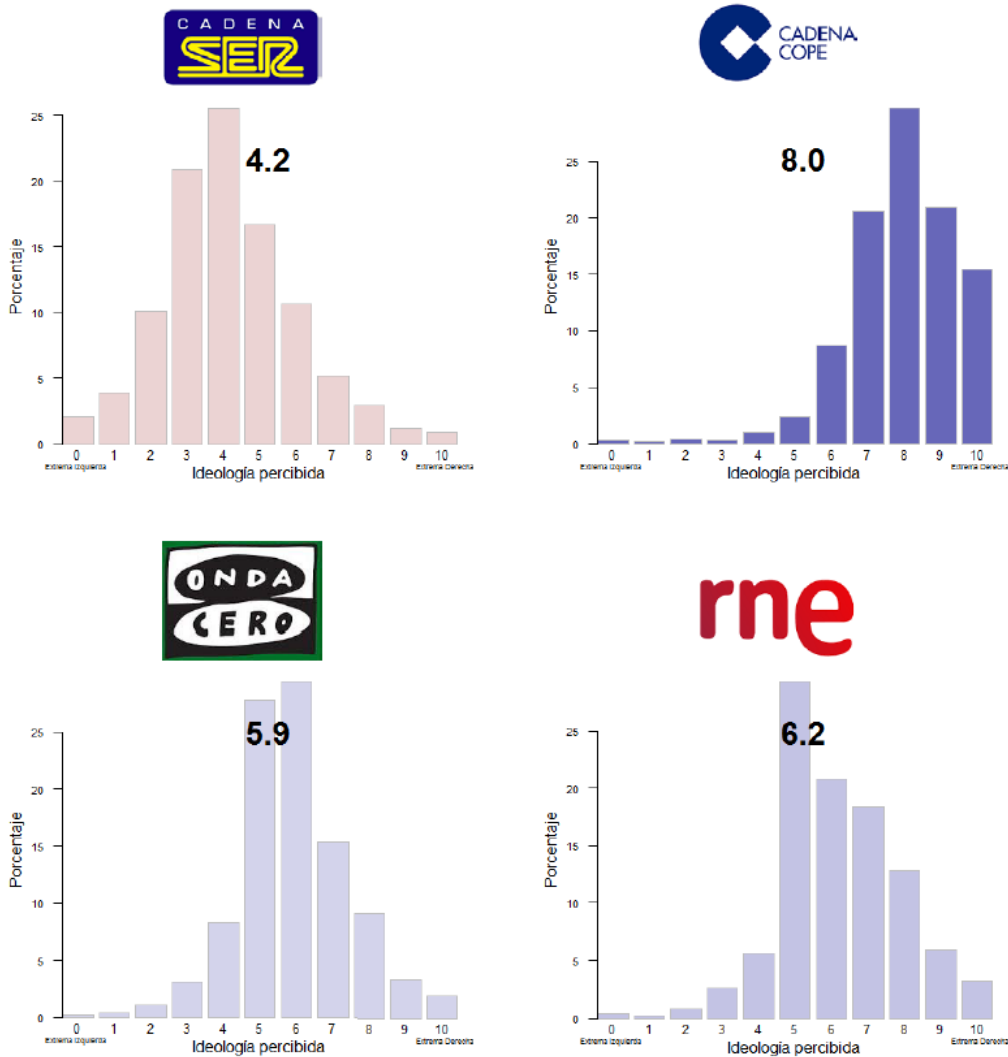
Número de respuestas válidas recibidas (total): 5414 (6270).

Tiempo mediano de cumplimentación del cuestionario: 12 minutos.

Las respuestas individuales han sido ponderadas utilizando técnicas de post-estratificación para subsanar (mitigar) los sesgos en la muestra recolectada. Las estimaciones presentadas en este informe utilizan los pesos de post-estratificación.

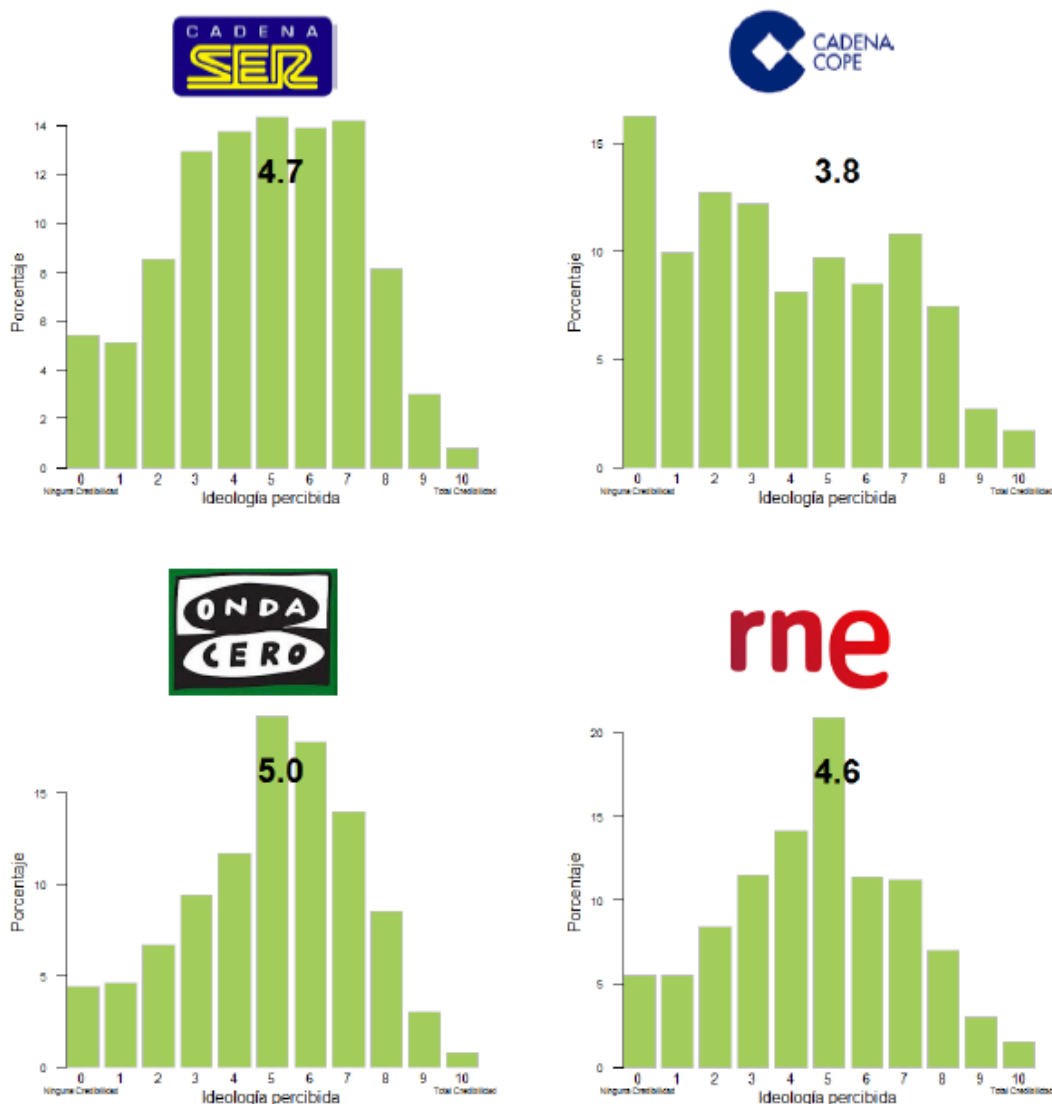
Así, dibujando una línea continua que va desde una escala de 0 (que representa a la extrema izquierda) hasta el 10 (extrema derecha) concluyeron que la ideología percibida en la audiencia de la Cadena SER es 4,2, en RNE 6,2, en Onda Cero 5,9 y en la Cadena COPE 8, según podemos observar en el siguiente gráfico:

Gráfico 13. Percepción agregada de las encuestas sobre la ubicación ideológica de las cadenas de radio. Elaboración y fuente: Mediaflows, 2018.



También este mismo estudio incluye su nivel de credibilidad que, según las personas encuestadas en él, ofrecen las mismas cadenas de radio. En este caso se representó con un 0 el nivel nulo de la misma y con el 10 el máximo. Al respecto, la conclusión general, según podemos observar en el siguiente gráfico, es que la Cadena COPE ofrece un 3,8, RNE un 4,6, la Cadena SER un 4,7 y Onda Cero Radio un 5:

Gráfico 14. Credibilidad asignada a las cadenas de radio. Elaboración y fuente: Mediaflows, 2018.



Por su parte, con respecto a las otras dos radios que también conforman la población de este estudio, es decir, ondarcoiris y ondamujer, no existe tanta documentación.

Se trata de dos plataformas que emiten programación especializada. Lo poco que sabemos es que ondamujer tiene un contenido específicamente dedicado al ámbito femenino (Pedreo, Sánchez & Pérez, 2015), y que ondarcoiris dedica sus espacios a la población LGTBI. Ambas pertenecen al grupo de comunicación *Pr Noticias* que se conforma como una agencia que ofrece información especializada en medios de comunicación.

En la página *web* de este grupo mediático se resalta que está formado por un equipo joven de profesionales de la comunicación, el marketing y la publicidad. En la misma, y acerca de *ondaarcoiris*, se explican sus objetivos:

“Queremos ser la radio de referencia del mundo LGTBI, en la que te sientas a gusto con nosotros. En *ondaarcoiris.com* encontraras podcasts con contenido LGTBI. Pero no sólo te queremos informar, si no, que también queremos que te conozcan y que seas visible y para ello hemos creado un club” (PRNoticias, 2017).

Por su parte, *ondamujer* se inauguró el 13 de noviembre de 2013, según se explica en su *web* en la que además se puede leer que su target está formado por mujeres ejecutivas, con puestos de responsabilidad y mandos de alta dirección, y que su parrilla se compone de espacios en los que se tratan asuntos como el emprendimiento, la vida en pareja, la psique femenina, la familia, el trabajo y el bienestar, todo ello articulado bajo el formato del entretenimiento, la información y entrevistas (PRNoticias, 2017).

#### 6.7.- Procedimiento de trabajo

Este trabajo se ha realizado de acuerdo a una formalidad que queda ordenada secuencialmente según esta disposición:

- ✓ Planteamiento tanto del objetivo principal como de los específicos con los que elaborar un procedimiento de trabajo para alcanzarlos.
- ✓ Redacción de un marco teórico según la bibliografía consultada específica acerca del medio radiofónico, el género y la orientación del deseo.
- ✓ Definición del método apropiado para la elaboración de un ACD que actúa sobre la muestra de una población formada por el conjunto de unos espacios radiofónicos.



Sobre lo obtenido, y a partir de este punto, se han acometido las acciones que se detallan en el siguiente protocolo de intervención:

FASE I.- Selección de los *podcasts* instalados tanto en las *webs* de las cadenas de radios como en las plataformas digitales que forman parte de la población y la muestra de este estudio:

1. Descarga de los mismos en formato digital.
2. Etiquetado y clasificación atendiendo a la emisora de radio y al programa al que pertenezcan ordenándolos por la fecha y hora de emisión.
3. Reproducción en un ordenador para escucharlos de forma activa.
4. Observación de aquellos contenidos que potencialmente puedan formar parte de este trabajo.
5. Detección específica de los discursos que interesan según los objetivos formulados.
6. Se destacan aquellas informaciones, noticias, comentarios, etc., en los que de alguna u otra manera son citados, mencionados, nombrados o referenciados asuntos sobre alguien o algo observándolo tanto desde una perspectiva de género como de la orientación del deseo.

FASE II.- Creación de un corpus sonoro:

1. Transcripción a código ortográfico de los discursos orales que cumplen con los criterios descritos en la fase anterior.
2. Clasificación de los textos obtenidos atendiendo a:
  - ✓ La cadena, emisora o plataforma radiofónica que los ha difundido,

- ✓ Título del programa o espacio de los que forman parte,
- ✓ Fecha de emisión.

3. Clasificación según los temas a los pertenezca cada una de las transcripciones.

FASE III.- Construcción de categorías discursivas surgidas de forma emergente a partir de la identificación de las alocuciones anteriores:

1. Agrupación de los discursos del corpus según a la que pertenezca cada uno.
2. Asociación de aquellas que están relacionadas según un mismo tema o asunto.
3. Concentración de las que se encuentren asociadas bajo una misma de orden mayor.
4. Jerarquización según su nivel de relevancia.

FASE IV.- Análisis cualitativo de cada valor o categoría desde dos perspectivas:

1. La propia observación del autor de este estudio tomando como referente el marco teórico que queda expuesto en este mismo trabajo.
2. A través de los comentarios vertidos en los grupos de discusión que se han realizado, lo que se conforma como un instrumento más de este análisis del discurso radiofónico.

FASE V.- Redacción tanto de las discusiones como de las conclusiones ordenándolas según respondan a los objetivos planteados.

En este mismo apartado se incluye la información sobre unas guías en las que se recomienda el uso de un lenguaje inclusivo con respecto al género y a la orientación del deseo. Un ejercicio en el que se detalla cómo desarrollarlo en el ámbito educativo y en los medios de comunicación.

### 6.8.- Construcción de un corpus oral radiofónico

Para la elaboración de nuestro análisis hemos creado un corpus oral compuesto a partir de la escucha activa del marco muestral de la población que se ha transcrito mediante: “Un procedimiento de traslado o trasposición a una forma gráfica (escrita) de una producción (lingüística, discursiva) originariamente oral” (Payrató, 1995:45).

Entendemos que un *corpus* es un: “Conjunto lo más extenso y ordenado posible de datos o textos científicos, literarios, etc., que pueden servir de base a una investigación” (RAE, 2018a).

El trabajo de Pérez Hernández (2004) nos cuenta que hay aspectos que son fundamentales para la consideración del mismo como son que los textos tienen que producirse en situaciones reales y que tienen que estar guiados por criterios lingüísticos para que conformen una representación de la lengua.

Es así como queda definido por el grupo EAGLES, Expert Advisory Group on Language Engineering Standards:

“Corpus: A collection of pieces of language that are selected and ordered according to explicit linguistic criteria in order to be used as a sample of the language.” (EAGLES, 1996:4).

Uno de los expertos en su estudio fue Sinclair quien los clasificó en internos, (hacen referencia a patrones lingüísticos que están presentes en los textos) o externos (referencian a autorías, nivel social de quienes participan en ellos, etc.) y los definió como:

“A corpus is a collection of pieces of language text in electronic form, selected according to external criteria to represent, as far as possible, a language or language variety as a source of data for linguistic research.” (Sinclair, 2004:1).

Una reflexión a la que añadió el siguiente comentario:

“The corpus builder should retain, as target notions, representativeness and balance. While these are not precisely definable and attainable goals, they must be used to guide the design of a corpus and the selection of its components.” (Sinclair, 2004:1).

En cuanto al diseño de los propiamente sonoros existe la siguiente tipología: los de descripción fonética de una lengua, los que son utilizados para el desarrollo de sistemas de tecnologías del habla y los que provienen de transcripciones ortográficas de la lengua hablada conocidos también como corpus orales.

En los dos primeros casos es necesario que el registro de las grabaciones se efectúe en un entorno controlado acústicamente, por ejemplo, en cabinas insonorizadas o anecoicas, y por procedimientos digitales ya que se tratan de análisis fonéticos.

Sin embargo, en el caso de los corpus orales, como es el nuestro, la adquisición de los datos se puede conseguir a partir de grabaciones, o escuchas de programas de radio o televisión, y es suficiente con que cuenten con la calidad necesaria que permita una transcripción ortográfica sin dificultades (Torruella & Llisterri, 1999). Se trata de transcribir aquello que dicen quienes hablan sin necesidad de que consten anotaciones fonéticas ya que se trata de un estudio del discurso desde el punto de vista de su contenido. Es por tanto una transcripción ortográfica, o transliteración, utilizando la ortografía de forma convencional según sean los enunciados de quienes hablan (Llisterri, 2017).

De los existentes sobre la lengua española encontramos el Corpus de Referencia del Español Actual, CREA, que está formado por textos orales transcritos y codificados que proceden tanto de grabaciones de radio como de televisión (Pitowski & Vásquez, 2009). Es el mismo que tomamos como referencia en este trabajo y sobre el que su autor no ha intervenido al tratarlo de forma naturalista, como ya se ha explicado en el apartado correspondiente anteriormente.

### 6.8.1.- Las categorías discursivas del corpus oral. Su justificación y sus objetivos

Para que nuestro AD sea factible hemos clasificado nuestro corpus en diferentes categorías debido a la cantidad tan extensa de información recogida.

Para ello, este trabajo se ha basado en los fundamentos teóricos aportados por Duverger, Taylor, Bogdan, Strauss, Corbin, Creswell, Ghiglione, Matalon, Jiménez Ardón, Pardo Abril, entre otros, cuyas reflexiones al respecto detallamos a continuación.

Así, trabajamos con lo que denominamos *conceptos teóricos clave*. Estos han de someterse y adecuarse al problema de investigación, es decir, deben estar relacionados con él y enmarcarse en la base teórica del estudio para que con ellos se definan los rasgos expresivos que identifican el trabajo de campo específico.

De esta forma quedan convertidos en *categorías conceptuales* que son operativas porque con ellas se materializa *el necesario objeto de representación discursivo del análisis* al definirse según unos valores determinados.

Se denominan categorías a cada una de las dimensiones o elementos de las variables estudiadas e investigadas que se deben agrupar o clasificar según diversas unidades para objetivizar sus significados.

Con ellas se presenta *lo discursivo* mediante la clasificación de:

- ✓ Ideas,
- ✓ Pensamientos,
- ✓ Planteamientos,
- ✓ Intenciones,
- ✓ Creencias y
- ✓ Convicciones.

Que quedan materializadas y dimensionadas en forma de:

- ✓ Palabras,
- ✓ Alocuciones,
- ✓ Discursos,
- ✓ Manifestaciones,
- ✓ Testimonios y
- ✓ Expresiones.

En definitiva, sabemos que se trata de reflejar de esta manera desde una palabra hasta una frase porque se encuentran ligadas a los objetivos específicos que se hayan planteado en el estudio (Berg, 2004). De esta forma, aparece el aspecto cualitativo de la asociación entre las palabras clave, temas u otras unidades de análisis, ya sea de forma implícita o explícita, con las que queda manifestada la posición de las actrices y actores que pronuncian el discurso, y en consecuencia, sus valores.

El objetivo principal consiste en reflejar lo que nos dicen las personas estudiadas en sus: "Propias palabras" (Hernández *et al.*, 2006:646). Es trascender al emisor, sin invisibilizarle, para ir al receptor, sin alcanzarle (Jiménez Ardón, 1993).

Todo ello para crear así una base de datos propia según unas variables mediante la organización y reorganización del conocimiento procedente del mundo discursivo que es explorado al formular las categorías que son:

“Conjuntos abstractos, multiformes y difusos compuestos de elementos con diferentes estatutos o, en otros términos, una categoría es un grupo de objetos equivalentes” (Pardo Abril, 2013:97).

De su formulación dependerá el resultado del estudio (Duverger, 1996).

Las categorías han de cumplir con las siguientes características, las mismas que definen sus funciones:

- ✓ Fiabilidad. Deben estar definidas claramente.
- ✓ Exclusividad. Los mismos elementos no deben clasificarse en categorías distintas.
- ✓ Marco referencial. Las categorías tienen una relación según el contexto espacio-temporal en el que se producen.
- ✓ Pertinencia. Tienen que relacionarse al contenido y a los objetivos de la investigación.
- ✓ Evitar los extremos. No utilizar categorías demasiado amplias, evitar las que son muy detalladas y numerosas. El esquema de clasificación no debe responder a un patrón muy rígido ni muy superficial.
- ✓ Exhaustivas. Abarcar todas las subcategorías posibles.
- ✓ Homogeneidad. Su naturaleza debe ser muy similar.

#### 6.8.1.1.- La ordenación de las categorías cualitativas de orden emergente e inductivo, codificación axial y clasificación politómica

Los valores discursivos obtenidos hay que categorizarlos. Esta acción se puede materializar de diferentes maneras. En nuestro caso se ha elaborado con variables cualitativas de orden politómico al actuar sobre dos parámetros: el lingüístico y el semántico. Es un modelo de carácter ordinal con el que se establece una jerarquía según el grado de relevancia. Según el primero nos referimos a la significación de cada categoría según cada palabra utilizada. Conforme al segundo actuaremos sobre los significados de aquellos que se quiere representar con su uso.

Así, la categorización lingüística está basada en el análisis de términos o conceptos concretos como son los que se forman mediante las palabras o frases. Y las semánticas son las que operan sobre el sentido del discurso al acotar el tema que se esté tratando en cada programa o espacio radiofónico, que es el que origina los contenidos que se difunden por la radio.

Este diseño se ha elaborado bajo el prisma cualitativo emergente, en el que el proceso de investigación no está prescrito de forma cerrada de antemano, sino que va surgiendo con la recolección de los datos (Creswell, 2014). Dicha configuración se ha establecido a partir de la escucha activa de los espacios que pertenecen a la población y a la muestra.

Es un análisis de contenido de tipo abierto que se corresponde con una descripción que no tiene origen en una creación de categorías previa, sino que estas van surgiendo del discurso mismo (Ghiglione & Matalon, 1978). Las categorías se van estableciendo de forma inductiva o *codificación abierta* (Strauss, 1987), clasificándolas en función del asunto de que se trate (Rodríguez, Gil & García, 1996), existiendo la posibilidad de que se registren nuevas, fruto de la invención, ya que su variedad podría ser infinita.

Todo ello conlleva que la lógica empleada sea la inductiva al explorar primero y describir posteriormente con el objetivo de generar teorías, es decir, se inicia en lo particular y se concluye en lo general. La recolección de datos se realiza de forma no estandarizada y según Creswell (2012) puede estar formada por sonidos procedentes del material audiovisual, en nuestro caso los contenidos radiofónicos.

Sobre un estudio de orden cualitativo como el nuestro las diferentes autorías coinciden en señalar que es recursivo en cuanto a que su diseño es emergente, ya que se va elaborando a medida que el estudio va avanzando, por lo que carece de hipótesis inicial. Incluso si aparece un rasgo no previsto en los objetivos se puede incorporar a la investigación bajo lo que se denomina *Serendipity* (Bisquerra, 1996).

Además, la codificación de las categorías obtenidas es una forma de desarrollar la interpretación de los datos siendo su número el que dependerá de la complejidad del



análisis (Taylor & Bogdan, 1987). La que hemos ejecutado en este trabajo es de tipo axial:

“Acto de relacionar categorías a subcategorías siguiendo las líneas de sus propiedades y dimensiones, y de mirar cómo se entrecruzan y vinculan estas” (Strauss & Corbin, 2002:135-136).

Es la que permite relacionar las diferentes categorías estableciendo los vínculos oportunos entre ellas tras formar conceptos con los que se construyen unos patrones de observación.

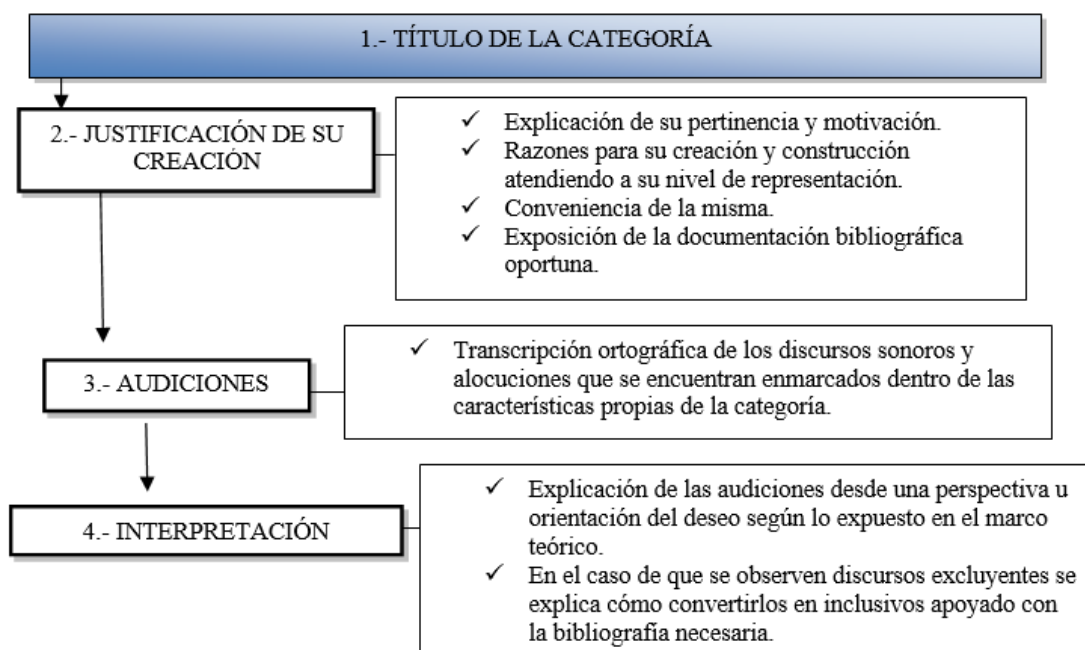
#### 6.8.1.2.- El trazado de las fichas para materializar el análisis

Una vez que las categorías discursivas han sido detectadas, se han clasificado ordinalmente según el diseño de unas fichas de creación original para este trabajo.

Esto se conforma como un ejercicio de ordenación temático de los discursos lo que facilita su análisis, así como la lectura del mismo y su comprensión.

Las fichas se componen de las entradas que podemos observar en la siguiente figura:

Figura 10. Explicación del contenido de cada una de las entradas de las fichas en las que se expresa el análisis del corpus radiofónico. Elaboración y fuente propias.



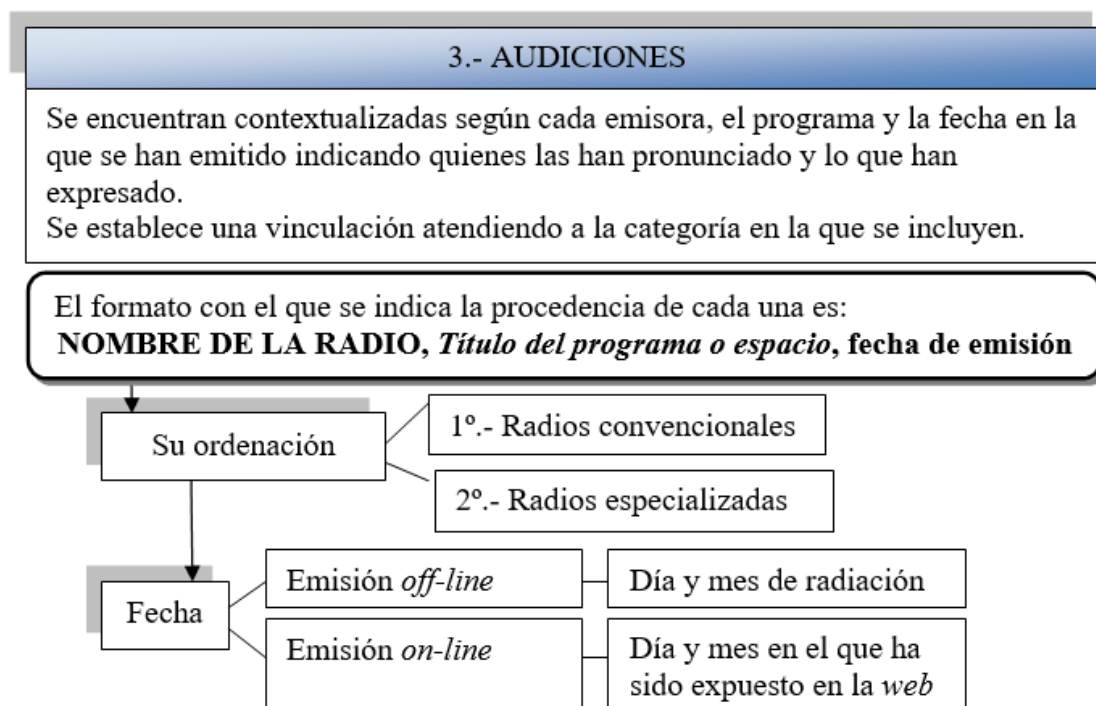
En la entrada denominada *audiciones* se han incluido aspectos de cada una de ellas en aras de su contextualización. Todo siguiendo su catalogación para su mejor entendimiento.

El objetivo de la misma es exponer de manera explícita la transcripción de los discursos tal y como han sido contruidos, difundidos por las ondas y escuchados por las audiencias y, consecuentemente, por el autor de esta tesis doctoral.

Aquí se exponen las diferentes representaciones que sobre un mismo contenido son transmitidas por diferentes actores y actrices sin actuar con implicaciones personales. Estas personas son quienes participan en los programas al abordar los asuntos con el uso de su palabra. Para tal revelación nos situaremos en una posición lo más objetiva posible, sin impresiones de nuestras huellas propias y particulares, actuando como observadores y analizadores que se sirven de un método, el ya explicado.

Su contenido lo podemos observar específica y detalladamente en la figura que se muestra a continuación:

Figura 11. Explicación del contenido de la entrada denominada Audiciones. Elaboración y fuente propias.



Por su parte, con respecto al apartado 4.- *Interpretación*, en él se desvela si hay diferencias, o no, en las referencias que se realizan en torno al universo masculino con respecto al femenino. Y viceversa. Y en torno al homosexual con el heterosexual. Y viceversa. Todo ello analizando los factores que determinan la igualdad o la diferencia que existe en un nivel lingüístico, sintáctico y semántico en el tratamiento dado a las mujeres y a los varones extendiendo el mismo hacia la segregación que se pueda producir según su orientación del deseo sea homosexual o heterosexual.

Toda esta labor se puede materializar considerando la sensibilidad como factor fundamental para la observación y el análisis en la detección de los fenómenos discriminatorios que intentamos describir, ya que en muchas ocasiones se producen sutilmente. De esta forma, el nivel de agudeza con el que se trabaje se convierte en fundamental, ya que el grado de sexismo de un discurso es mayor cuanto mayor sea el nivel de sutileza con el que se construye y difunde (García Meseguer, 1994).

Además, hemos de observar y analizar dichos discursos radiofónicos considerándolos como productos que se construyen y enmarcan en un contexto determinado, ya que no actúan aisladamente en cuanto a que forman parte de él. Este es el nuestro contemporáneo, nuestro aquí y ahora, que está dominado por lo patriarcal, lo androcéntrico y lo heteronormativo. Es el marco en el que se instala una construcción mediática en la que, como en la sociedad en general, las diferencias de comportamiento lingüístico entre varones y mujeres no se encuentran en las diferencias biológicas: “Sino más bien en los patrones de socialización y de interacción social diferenciados según sexo” (Silva-Corvalán y Enrique-Arias, 2017:100).

#### 6.9.- Segundo instrumento de análisis. Los grupos de discusión, su justificación y sus objetivos

En esta investigación también hemos utilizado los grupos de discusión como instrumentación de trabajo.

Estos se sustentan en la base de las representaciones y de la identidad social (Alonso, 1998), constituyendo una técnica de recogida de información para las investigaciones cualitativas que es concebida como una estrategia de orden interactivo (Galeano, 2004).

Es un procedimiento que analiza los discursos de aquellas personas que, como integrantes de uno de ellos, han de tener características relacionadas con él y ser homogéneo a su respecto (Morgan, 1996). Por ello, se conforma como una técnica de investigación que permite conocer: “Las percepciones, sentimientos y maneras de pensar” (Krueger, 1991:24), al exponer unas conclusiones que atienden a las ideas que se puedan aportar según la representación sobre el asunto que se trate (Lederman, 1990).

De esta forma, esta herramienta se convierte en una práctica relacional reflexiva que produce una interpretación que es modulada por los objetivos de la investigación en la que participa como instrumento estratégico de análisis (Alonso, 1998).

Con respecto a la técnica que se ha de aplicar en su realización sabemos que no existe una forma canónica de proceder al respecto, sin embargo, aunque todas las fórmulas sean buenas es necesario que sean conocidos los efectos que pueda producir aquella que sea la elegida (Ibáñez, 1986).

Aunque no hay consenso sobre el número de participantes, es sabido que no debe exceder la docena por lo que el grupo ideal es el que se compone de seis a diez (Krueger, 1991; Callejo, 2001). Entre ellos se debe establecer y facilitar una discusión alejada de lo que se considera una entrevista (Watts & Ebbutt, 1987). Se trata del establecimiento de una conversación dirigida por quien sustenta la autoría del estudio que actúa coordinándola y dinamizándola a partir de un tema desde el que es provocada la discusión, potenciando la participación y evidenciando los argumentos que se encuentran enfrentados (Pozo & Rodríguez, 2006).

En definitiva, es un contrato de reflexiones como fruto de la circulación de discursos, convertidos en valores de representación simbólica, que son conmutados por quien actúa moderándolos erigido en representante de la instancia investigadora (Callejo, 2002). Todo ello producido en el contexto de un ambiente permisivo de discusión que ha de transcurrir de forma guiada y no directiva (Krueger, 1991).

Las fases de las que consta el diseño de esta herramienta de análisis ya las expuso Ibáñez (1979):

- ✓ Selección de actantes. Selección enfocada que incluye a quienes reproduzcan relaciones relevantes mediante su discurso.
- ✓ Esquema de actuación. Quien modera lanza un tema provocando a quienes lo escuchan, sin delimitación de las repuestas ya que el grupo genera tanto el marco como el esquema de actuación.
- ✓ Interpretación y análisis que se establecen a lo largo de la discusión tanto por parte de quien la dirige como de quienes participan en ella.

Según Cala y Trigo (2004) el protocolo de actuación que se ha de elaborar queda resumido en los pasos generados desde la identificación del problema que ha de ser investigado:

1. Identificación de la muestra y de quien lo moderará con la elaboración del guion correspondiente.
2. Desarrollo del debate con un mínimo de seis personas. Se trata de vincular las intervenciones de quienes participen construyéndolas sobre las anteriores, generando así discursos que no habrían podido producirse si se hubiesen realizado entrevistas individuales.
3. Su grabación.
4. Su transcripción.
5. Realización del análisis cualitativo de los datos obtenidos.

Específicamente sobre este trabajo de investigación, el objetivo principal por el que han sido elegidos los grupos de discusión como instrumentos de estudio está motivado porque con ellos se pretenden ofrecer las perspectivas tanto de observación, como de opinión y de análisis acerca de la discursiva radiofónica de quienes son ajenos a lo que se conoce como *estudios de género y/o de la orientación del deseo*. Así, sirviéndonos de esta herramienta de trabajo metodológica se intenta mostrar qué piensan sobre los contenidos de este medio, qué dicen y cómo lo expresan aquellas personas que desconocen estas dos parcelas de estudio.

Es una manera de iluminar sobre la forma y manera en la que son percibidas las alocuciones con la que se construye la narrativa por quienes son ajenos al discurso de género y al propio de lo LGTBI.

### 6.9.1.1.- Realización de tres grupos: composición, ubicación espacio-temporal y moderación

Para este trabajo específico han sido creados tres tipos de grupos de discusión diferenciados según sus participantes con el objetivo de mostrar qué valores alcanzan los contenidos radiofónicos para ellos.

Los dos primeros están formados por el personal docente y el alumnado pertenecientes a un área educativa específica dedicada a la radio. La justificación de su inclusión se debe a que, según ya se ha expuesto en este mismo trabajo de investigación, en el mismo consideramos que la radio es una herramienta de la educación informal por lo que su escucha influye poderosamente en la ciudadanía. Consecuentemente, queremos exponer si dicho profesorado valora, evalúa y utiliza las disposiciones del discurso de género en las clases que imparte hacia quienes, como parte del alumnado, constituyen potencialmente la plantilla de profesionales que construirán los futuros contenidos radiofónicos.

Además, también realizamos esta práctica con otro grupo más. Es el que está formado por personas que escuchan la radio frecuentemente. Con su constitución queremos exponer qué opinan quienes consumen este medio sobre sus contenidos siendo ajenos al universo de los otros dos colectivos.

Sobre su diseño destacamos los siguientes aspectos<sup>10</sup>:

#### 1.- Número y composición de los grupos.

Se han constituido tres grupos con ocho participantes cada uno.

Como el tema central que se aborda en nuestro trabajo de investigación es el análisis del discurso radiofónico desde una perspectiva de género, se ha considerado que para

---

<sup>10</sup> En el *Anexo 11.- Validación de los grupos de discusión* se detallan los nombres de quienes han aprobado tanto el método como el diseño según los cuales se ha realizado este instrumento de análisis de trabajo.

conseguir que nuestros grupos estén formados por una población representativa al respecto se han de incluir el mismo número de participantes de cada género.

Como también se aborda la orientación del deseo, en todos los grupos se incluyen personas que pertenecen al segmento de la población LGTBI.

Esta es la definición de sus integrantes:

- ✓ 1 grupo compuesto por 4 profesores y 4 profesoras. Se trata de profesionales docentes que imparten contenidos relacionados con la *Comunicación, Imagen y Sonido* de los niveles de la Formación Profesional tanto de Grado Medio como Superior. Son docentes que trabajan en estos módulos educativos cuya labor es la formación de un alumnado específico. El que está formado por quienes en un futuro llegarán a ejercer como profesionales del medio radiofónico.
- ✓ 1 grupo compuesto por 4 alumnos y 4 alumnas. Personas que están cursando estudios de formación reglada perteneciente al área descrita en el apartado anterior. Son quienes, posteriormente a la obtención de la titulación oficial específica como fruto de unas habilidades, conocimientos y destrezas determinadas, ejercerán su labor profesional entre cuyas funciones se encuentran las de la selección, producción y construcción de los contenidos propios que caracterizan al medio radiofónico.
- ✓ 1 grupo formado por 4 varones y 4 mujeres. Son personas ajenas a lo descrito en los apartados anteriores (docencia, alumnado, investigación y medios de comunicación) y que además no se encuentren vinculadas de ninguna forma al área de estudio de este trabajo como es el género y la orientación del deseo. Se pretende con ello que este grupo sea la representación de las audiencias radiofónicas, es decir, de aquellos segmentos de la población consumidores de los espacios difundidos a través de las ondas radiofónicas que no han adquirido ningún conocimiento profesional al respecto de los mismos.



Una representación gráfica, tanto de la población de los grupos como de la selección de la muestra de quienes participan en ellos, se encuentra detallada en las figuras:

Figura 12. Población de los grupos de discusión. Elaboración y fuente propias.

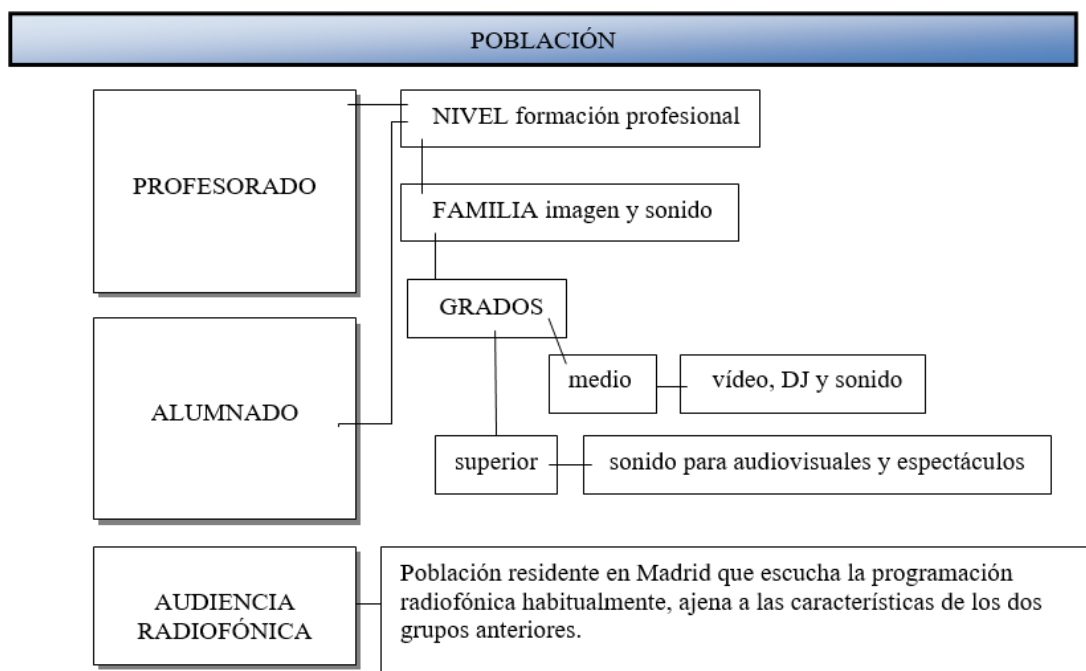
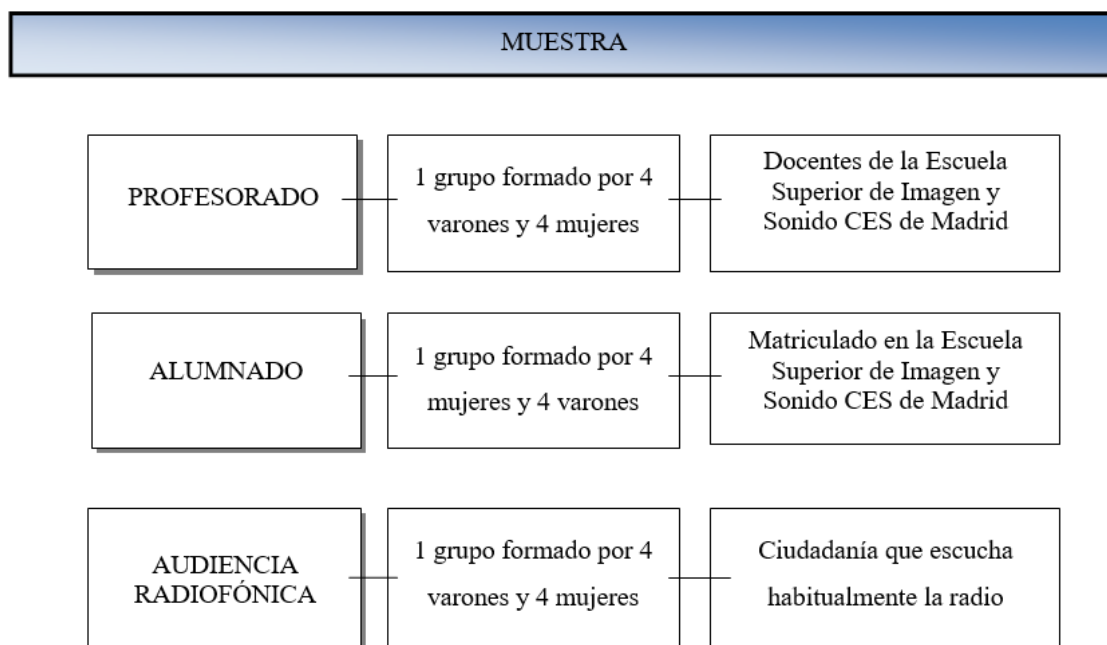


Figura 13. Muestra seleccionada para participar en los grupos de discusión. Elaboración y fuente propias.



## 2.- Tiempo y lugar de celebración.

El tiempo que se empleará para la realización de cada grupo será de noventa minutos. Su celebración será en los estudios de grabación de la Escuela CES de Madrid que se encuentra situada en la calle Mar Adriático, número 11. Esta decisión viene provocada porque es un lugar en el que se pueden grabar las conversaciones de forma adecuada en un ordenador para posteriormente poder transcribirlas, escucharlas y re-escucharlas para analizarlas. Así, es un espacio libre de ruidos y de distorsiones que puedan malinterpretar o gestionar de forma inadecuada los discursos que se produzcan.

## 3.- La moderación.

El moderador es la misma persona que sustenta la autoría de esta tesis doctoral quien lanzará una serie de cuestiones para iniciar la conversación entre quienes participan en cada uno de los grupos. Así, de tal forma que se potencie la fluidez de los discursos sin actuar sobre ellos de forma directiva, irá conduciendo esta práctica de estudio desarrollándolo según un protocolo de actuación.

### 6.9.1.2.- Los asuntos a tratar. Propuestas para la realización de un debate que origine reflexiones

La disposición de los asuntos a tratar está estructurada según la siguiente clasificación que ha sido ordenada atendiendo a la composición de cada uno de los grupos. La misma se ha determinado de esta forma para que exista fluidez en su desarrollo.

En primer lugar, empezamos explicando los asuntos que se comentan con los tres colectivos.

#### A.- Asuntos para los tres grupos.

Esta parte se divide en tres apartados:

1.- Primera parte. Se discutirá sobre cuestiones que giran en torno al sexo, el género y la orientación del deseo concretadas en los siguientes aspectos:

- ✓ Cuáles son los significados de: el sexo, el género y la orientación del deseo. Qué tipos hay y si su existencia se debe a un orden natural o social.
- ✓ La relación que existe entre el sexo que posee una persona y su género. Si hay algún tipo de correspondencia entre ambos y desde qué planteamientos están vinculados.
- ✓ De qué manera se manifiestan y expresan estas categorías humanas.
- ✓ Qué factores o agentes influyen en su adopción y la forma en la que se desarrollan.
- ✓ Si existe un comportamiento asociado a cada una de ellas, ¿cómo se adquiere?
- ✓ La utilización, o no, de estereotipos y roles de género y de la orientación del deseo. Su origen, razón de ser, qué les caracteriza y cómo son representados socialmente en nuestro contexto social contemporáneo.

Las cuestiones anteriores se materializan en la realización de las siguientes preguntas específicas que son las que originan la discusión:

- ✓ ¿Sabéis lo que es el sexo, el género y la orientación del deseo de una persona?
- ✓ ¿Qué relación existe entre el sexo de una persona, su género y su orientación?
- ✓ ¿Cómo se manifiestan?
- ✓ ¿Qué factores influyen en su adopción y de qué orden son?
- ✓ ¿De qué dependen el comportamiento y la actitud que una persona tiene en lo referente a estas categorías?, ¿en qué lugar y de qué modo se adquieren?, ¿qué referentes existen que puedan ser tomados como modelos a copiar?

- ✓ ¿Creéis que existen roles, papeles, estereotipos y patrones de comportamiento asociados a cada uno de los géneros y de las orientaciones?, ¿por qué son de ese tipo y no de otro?

2.- Segunda parte. Se discutirá sobre cuestiones que vinculan al género y a la orientación del deseo con el medio radiofónico, para ello se tratarán los siguientes aspectos:

- ✓ El nivel de influencia que alcanza sobre la ciudadanía el contenido que el medio radiofónico difunde.
- ✓ Si existe sexismo lingüístico.
- ✓Cuál es el tratamiento que reciben el género y la orientación en él a través del uso del lenguaje y de las representaciones que utiliza para ello.
- ✓ Si hay algún tipo de asociación entre los diferentes géneros periodísticos radiofónicos y el género (locutor o locutora) de quienes los presentan a sus audiencias.
- ✓ Si existe algún tipo de asociación entre el nivel de credibilidad de una noticia según sea presentada por un varón o una mujer.

Las cuestiones anteriores se materializan en la realización de las siguientes preguntas específicas que son las que originan la discusión:

- ✓ ¿Pensáis que lo que se narra a través de la radio, los contenidos que escuchamos cuando sintonizamos una emisora, el tipo de lenguaje que utiliza para ello y cómo lo cuenta influyen en la población?
- ✓ ¿Cómo trata la radio los contenidos en los que se representa a una mujer con respecto a aquellos en los que se referencia a un varón? ¿y de alguien homosexual con respecto a otra persona heterosexual?

- ✓ ¿Existe algún tipo de relación entre el contenido de un programa y el género de la persona que lo presenta?, ¿creéis que el grado de credibilidad de una noticia está condicionado por el género de la persona que lo lee en antena?

3.- Tercera parte. En este tramo del transcurso de los grupos las cuestiones serán específicas sobre casos concretos y se originarán a partir de la reproducción de unos cortes de radio con fragmentos de locuciones.

Los mismos han sido seleccionados de entre todos los programas escuchados y analizados para la elaboración de este estudio.

De cada categoría y de cada emisora de radio se elegirá uno que será reproducido sin ofrecer información previa al respecto. Tras su reproducción se le solicitará al grupo que opine sobre lo que ha escuchado señalando aquellos detalles que consideren que son los más relevantes.

B.- Asuntos para el profesorado exclusivamente.

Además de los asuntos que se han tratado en el apartado anterior, se incluyen otros que serán abordados exclusivamente con el grupo formado por el profesorado. Son cuestiones específicas relacionadas con el universo de la docencia que solamente les afecta a este colectivo que versan sobre los siguientes aspectos:

- ✓ Si es consciente del poder referencial que poseen sobre su alumnado.
- ✓ Si planifican las clases de acuerdo a ello.
- ✓ Si conocen el lenguaje inclusivo de género y si lo utilizan en las aulas.
- ✓ Qué potencial de referencia adquiere lo narrado y representado en el aula para convertirse en acto en el momento en el que el alumnado tenga que construir contenidos radiofónicos.

- ✓ Si son detectadas situaciones en las aulas en las que se produzca sexismo. Si son sistemáticas o circunstanciales.

Las cuestiones anteriores se materializan en la realización de las siguientes preguntas específicas que son las que originan la discusión:

- ✓ ¿Sois conocedores y conscientes de la influencia que podéis ejercer sobre el alumnado, por ejemplo, con vuestro lenguaje?
- ✓ Cuando preparáis y realizáis las clases, ¿lo tenéis en cuenta?
- ✓ Al hacer referencia a algún grupo de personas o cosas entre las que se encuentran elementos de los dos géneros, ¿qué género gramatical es el que utilizas?, ¿tenéis en cuenta el lenguaje inclusivo de género?
- ✓ ¿Pensáis que si se utilizara el lenguaje inclusivo de género en las aulas el alumnado lo aprendería y lo reproduciría en su vida cotidiana?, ¿y cuando tengan que crear programas de radio?
- ✓ ¿Detectáis en el desarrollo de las clases situaciones de sexismo?, ¿en qué casos?, ¿de qué tipo?

C.- Asuntos para el alumnado exclusivamente.

Si las cuestiones anteriores descritas son para comentarlas en el grupo del profesorado, las siguientes son para hacerlo en el del alumnado exclusivamente. De esta manera, además de tratar los asuntos generales en este grupo, los mismos que atañen a los otros dos, se abordarán en este caso aquellos temas relacionados con el universo del alumnado como son:

- ✓ Si es conocedor de la influencia que posee para ellos aquello que se dice en clase y cómo se dice.
- ✓ Si conocen el lenguaje inclusivo de género y si es utilizado en las aulas.

- ✓ Si son detectadas situaciones en las que se produce algún tipo de sexismo. Si son sistemáticas o circunstanciales.
- ✓ Si abordará el lenguaje inclusivo cuando sean profesionales del medio.

Las cuestiones anteriores se materializan en la realización de las siguientes preguntas específicas que son las que originan la discusión:

- ✓ ¿Pensáis que lo que el profesorado dice en clase llegaréis a emularlo en algún momento?
- ✓ ¿Creéis que el profesorado tiene en cuenta el lenguaje inclusivo de género en el desarrollo de las clases? Cuando hacen referencia a algún grupo de personas o cosas entre las que se encuentran elementos de los dos géneros, ¿utilizan el masculino o el femenino?
- ✓ ¿Detectas en el desarrollo de las clases específicamente y en el centro escolar de manera generalizada situaciones de sexismo?
- ✓ ¿Piensas que si se utilizara el lenguaje inclusivo de género en las aulas el alumnado lo aprenderías y lo reproducirías en tu vida cotidiana? ¿y cuando seas profesional del medio radiofónico y tengas que crear programas de radio?

#### 6.9.1.3.- La técnica para su análisis

Una vez que se hayan realizado los grupos se procederá al análisis de los discursos producidos. El mismo ha de estar referenciado a los objetivos específicos de la investigación en la que participan así como a sus planteamientos teóricos, el tipo de metodología utilizada y su epistemología y ontología, entre otros aspectos, facilitando además que quienes participan en ellos interactúen considerando de esta forma su contexto cultural y social (Kristiansen& Gronkjaer, 2018).

Consiste, en definitiva, en traducir<sup>11</sup> aquello que ha sido discutido durante su celebración:

“Si la ley del conocimiento cuantitativo podía describirse en la doble medida de lo numerable en lo numeroso, en el caso del conocimiento cualitativo puede encontrarse en la observación de objetos codificados, que por lo mismo hay que traducir” (Ibáñez, 2006:19).

Específicamente, con respecto al análisis de nuestros tres grupos, se abordará según el siguiente protocolo de actuación diseñado por Ruíz y Porto (2014):

1. Segmentación de la información en la que se destaca aquello que dicen quienes participan en el grupo sobre un asunto concreto identificando unidades gramaticales o nodos temáticos.
2. Establecimiento de categorías que son los significados de lo que se dice para agruparlos conceptualmente en unidades que versan sobre un tema concreto.
3. Codificación de los resultados mediante la lectura de los textos (o transcripción textual) identificando quien participa y a qué categoría pertenece lo que dice con su correspondiente contextualización temática.

Si nos fijamos detenidamente en estos puntos, podemos observar que la manera de proceder, en cuanto a los grupos de discusión se refiere, es la misma que ha sido ejecutada con respecto al análisis de la narrativa radiofónica llevado a cabo por el autor de este trabajo de investigación. Es el mismo que ha sido sustentado en el marco teórico expuesto, que puede ser consultada en el apartado correspondiente<sup>12</sup>, y que, resumiendo su desarrollo, se basa en el siguiente protocolo de actuación:

1. Clasificación de las grabaciones obtenidas durante la celebración de los grupos.

---

<sup>11</sup>El corpus oral ortográfico, con la transcripción de la narrativa expuesta por parte de cada persona en cada uno de los grupos, ha sido creado de igual forma a como se ha procedido con el referente a los contenidos radiofónicos analizados en este trabajo. El método para la construcción de dicho corpus se puede consultar específicamente en el apartado 6.4.- *Construcción de un corpus oral radiofónico*.

<sup>12</sup>Se encuentra detallada en el apartado 6.3.- *Procedimiento de trabajo*.



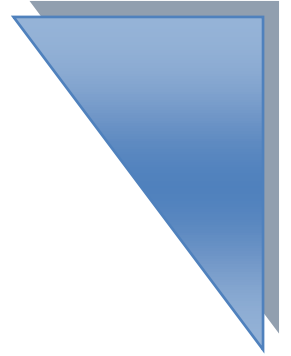
2. Ordenación de lo narrado identificando:
  - ✓ El grupo,
  - ✓ El asunto tratado,
  - ✓ Cada hablante.
3. Construcción de un corpus oral mediante la transcripción ortográfica de lo argumentando.
4. Creación de categorías de orden emergente.
5. Análisis de lo obtenido asociando aquellas categorías que estén relacionadas entre los diferentes grupos identificando a cada hablante y vinculándolas para observar las semejanzas y/o diferencias entre lo narrado.
6. Redacción de la discusión y de las conclusiones obtenidas.

De toda la narrativa y argumentaciones obtenidas, como fruto de lo que explicamos aquí, se da cuenta en el apartado correspondiente de este mismo trabajo<sup>13</sup>.

---

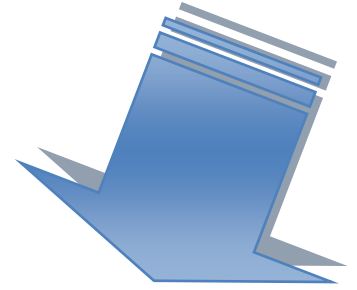
<sup>13</sup>El análisis detallado obtenido puede ser consultado en el apartado *BLOQUE 4. DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE TRES GRUPOS DE DISCUSIÓN*.





**BLOQUE 3. UN ANÁLISIS DEL DISCURSO  
RADIOFÓNICO DE ORDEN CUALITATIVO,  
INDUCTIVO Y NATURALISTA**





“Oímos la radio sin darnos cuenta, muchas veces en un repertorio de acciones habituales cuasi-inconscientes: arrancar el motor del coche con la radio conectada; abrir la puerta, encender la luz de la habitación y la radio; levantarse con radio-despertador.”

(Alonso González, 2004:34).



En este bloque se realiza la exposición de nuestro análisis cualitativo del discurso radiofónico.

Un trabajo que se encuentra referenciado según el marco teórico del mismo, convenientemente justificado en el bloque 1, y ejecutado según un procedimiento basado en unas estrategias metodológicas determinadas que también han sido minuciosamente relatadas en el bloque 2.

Así, es el momento de la materialización de todos estos planteamientos teóricos aplicándolos a unos casos concretos que, específicamente, son aquellos discursos radiofónicos que pertenecen a la población descrita y al marco muestral seleccionado.

Su redacción ha sido ordenada atendiendo a las dos perspectivas de estudio de este trabajo. En primer lugar, la propia del género, posteriormente, la relativa a la orientación del deseo. El resultado se ha clasificado en unas categorías, distribuidas en los diferentes epígrafes, de orden emergente. Es el fruto de la escucha y observación de la narrativa radiofónica.

Los títulos de ambas se encuentran detallados en las siguientes dos tablas:

Tabla 1. Categorías construídas para el análisis desde la perspectiva de género. Elaboración y fuente propias.

<b>EL DOBLE VALOR DE LO MASCULINO. EL GÉNERO NO MARCADO</b>	
La ciudadanía y la etnicidad	La ciudadanía Los gentilicios La etnicidad
El parentesco generalizador	El hijo, el padre y el abuelo Los hijos, los padres y los abuelos Los parentescos en singular y en plural
La niñez y la adolescencia	El niño y el chico Los niños y los chicos
El hombre ¿Varón o persona?	Un hombre, un varón Un hombre, una persona
¿Quiénes? <i>El que y los que</i>	
Vocablos masculinizados. El hado y la líder	
La radio que se dirige a los varones exclusivamente	
Otros casos: el cliente, el amigo, el presidente y el usuario	
<b>JERARQUÍA DE DESIGUALDADES. LAS REPRESENTACIONES ASIMÉTRICAS</b>	
No concordancia gramatical de género	Términos que referencian a personas Vocablos que no mencionan a personas
Representación nominal de género	Ellas por su nombre de pila, ellos por su apellido <i>Julia en la onda vs. Herrera en la onda</i> El presidente Rajoy y la vicepresidenta Sorayita Esperanza (Aguirre) no tiene apellido Candidaturas al PSOE: Pedro Sánchez y Susana
El caso judicial del clan Pujol. El patriarca, primero	
Ellos en el espacio público y ellas en el privado	
La mujer silenciada	
Imanol Arias y Ana Duato. <i>Cuéntame</i> la entrevista diferenciada de género	
<b>LOS DUALES APARENTES Y LOS VOCABLOS OCUPADOS</b>	
Términos y expresiones de uso generalizado	
Lo <i>coñazo</i> y <i>tener huevos</i>	
Cualidades sin equivalentes. La violencia es masculina, los lloros femeninos	
El timbre vocálico diferenciado	
<b>LAS VIEJAS PROFESIONES MASCULINAS, LAS NUEVAS FEMENINAS</b>	
Los gremios y colectivos profesionales	
El abogado, el jefe, el doctor y el empleado, entre otros	
<b>LA MUJER REPRESENTADA EN LOS ESPACIOS PROFESIONALES DE LA JUDICATURA Y LA FISCALÍA</b>	
Una mujer que es la juez, la jueza y el juez	
Dimisión del fiscal general del Estado, ¿Hay candidato o candidata?	
La nueva fiscal general del Estado	
<b>LOS VOCATIVOS DE APELAMIENTO COMO FORMA DE TRATAMIENTO</b>	
El desequilibrio de género en las formas afectivas	
La señorita, la señora y el señor, ¿Cortesía?	
Unidades fraseológicas: ¡Hombre!, ¡Macho!, ¡Madre mía!	
<b>LA ESTEREOTIPACIÓN DE GÉNERO</b>	
Ellas, objetos sexuales e iconos estéticos	
La decoración, la moda y las muñecas, para ellas. El bricolaje y la automoción, para ellos	
Las princesas y los futbolistas	
Ellas con encantadoras, preciosas, chismosas y compradoras compulsivas	
Ellos tienen varias novias, ellas sólo desean casarse	
La suegra, la maruja, la viborilla y la <i>churri</i>	
<b>LOS ROLES NORMATIVOS DE ASOCIACIÓN</b>	
Las madres	
Las amas de casa y las limpiadoras	
Las cuidadoras	



Bloque 3. Un análisis del discurso radiofónico de orden cualitativo, inductivo y naturalista

<b>LA REPRESENTACION DE LAS MUJERES EN LOS ESPACIOS RADIOFONICOS</b>	
El 8 de marzo. El día internacional de la mujer	
Las mujeres en el universo del deporte	Un caso: La entrevista a Mireia Belmonte
Las mujeres representadas por sí mismas	La mujer que se refiere a sí misma mediante la palabra <i>uno</i>
	La mujer que se refiere a sí misma utilizando términos de género gramatical masculino
	Mujeres que nombran a otras mujeres
Las mujeres en la política y en la literatura	El nuevo gobierno griego
	Margaret Thatcher , <i>la dama de hierro</i>
	Rosalinda Fox en Un jardín al norte
La mujer de	
La violencia contra las mujeres	
Otros discursos de representación de la mujer	

Tabla 2. Categorías construidas para el análisis desde la perspectiva de la orientación del deseo.  
Elaboración y fuente propias.

<b>LA ESTEREOTIPACIÓN QUE ATIENDE A LA ORIENTACIÓN DEL DESEO</b>	
El gay es blando y se mueve en un mundo de color y fantasía	
Los varones gays y las mujeres heterosexuales	
<b>LA REPRESENTACIÓN DE LA POBLACIÓN LGTBI EN LOS ESPACIOS RADIOFÓNICOS</b>	
Informaciones que referencian a la homosexualidad específicamente	Persecución de los delitos de odio
	Agresiones
	Un caso: las entrevistas a Boris Izaguirre
	Otros discursos
Informaciones que referencian a lo <i>queer</i> y a las <i>drag queens</i>	
La celebración del Orgullo LGTBI en la radio	
El contexto heteronormativo como modelo exclusivo de convivencia	El matrimonio, la pareja y la familia implícitamente heterosexuales
	El matrimonio, la pareja y la familia explícitamente heterosexuales
Reivindicación de la visibilidad LGTBI	
El silenciamiento del lesbianismo e un universo homosexual masculinizado	
La homofobia, la transfobia y la lesbifobia	



## **CAPÍTULO 7. Análisis cualitativo del discurso radiofónico desde la perspectiva del género**

El análisis realizado desde la perspectiva de género obtiene los valores que desarrollamos a continuación.

### **7.1.- El doble valor de lo masculino. El género no marcado**

Según la *Gramática esencial del español* de Manuel Seco (1996) hay dos grandes grupos de nombres según sea su género, los que se utilizan para designar lo femenino y los que lo hacen para lo masculino. La primera diferenciación entre ellos es que mientras que los primeros pueden ir acompañados generalmente por el artículo *la* o la forma *-a*, los segundos lo hacen por el artículo *el* y terminan en *-o*.

Estas diferencias morfológicas que encontramos en el lenguaje son utilizadas para segregar estos dos universos, aunque lo hacen sin carácter de equidad porque el uso del género masculino posee un doble valor que, sin embargo, le es negado al femenino. Así, además de ser utilizado para designar específicamente las referencias hacia los varones y hacia lo masculino se puede usar para también para aludir a los dos géneros, es decir, también al femenino. Esta adquisición generalizadora y globalizadora le otorga la consideración de ser la forma de género no marcada. Sin embargo y contrariamente el femenino es restrictivo porque se emplea para citar un universo de forma exclusiva, el femenino.

En este apartado vamos a describir y analizar aquellos discursos radiofónicos en los que se incurre en el uso del masculino genérico con su carácter no marcador, esto es, aquellos vocablos y expresiones que, aun poseyendo un género gramatical masculino, se utilizan para referenciar la generalidad. Esta es la que no pertenece únicamente a los varones sino también la que designa a las mujeres, pero sin nombrarlas expresamente.

Como se han encontrado bastantes casos que responden a esta categoría de análisis, la misma ha sido dividida en diferentes apartados en los que han sido agrupadas aquellas alocuciones radiofónicas que poseen el mismo carácter referencial como son:

- ✓ Formas masculinizadoras de referirse a la ciudadanía y a la etnicidad.
- ✓ El parentesco generalizador con el que se nombra a la descendencia o ascendencia: el hijo, el padre y el abuelo.
- ✓ Maneras de referirse a la infancia y a la juventud pronunciando exclusivamente *niño* y *chico*.
- ✓ El uso del vocablo *hombre* para referirse a una persona independientemente de su género.
- ✓ Los pronombres de relativo *el que* y *los que* para designar a la mujer.
- ✓ Términos lingüísticos masculinizados: *el hado* y *la líder*.
- ✓ Locuciones dirigidas a los oyentes que aluden a los varones y excluye a las oyentes.
- ✓ Otros casos: el cliente, el amigo, el presidente o el usuario, entre otros.

En cada uno de ellos también se procederá a explicar, si es procedente, la posibilidad de la existencia de vocablos integradores en calidad del género.

#### 7.1.1.- La ciudadanía y la etnicidad

Vamos a referirnos en este apartado al modo en el que son referidas tanto la ciudadanía como la etnicidad.

En este valor han sido incluidos tres aspectos desde los que se focaliza nuestro estudio:

1. La ciudadanía en general.
2. Los gentilicios específicos.
3. La etnicidad.

#### 7.1.1.1.- La ciudadanía

Vamos a describir a continuación bajo qué términos, vocablos o palabras se referencia a la ciudadanía cuando se utiliza con un significado de carácter general, es decir, sin hacer referencia a ningún tipo en concreto de gentilicio.

#### AUDICIONES

Sobre las referencias a esta categoría de análisis escuchadas en las radios convencionales destacamos en primer lugar un corte de voz en boca de la vicepresidenta primera del gobierno Soraya Sáez de Santamaría con motivo de un viaje a Afganistán en la que elogia la actividad humanitaria del ejército y explica a quiénes va dirigida esta labor: “A ciudadanos, a mujeres que aquí además están sufriendo de una manera muy particular las consecuencias de la violencia”. (ONDA CERO, *La brújula*, 15 de diciembre).

También escuchamos que Carlos Alsina dice que: “Los ciudadanos esperan del socialismo estar a la altura de los desafíos que tenemos por delante”. (ONDA CERO, *La brújula*, 28 de enero).

Otro corte de voz pertenece a un hertziana quien opina sobre la Ley de Seguridad Ciudadana: “Cualquier ciudadano que..., bueno..., hiciese...”. (ONDA CERO, *Te doy mi palabra*, 4 de julio).

Por su parte, en cuanto a las radios especializadas se refiere, nos referimos al caso en el que una locutora presenta su espacio anunciando que: "En los últimos años el papel de los ciudadanos y de las nuevas tecnologías en la comunicación [...] ha sido determinante". (ONDAMUJER.COM, *Salud*, 17 de diciembre).

#### 7.1.1.2.- Los gentilicios

Si los casos anteriores se refieren al uso del vocablo *ciudadano* con su significación generalista, aunque sea una palabra que posee un género gramatical masculino, las

siguientes audiciones se van a referir a los gentilicios con los que se nombra a las personas que pertenecen a un lugar, ciudad, región o país concreto.

## AUDICIONES

Acerca de la información que concierne sobre la apertura de relaciones entre Cuba y los Estados Unidos de Norteamérica se realizan referencias constantes a *los cubanos* y *los americanos*, respectivamente. (RNE, *24 horas*, 15 de diciembre) y (RNE, *24 horas*, 18 de diciembre).

José Luis Pinilla, secretario de emigración de la Conferencia Episcopal, explica cuáles son las misiones de su departamento y a qué grupos de personas atienden: “Esta comisión asume departamentos tan variados carreteras, ferias y circos, emigración de españoles que salen fuera”. (COPE, *El espejo*, 16 de diciembre).

De igual forma sucede cuando las referencias son acerca del desplome del rublo con respecto a su paridad con el euro y el dólar, en cuyo caso oímos que son *los rusos* quienes sufrirán sus consecuencias. (RNE, *Diario de las dos*, 17 de diciembre).

Por su parte, Julia Otero pregunta a un tertuliano sobre el argumento del thriller cibernético *Black Hat, amenaza en la red* a lo que él contesta que está interpretado por una: “Combinación de chinos y americanos”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 28 de enero).

Ante la visita que realizará el Papa a Ecuador un periodista desde Quito anuncia que: “Los ecuatorianos esperan con distintas impresiones la visita”, a continuación, para ilustrar la noticia se radia una encuesta realizada en una calle de la capital ecuatoriana en la que se ofrece la opinión de dos mujeres y un varón que opinan ante este evento. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 5 de julio).

### 7.1.1.3.- La etnicidad

Abordando esta categoría desde una perspectiva de género nos ocupamos de recoger aquellos discursos en los que se nombra a la etnicidad desde el uso del género no marcado.

#### AUDICIONES

Sobre las referencias a este valor encontramos la entrevista que realiza Pepa Fernández a Javier Moro, autor de la novela *A flor de piel, La aventura de salvar al mundo*, quien relata una expedición filantrópica desde España a América dirigida por un médico a quien se refiere: "Él decía hasta que cada negro, cada indio, cada españolito que nazca en América no le vacunemos, esto no va a funcionar". (RNE, *No es un día cualquiera*, 4 de julio).

#### INTERPRETACIÓN

Después de haber escuchado los discursos a los que hemos hecho referencia podemos comprobar cómo se utilizan términos como *ciudadano, ciudadanos, ruso, indio*, etc., para referenciar a la población en su conjunto, es decir, tanto a varones como a mujeres, aunque sean vocablos de género gramatical masculino que sirven para componer un mundo de representación también masculino basado en el androcentrismo.

Estas construcciones discursivas se corresponden con un tipo más de sexismo lingüístico que consiste en la utilización del masculino genérico con carácter universal y globalizador que silencia lo femenino al categorizar con valor de supremacía a los rusos, chinos o indios por exclusión de las rusas, las chinas, o las indias como si estas mujeres no pertenecieran a la categoría de *ciudadanía* de sus países o lo fueran de una categoría inferior. Incluso oímos explícitamente que Soraya Sáez de Santamaría excluye a las mujeres de su condición de ciudadanas porque las nombra durante el transcurso de una enumeración de términos independientes y aislados desde el punto de vista de su significación: "A ciudadanos, a mujeres que...".

También sucede algo similar en el comentario sobre el filme *Black Hat, amenaza en la red* que, según parece, no incluye en su elenco ni a las actrices chinas ni a las americanas.

Como alternativa a este tipo de discurso, desde esta tesis doctoral, se propone evitar estos términos exclusivos de género, y así convertirlos en inclusivos y de esta manera realizar un uso del idioma en toda su extensión. Así, en estos casos se podrían haber utilizado vocablos como *ciudadanía*, *la ciudadanía rusa*, *la población de etnia india*, etc., que son los que nuestra normativa lingüística recoge. Son los que nos llevan a comprender que al pronunciarlos y al escucharlos estamos incluyendo a toda la población, a toda la ciudadanía, ya esté compuesta por mujeres y/o por varones. De esta forma no se silencia ni minusvalora al mundo femenino porque queda incluido. Consiste en evitar un lenguaje sexista que discrimina a la mitad de la población.

#### 7.1.2.- El parentesco generalizador

En este epígrafe se han agrupado aquellos discursos en los que se referencia un parentesco determinado diferenciándolos según se haga en número singular o plural.

La exposición se clasifica según la siguiente ordenación:

1. *El hijo, el padre y el abuelo.*
2. *Los hijos, los padres y los abuelos.*
3. Discursos en los que se mezclan los dos grupos anteriores.

##### 7.1.2.1.- El hijo, el padre y el abuelo

Se recogen aquí aquellas alocuciones en las que las palabras con las que se significan las relaciones de parentesco, como son *hijo*, *padre* y *abuelo*, se utilizan en su versión masculina singular, aunque no sean para personalizar exclusivamente en alguien de género masculino, es decir, cuando también se refieren a la hija, a la madre y a la abuela.



## AUDICIONES

Con respecto a la radio generalista hemos escuchado:

Durante una entrevista que realiza Carles Francino a la fiscalía delegada de igualdad contra la discriminación María Teresa Verdugo, esta explica: “Es verdad que..., los menores se pide que vayan representados por su representante legal, pero incluso aunque el padre no quisiera o no pudiera”. (SER, *La ventana*, 15 de diciembre).

Juan Baño cuenta que el sospechoso por asesinato de un hinchado del Deportivo de La Coruña tiene dos hijos, a lo que Paco González asombrado, dice: “Con lo que cuesta sacar adelante a un hijo”. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

Ramón García entrevista a la psicopedagoga Piedad García, quien explica que: “A un hijo [...] dejarle cotas de libertad, que explique él lo que..., lo que le pasa, [...] que lo explique él”. Acerca de la biografía de esta misma invitada el propio Ramón García cuenta a la audiencia que tiene cinco hijos, circunstancia sobre la que le pregunta: “¿A que tienes más vídeos del primero que del último?”. (COPE, *La tarde*, 28 de enero).

En la radio especializada hemos encontrado la entrevista realizada a la terapeuta infantil Olga Marín. Durante la misma las alusiones son siempre utilizando vocablos como *el niño*, *el bebé*, es decir en género gramatical masculino, incluso ella llega a afirmar que: “Las necesidades de tu hijo son importantes”, aludiendo a la progenitura de la audiencia. (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 17 de febrero).

### 7.1.2.2.- Los hijos, los padres y los abuelos

Si los casos anteriores se referían a aquellos discursos en los que se escuchan vocablos con los que se nombra a los diferentes grados de parentesco utilizados en su versión gramatical masculina de número singular, a continuación, exponemos aquellos en los que se utilizan los mismos en plural. Así observamos el uso de *hijos*, *padres* y *abuelos* para designar no exclusivamente a varones sino también a mujeres, es decir, a *las hijas*, *las madres* y *las abuelas*.

## AUDICIONES

Ramón García reflexiona sobre el comportamiento que ciertos progenitores pueden tener ante sus hijos y la capacidad de estos para imitarles en referencia a la conducción irresponsable: “Esos niños y esas niñas que ven con normalidad cómo sus padres beben en casa, fuman en casa, salen en el coche en ese momento después de las copas, eso ellos lo asumen como normal”. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

En la sección *Crónicas del vértigo* se escuchan comentarios sobre la violencia doméstica. Sobre esta escuchamos que se produce: “De padres a hijos, de hijos a padres, a personas mayores”. (RNE, *Las mañanas*, 16 de diciembre).

Ramón García cuenta que César Bona, único maestro español nominado al *Teacher Global Price*, tiene una pedagogía que gusta a los padres. (COPE, *La tarde*, 17 de diciembre).

Una periodista cuenta que una investigación de la CONCAPA concluye que: “El estudio revela también que los padres sobreprotegen a los hijos”. (COPE, *La linterna*, 17 de diciembre).

Ramón García, Elena Grandal y José Luis Pérez realizan recomendaciones a la audiencia sobre qué regalos hacer en las fiestas de Navidad y Reyes Magos refiriéndose constantemente a: “Padres, niños, chavales o pequeños”. (COPE, *La tarde*, 19 de diciembre).

Javi Nieves entrevista al sociólogo Narciso Michavila, participante en el cuarto barómetro anual de *Family Watch* sobre la situación de las familias, quien afirma que: “Nuestros mayores [...] con sus pensiones están ayudando a los nietos y a los hijos”. (COPE, *La mañana*, 8 de enero).

Nieves también entrevista a María Méndez, porque es madre de ocho hijos, a quien pregunta: “¿Cuántos años tiene el mayor de tus hijos”, ella contesta: “Tiene 26 años, vale?, y es licenciada en farmacia”. (COPE, *La mañana*, 8 de enero).

Ramón García entrevista a la psicopedagoga Piedad García quien afirma que: “Los padres asumimos esas conductas en los hijos para sentirnos necesitados y para sentirnos queridos”. (COPE, *La tarde*, 28 de enero).

En la sección de crítica cinematográfica la colaboradora Teresa Cobo se refiere constantemente a los *papis* para reclamar su atención como parte de su audiencia, y ante el estreno del largometraje de animación *Los minions* advierte del *merchandising* que traerá esta película: “Yo aviso a los padres”. (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

Dos locutoras realizan un microespacio publicitario de una colección de tres CD para regalar a: "Padres y hermanos". (ONDA CERO, *Te doy mi palabra*, 5 de julio).

#### 7.1.2.3.- Los parentescos en singular y en plural

Estos son los discursos en los que se mezclan las dos circunstancias anteriores:

#### AUDICIONES

Con respecto a esta clasificación encontramos tres cortes en la radio convencional y uno en la especializada:

La corresponsal en París cuenta que el gobierno francés elevará la edad de jubilación: “Para subir las pensiones a los casi doce millones de abuelos”, y añade que: “Hace 20 años por cada jubilado francés había 4 personas en activo, hoy por cada jubilado uno coma dos personas en activo”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Ramón García se refiere a la figura conocida como *padre-helicóptero*, a la que define como: “Progenitor hiperprotector que sobrevuela constantemente sobre la vida de sus hijos”, y pregunta retóricamente a la audiencia: “¿Te sientes identificado con esta definición?, ¿eres de esos papás que no dejan que sus hijos hagan nada solos?”, "Que a todos los sitios les tienes que acompañar y que usan con frecuencia frases como: *Es que es muy pequeño para comprenderlo, es que no va a ser capaz de hacerlo sola la pobrecita*. Pues siento decirlo, eres un *padre-helicóptero*”. (COPE, *La tarde*, 28 de enero).

Durante la entrevista a Ángela Martín, esta investigadora privada cuenta que su trabajo consiste en: “Padres que vienen a un detective, a ver..., quiero saber qué toma mi hijo”. Durante su transcurso David Broncano apunta: “¿Le preguntaron alguna vez la frase muy de padre de *Mi hijo esnifa porros?*”. (SER, *A vivir que son dos días*, 4 de julio).

Con respecto a la radio especializada nos referimos a la entrevista que se realiza a la *coach* Elena López Casares quien explica en qué consiste su trabajo: “Todos los temas que preocupan a padres, abuelos”, “Los padres tampoco saben poner los límites. ¿por qué un padre no sabe poner límite?”. Además añade que: “El coaching para padres no es solamente cómo enseñar a un padre, pues, a que su hijo no tenga conductas egoístas. También es cómo enseñar a un padre a serenarse ante la rabieta de un hijo, ¿no?”. (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 18 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Con la creación de esta categoría, queremos evidenciar cómo los vocablos con los que se designan ciertos parentescos como son *hijo*, *padre* y *abuelo* se utilizan para aludir tanto a los varones como a las mujeres, pero sin nombrar a estas últimas.

Es un nuevo caso del uso del masculino con carácter de generalidad que excluye a las mujeres y su mundo en el contexto de las representaciones radiofónicas.

Así, hemos podido escuchar las referencias que se hacen a la figura del padre-helicóptero, o como en un discurso se alude a los *papis*, por ejemplo. También nos hemos percatado de que es el hijo el que tiene conductas egoístas, el que se puede coger una rabieta, o que en Francia hay una persona en activo por cada jubilado.

Al respecto nos preguntamos: ¿Una mujer no puede pertenecer al perfil denominado madre-helicóptero?, ¿una hija no puede coger una rabieta?, ¿las *mamis* no llevan a sus hijas al cine?, ¿una madre no se preocupa de si su hija fuma porros?, ¿en Francia no hay jubiladas?, entre otras cuestiones.

En nuestro idioma se entiende que el uso de estos vocablos con número plural engloba a los dos géneros por tratarse de un caso más de la utilización del masculino genérico que, aunque incluya también a las hijas, madres y abuelas, las silencia.

Pero además la circunstancia en la que se emplean con número singular, es decir *hijo*, *padre* y *abuelo*, para referirse también a *la hija*, *la madre* y *la abuela* es más agravante para las mujeres porque directamente ni las nombra. Es un caso más de exclusión motivado por la estructura androcéntrica del lenguaje que impera.

Así, si la palabra *padres*, en plural, puede sumar los significados de *padre* + *madre* al unir los dos en un sólo término aunque sea masculinizador, ¿qué sucede con referencia a la palabra *padre* en singular?, ¿menciona de forma exclusiva a un padre, es decir a un varón, o también se puede referir a una madre?

### 7.1.3.- La niñez y la adolescencia

En este caso se observarán las alocuciones en las que aparecen los vocablos *el niño* y *el chico*, en primer lugar, y *los niños* y *los chicos*, en segundo, utilizados en la representación lingüística de los dos géneros.

#### 7.1.3.1.- El niño y el chico

Sobre los vocablos *niño* y *chico*, en número singular, escuchamos las siguientes:

#### AUDICIONES

Durante la publicidad de un plan de pensiones de *Bankia* se escucha al principio de la misma una discusión entre un niño y una niña, posteriormente entre un varón y una mujer, ambos de edad adulta. Al final una voz femenina anuncia: “Aunque sigas peleando como cuando eras un niño, ha llegado el momento de contratar un plan de pensiones”. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

Durante otra cuña publicitaria, en este caso de la *Dirección General de Tráfico*, escuchamos que una voz femenina dice: “Esta es la secuencia que ejecuta tu cerebro

ante un obstáculo en la carretera”. A continuación una voz masculina pronuncia: “Pelota, niño, frenar”. Posteriormente entre las mismas dos voces anteriores nos cuentan que si se bebe alcohol mientras se conduce la segunda frase se convertirá en: “Pelota, niño”, por lo que no existirá la posibilidad de frenar se puede producir un accidente. (ONDA CERO, *La brújula*, 18 de diciembre).

En un corte de voz escuchamos que el obispo de Segovia Monseñor César Franco afirma que la Iglesia debe incidir en el proceso educativo del niño. (COPE, *El espejo*, 8 de marzo).

En referencia al abuso que se hace actualmente de las nuevas tecnologías se radia un corte de voz de María Sánchez Mazón, directora de ayuda de la ONG *Padres 2.0*, que dice que una de las circunstancias que acontece en la actualidad es que con edades muy precoces: “Se le compra una *tablet* a un niño”. (SER, Hora 14 fin de semana, 5 de julio).

#### 7.1.3.2.- Los niños y los chicos

Respecto al uso de *niños* y *chicos*, términos en número plural, se han observado las siguientes:

#### AUDICIONES

Las correspondientes a la radio convencional son las siguientes:

Durante el desarrollo de una noticia que nos cuenta que ha sido detenida una banda que actuaba cometiendo delitos de pederastia sólo se utiliza el vocablo niños, en ningún momento el de niñas. (RNE, *Diario de las dos*, 15 de diciembre).

El responsable del sorteo de la lotería de Navidad, durante una entrevista, alude a quienes cantarán los números de los premios: “Vendrán 22 niños al sorteo [...], el número de niños, que será de 11 niños y 11 niñas”. Durante toda esta entrevista las referencias son siempre a los chavales, los niños, los elegidos o los seleccionados (palabras de género gramatical masculino). (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Ángel Expósito entrevista a un varón y a una mujer que han trabajado en una fábrica que se ha incendiado llamándoles varias veces durante la misma como *chicos*. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

Ramón García cuenta que César Bona, único maestro español nominado al *Teacher Global Price* ha impartido sus clases: "A chicos con exclusión social". (COPE, *La tarde*, 17 de diciembre).

Durante la entrevista que realiza Cristina López a Lisa Lovatt-Smith que es autora del libro *Mañana quién sabe. Una familia encontrada en África* explica, acerca del papel humanitario de su invitada, que: "Cientos de niños han visto cambiada su vida por su capacidad de abrazar y su capacidad de esforzarse". Las dos se refieren a niños, padres, los trabajadores de los orfanatos y los adultos. (COPE, *Fin de semana*, 8 de marzo).

Pepa Fernández entrevista Javier Moro, autor de la novela *A flor de piel. La aventura de salvar al mundo* que cuenta una expedición filantrópica para investigar sobre la vacuna de la viruela en América. Ambos se refieren a niños y chavales en todo momento. Moro dice que el doctor Balmis, líder de la aventura, creó un sistema: "Para que se vacunase a los niños desde la cuna". (RNE, *No es un día cualquiera*, 4 de julio).

Con respecto a esta misma categoría, se han escuchado las siguientes alocuciones en la radio especializada:

La entrevistada Adriana Arias, directora de marketing de una plataforma de educación, cuenta que las posibilidades que ofrece la misma son que: "Todos los chicos de la escuela tienen oportunidad de subir sus canciones". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 19 de diciembre).

Una voz femenina anuncia que la obra social de *La Caixa* atiende a "los niños" que necesitan ayuda. (ONDAMUJER.COM, *Moda*, 28 de enero).

## INTERPRETACIÓN

Escuchando las alocuciones que hemos incluido en este valor podemos observar cómo en los diferentes discursos se utilizan vocablos como niño, chico, niños o chicos con carácter generalizador. Es decir, que a las niñas o las chicas no se las menciona.

Esto sucede utilizando estos términos tanto con número plural, lo que podría englobar a todos los géneros, como de número singular, solamente aludiendo a lo masculino. Así, en este último caso, se alude a la vida y a la circunstancia de *un niño* o *un chico*, aunque, por usarse con carácter generalizador, con ello se quiera referir también a la de *una niña* o *una chica*.

Esta categoría que observamos en este epígrafe es muy similar a las anteriores que han sido explicadas convenientemente. Son casos en los que se utilizan todos estos términos masculinos para silenciar a los femeninos porque, aunque los refiera, no los nombra, los omite. Todo esto se corresponde con los usos lingüísticos masculinizadores con los que se globaliza a toda la comunidad porque con ellos se designa la supremacía.

Al igual que sucedía con el término *padres*, los vocablos *niños* y *chicos* son utilizados para escenificar una suma de realidades, las que componen: *niño* + *niña* y *chico* + *chica* respectivamente, pero siempre se realiza utilizando exclusivamente el género plural de una de estas dos palabras, la masculina. No ha sido encontrado ningún caso con el uso de la femenina. ¿Por qué cuando se trata de referir a un grupo de adolescentes entre quienes se encuentra una mayoría de mujeres no se utilizan estas palabras en su versión femenina?

Estos casos responden a un uso de la economía del lenguaje que, al estar cimentado en estructuras androcentristas, otorga valor de preponderancia a lo masculino.

Así, hemos podido escuchar referencias masculinas hacia quienes dicen los números del sorteo de la lotería, aunque exista un número mayor de niñas que de niños que los cantan. O que son exclusivamente los varones quienes sufren exclusión social, o quienes pueden subir canciones a una plataforma educativa. ¿*La Caixa* no atiende a las niñas en su labor social?



#### 7.1.4.- El hombre, ¿varón o persona?

Cuando el ser humano era un homínido había hembras y machos que al evolucionar y desarrollarse como personas pasaron a convertirse en mujeres y hombres, términos con los que se referencia a cada género respectivamente.

Sin embargo, el vocablo *hombre* posee además un significado de orden generalista, fruto de una conceptualización androcéntrica de la sociedad, que es el que se utiliza para designar a cualquier persona independientemente de su género.

Es así como la propia Real Academia de la Lengua señala, en su primera acepción, que significa: "Ser animado racional, varón y mujer", Si bien en la segunda lo reduce a "Varón (persona del sexo masculino)", y en la tercera, cuarta y quinta también acota las definiciones al género masculino (RAE, 2017a).

Ante la observación de esta circunstancia ha sido construida esta categoría discursiva.

En ella se procederá a exponer aquellos discursos en los que la palabra *hombre* es utilizada con los siguientes significados otorgados:

1. Varón.
2. Persona.

Así, en primer lugar, escucharemos las alocuciones en las se referencia a una persona de género masculino. Posteriormente, aquellas en las que su uso adquiere la significación de un ser humano independientemente del género que posea, incluso referido a una mujer específicamente.

#### 7.1.4.1.- Un hombre, un varón

Con respecto a este uso encontramos las siguientes:

##### AUDICIONES

El primer caso se produce en este espacio cuyo contenido específico gira en torno al universo de la ciencia. En el mismo se radia un discurso, rescatado del archivo sonoro, en el que se escucha un fragmento de una entrevista al Dr. Gregorio Marañón quien dice: “Yo creo que los premios que se conceden a los hombres de ciencia no son para que estos los disfruten.” (RNE, *A hombros de gigantes*, 15 de diciembre).

En este otro programa, a modo de editorial, también se utiliza *hombres* con significado de *varones*. En él José Luis Restán lee, en la introducción de su espacio religioso, un fragmento de una catequesis del Papa Francisco sobre Jesucristo: “De allí partió la historia más decisiva para la humanidad, la historia de Jesús en medio de los hombres”. (COPE, *El espejo*, 17 de diciembre).

En este espacio religioso podemos escuchar fragmentos de una homilía en la que se dice: “Dios encarnado, que no iba a ser un dios disfrazado de hombre. Sino, al mismo tiempo, y a la vez, verdadero dios, y verdadero hombre”. (COPE, *La linterna de la iglesia*, 21 de diciembre).

El periodista Luis del Val realiza una descripción física de la vicepresidenta Soraya Sáez de Santamaría, a modo de fotografía sonora, posteriormente a la entrevista que se le realiza, y dice sobre ella que lleva: “Un reloj deportivo en la muñeca izquierda que es donde nos solemos colocar los hombres el reloj”. (COPE, *La mañana*, 8 de enero).

Pepa Fernández entrevista Javier Moro, autor de la novela *A flor de piel. La aventura de salvar al mundo* quien cuenta una expedición filantrópica para investigar sobre la vacuna de la viruela y que, según el propio escritor relata en el primer capítulo de la misma, consistió en una lucha de un médico por conseguir su objetivo: "El hombre contra la viruela". (RNE, *No es un día cualquiera*, 4 de julio).

#### 7.1.4.2.- Un hombre, una persona

En los cortes de audio siguientes se utiliza el término *hombre* queriendo referenciar a una persona cualquiera, ya se trate de un varón o de una mujer, a la humanidad en su conjunto.

#### AUDICIONES

En la COPE escuchamos una canción, que se radia como sintonía introductoria, en la que su letra cantada por un varón dice: “Los sueños cambiaron el destino de los hombres y de las naciones”. (COPE, *La tarde*, 17 de diciembre).

Goyo González cuenta que en Granada se va a construir una línea de metro: “A paso de hombre”. (COPE, *La mañana*, 17 de diciembre).

José Antonio García entrevista al cocinero profesional Fernando del Cerro quien afirma que: “Esa primera necesidad que tiene el hombre que es la de alimentarse”. (RNE, *Esto me suena*, 17 de diciembre).

Oímos la voz de un tertuliano quien dice que los hermanos Castro llevan gobernando en Cuba: “La vida entera de un hombre”. (ONDA CERO, *La brújula*, 17 de diciembre).

Por su parte, en este espacio de la radio pública se hace referencia a la Declaración Universal de los Derechos del Hombre. (RNE, *24 Horas*, 18 de diciembre).

Cristina López Schlichting afirma que la acción destructora del ISIS: “Es un zarpazo en el corazón [...]. El corazón del hombre está hecho para la belleza. Y realmente estos martillos y estas excavadoras lo que hacen es eso, asesinar el corazón del hombre, su sensibilidad, su patrimonio internacional, su historia, la vida, el amor, las personas, la familia”. (COPE, *Fin de semana*, 8 de marzo).

## INTERPRETACIÓN

Como hemos podido comprobar en los discursos que hemos escuchado anteriormente la palabra *hombre* adquiere tanto el significado de *varón* como de *persona*. Con esta segunda acepción, moldeada con criterios normativos androcentristas, se le concede carácter de universalidad. Es la conformación de un uso utilizado para la generalización de los dos géneros, aunque sea un vocablo masculino.

Es una forma de referenciar al conjunto de la población, a la que también pertenecen las mujeres, ejecutándola bajo el paraguas de un término que tiene un carácter de designación exclusivamente masculino. Con su uso las mujeres no quedan invocadas, porque lo correcto sería utilizar palabras con valores inclusivos en cuyo significado las incluimos también a ellas, y también a ellos.

Los vocablos que deben ser utilizados son aquellos sustantivos genéricos o colectivos, tanto de género gramatical femenino (gente, asociación, colectividad) o masculino (grupo, pueblo, colectivo) que hacen referencia a todas las personas independientemente del género que posean.

Así entendemos que las obras del metro no se hacen a paso de hombre, sino de persona. O que si los hermanos Castro llevan toda una vida gobernando en Cuba esto no significa que sea exclusivamente la de un hombre, sino la vida de una persona. O que la primera necesidad que tiene un ser humano es la de alimentarse, y no sólo la de un varón, porque las mujeres también la tienen.

### 7.1.5.- *¿Quiénes?, el que y los que*

En esta categoría vamos a incluir aquellos discursos radiofónicos en los que se utilizan las expresiones *el que* y *los que*. Ambas pertenecen a la categoría gramatical de pronombre relativo que queda definido como el que:

“Encabeza oraciones subordinadas con antecedente explícito o implícito, y puede referirse tanto a personas como a cosas. Cuando va precedido de artículo forma el

relativo compuesto *el que*, que varía en género y número de acuerdo con la palabra a la que se refiere: *el que, la que, lo que, los que, las que.*” (RAE, 2005a).

Específicamente, y desde la perspectiva de género que focaliza nuestro trabajo, nos referiremos a ellos cuando se utilizan con género gramatical masculino (*el y los*) aunque sea para nombrar la globalidad de un universo compuesto tanto por varones como por mujeres.

## AUDICIONES

José Luis Pinilla, secretario de emigración de la Conferencia Episcopal, explica que en su organización atienden a la: “Inmigración de los que llegan”. (COPE, *El espejo*, 16 de diciembre).

Escuchamos las recomendaciones sobre una conducción correcta que ofrece José Antonio García precedidas de la frase: “El que conduce, atento”. (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

Javi Nieves entrevista al sociólogo Narciso Michavila quien ha participado en el cuarto barómetro anual de *Family Watch* y opina sobre la situación actual: “Aunque las familias todavía se creen que lo están pasando mal [...] este es el primer barómetro donde los que ven este año 2015 con optimismo superan a los que lo ven con pesimismo”. (COPE, *La mañana*, 8 de enero).

Esther Bazán, acerca de la posibilidad de viajar en compañía se refiere a la agencia *¿Y por qué no solo?*, y dice que: “Cada vez son más los que deciden viajar solos, aunque no lo estén”, y añade que aunque: “Hay quien prefiere hacerlo acompañado”, y a continuación se escucha un corte de voz de una encuesta realizada en la calle en la que se escucha a tres mujeres que opinan acerca del tema. La sección termina con una reflexión que realiza la periodista: “¿Solos o en pareja?”. (SER, *Hora 14 fin de semana*, 5 de julio).

## INTERPRETACIÓN

En los discursos anteriores hemos podido comprobar que con el uso de expresiones como *el que* y *los que* se alude a un mundo masculino.

Esto sucede porque anteceden a un sustantivo, al que presentan en un espacio y tiempo concretos, con el que han de concordar en género por lo que implícitamente este también será de género masculino, como ellos mismos. Su uso de esta forma se conforma como un caso más del uso del masculino generalizador que, aunque según las normas gramaticales y léxicas incluyan también a las mujeres, las silencia porque no las nombra.

Así se puede entender que a nuestro país no llegan inmigrantes que sean mujeres, o que quienes participan en el barómetro anual de *Family Watch* son varones exclusivamente, por ejemplo, aunque es sabido que utilizándolos se hace referencia a la población en su conjunto en la que se incluye tanto a varones como a mujeres, aunque traslade a quienes los escuchan (no a *los que* escuchan) a un mundo masculino.

Por ello, si se quisieran utilizar términos que nombren y designen a los dos géneros se deberían utilizar otros pronombres relativos como *quien* o *quienes*, que son inclusivos porque designan a todos, varones y mujeres. O *la que* o *las que*, referidas exclusivamente a las mujeres en el caso en el que se desee nombrar de forma exclusiva a este género.

### 7.1.6.- Vocablos masculinizados. *El hado* y *la líder*

El uso del masculino generalizador puede ser tan influyente que provoca que palabras que tienen un significado institucionalizado en su vertiente femenina, sin embargo, sean masculinizadas, es decir, utilizadas en la masculina.

Sucede que vocablos admitidos por la RAE como *lideresa* (RAE, 2018k) y *hada* (RAE, 2018l), palabras de género femenino, se convierten en *líder* y *hado*.

## AUDICIONES

Escuchamos que un periodista dice que la presidenta del parlamento griego: “Va a ser una mujer que además va a ser una de las principales líderes de Syriza”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 28 de diciembre).

La presentadora nos introduce la sección de un compañero suyo diciendo de él que es: "Nuestro hado de cabecera". (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 19 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

En el primer caso hemos podido escuchar que el periodista se refiere a una mujer utilizando para ello la palabra *líder* cuando debería haber utilizado *lideresa* ya que este vocablo está aceptado para nombrar lo femenino.

Por su parte, en el segundo se utiliza un término que no existe con el significado que se le quiere dar, porque *hado* no es un *hada-varón* sino que tiene otras acepciones bien diferentes como son:

“1. m. En la tradición clásica, fuerza desconocida que obra irresistiblemente sobre los dioses, los hombres y los sucesos.

2. m. Encadenamiento fatal de los sucesos.”(RAE, 2018m).

Son formas de normalización del lenguaje a través de su masculinización porque designan exclusivamente al varón o a su mundo.

### 7.1.7.- La radio que se dirige a los varones exclusivamente

Una de las características del medio radiofónico es la relación tan directa que establece con quienes sintonizan cada uno de sus espacios. Esta es una forma de implicación de la audiencia mediante su apelación de forma directa y constante con el objetivo de conseguir que quienes escuchan los programas se sientan partícipes de ellos. Así se constituye una reactivación de la retroalimentación entre quienes difunden los programas y quienes los consumen.

Por ello se ha creado esta categoría en la que van a ser observadas estas situaciones y cómo se realizan desde la perspectiva de género.

## AUDICIONES

En la radio convencional escuchamos cómo el conductor de este espacio, Ramón García, se dirige a lo largo de cada uno de sus programas y durante todos los días que han sido auditados a su audiencia para indicarles que la emisora informará puntualmente de lo acontecido informativamente: “Serás el primero en saberlo”. (COPE, *La tarde*).

Durante una mención publicitaria la locutora Gemma Santos anuncia que conduciendo un vehículo comercial de *Citroën*: “Te vas a convertir en un súper héroe”. (COPE, *Tiempo de juego*, 8 de marzo).

Javier del Pino solicita a la audiencia que llame por teléfono para participar en un concurso musical a lo que el colaborador Manu Berástegui añade: “Lo que nos gusta es la llamada en directo y la voz del oyente que nos cuente”. (SER, *A vivir que son dos días*, 8 de marzo).

Juan Pablo Guerrero se dirige a su audiencia: “Este programa de noticias está pensado para ti que eres ahora mismo uno de esos automovilistas que mientras esperas con paciencia vas escuchando la radio”. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 4 de julio).

Cristina López saluda a su audiencia: “Bienvenido a Fin de semana de la Cadena COPE”. Posteriormente dice: “Los habrá que os levantáis ahora, bueno, os mandamos un beso”. (COPE, *Fin de semana*, 5 de julio).

Con respecto a las radios especializadas:

El caso más significativo y determinante que pertenece a esta categoría lo encontramos en todos los espacios de la plataforma digital de contenidos especializados *ondamujer* en los que continuamente se está anunciando que es una radio: “Hecha por y para mujeres”, aunque sus locutoras se dirijan a sus audiencias en los siguientes términos masculinos: *el oyente* y *los oyentes*.



Un ejemplo lo encontramos en la siguiente audición en la que podemos escuchar cómo la conductora de este espacio, también dirigido a las mujeres, alude a la audiencia diciendo: “Creo que podemos invitar a los que nos escuchan a que compartan por las redes sociales [...] momentos complicados para muchos”. (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 17 diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Comprobamos con el análisis de esta categoría discursiva que, una vez más, se utiliza el masculino para nombrar y apelar a quienes escuchan la radio como si estas audiencias estuvieran conformadas exclusivamente por varones.

Esto sucede en el momento en el que tanto las locutoras como los locutores se dirigen *al oyente o a los oyentes* (que referencian un mundo masculino) y no a *la audiencia o las audiencias* (con las que se nombra a todos, varones y mujeres) como debería ser desde un uso inclusivo e igualitario del lenguaje.

Así, el caso que nos ha llamado más la atención es el de la plataforma especializada en contenidos dirigidos específicamente a la mujer, como así lo anuncia *ondamujer*, en cuyos espacios podemos oír que se dirigen explícitamente *al oyente o a los oyentes*. Una circunstancia que alcanza carácter de referencial en lo que a esta categoría corresponde ya que en su lugar deberían decir *la oyente, o las oyentes*. Todo porque son mujeres quienes conforman el *target* objetivo de sus programas, como sus propias locutoras anuncian constantemente a lo largo de sus espacios.

También hemos podido escuchar cómo el eslogan o frase publicitaria de la Cadena COPE excluye a las mujeres al utilizar el término *informado*, palabra de género gramatical masculino, que, aunque podría englobar tanto a los varones como las mujeres, estas quedan excluidas porque es utilizado en singular. Si se quisiera incluirlas en este discurso se podrían utilizar otras formas gramaticales en plural como por ejemplo es *estar informados*, u otros. Además, esta alusión a la audiencia que se realiza de forma sutil queda fortalecida con las palabras que pronuncia el director y presentador del espacio vespertino de esta cadena de emisoras. Nos referimos a los términos con los

que Ramón García apela a la audiencia utilizando también el género masculino y singular para ello.

Concretamente y referente al caso de la frase: “El que conduce, atento” produce una referencia exclusiva hacia un varón. Esto sucede porque se establece una vinculación en la representación mental de quien la dice y quien la escucha entre dos mundos mediante el lenguaje. Por una parte, porque se plantea la existencia de la posibilidad de ejercer una facultad, que es la de conducción, y por la otra porque también se plantea qué personas son las que se ven posibilitadas para ejercerla, que en este caso es un varón porque se pronuncia "El que" (género gramatical masculino). Esta es una manera más de vincular el mundo de la automoción y la conducción con el universo masculino. Si se hubieran utilizado las formas inclusivas de género se debería haber pronunciado “Quienes conduzcan” o "Quienes conducen".

#### 7.1.8.- Otros casos: el cliente, el amigo, el presidente y el usuario

En este valor hemos reunido otros casos del uso del genérico masculino que se han detectado y que no responden a las categorías expuestas con anterioridad.

#### AUDICIONES

Con respecto a la radio generalista escuchamos:

Alfredo Menéndez le pregunta al líder de CCOO Ignacio Fernández Toxo: “¿Tiene candidatos para presidir el sindicato ante las próximas elecciones sindicales?”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 15 de diciembre).

Una periodista anuncia que: “Pedro Sánchez ha respondido a los críticos de su formación”. (ONDA CERO, *La brújula*, 15 de diciembre).

En este espacio cuyo contenido es específico sobre el mundo de la ciencia nos cuentan sobre los Premios Jaime I: “Competimos, se compiten ingenieros, tecnólogos, informáticos, científicos de todas las áreas, y que se haya reconocido la labor de los químicos”. (RNE, *A hombros de gigantes*, 15 de diciembre).

En la sección *Crónicas del Vértigo* hablan sobre la violencia doméstica de la que cuentan que, entre otras personas, se produce “a discapacitados”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Durante la emisión de una cuña publicitaria escuchamos una voz masculina que al anunciar el vino *Solar de Samaniego* dice: “Elaborado por maestros enólogos”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

Goyo González se refiere a “los responsables” del Ayuntamiento de Granada a quienes critica por el retraso en la ejecución de unas obras. (COPE, *La mañana*, 17 de diciembre).

Ramón García anuncia que: “La patronal de empresarios va a elegir a su nuevo presidente”. (COPE, *La tarde*, 17 de diciembre).

Ramón García cuenta que César Bona, único maestro español nominado al *Teacher Global Price*, tiene una pedagogía que gusta a “los alumnos”. (COPE, *La tarde*, 17 de diciembre).

Un oyente que interviene por teléfono saluda: “Buenos días a los señores de la mañana”, previamente quienes conducen este espacio se han presentado, son un locutor y una locutora. (RNE, *Las mañanas de rne*, 19 de diciembre).

En una cuña publicitaria de la obra social de *La Caixa* una voz masculina con aplausos de fondo como si estuviera dando un discurso en un gran auditorio dice: “Dedicado a todos los voluntarios, colaboradores, empleados, clientes y accionistas que ayudan a la fundación bancaria *La Caixa* a construir una sociedad más justa y con más oportunidades”. (SER, *Hoy por hoy*, 28 de enero).

Pepe Domingo lee una mención publicitaria de *Bricomart* que va dirigida a “los profesionales”. (COPE, *Tiempo de juego*, 8 de marzo).

Cristina López Schlichting entrevista a Javier Piña, gestor del portal *empleo.es*, acerca de ofertas de empleo para la vendimia francesa, Piña dice: “Lo mejor, lo mejor, lo mejor

es que si conocemos a alguien que ya haya ido en otras ocasiones a la vendimia francesa nos pongamos en contacto con él". (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

Durante este microespacio publicitario dos locutoras venden una colección de tres CD dirigiéndose a la audiencia: "Amigos". (ONDA CERO, *Te doy mi palabra*, 5 de julio).

La periodista que desarrolla la información sobre el abuso con respecto a la utilización de las nuevas tecnologías se refiere a "los menores" y "los adultos", y desarrolla una información sobre el *sexting* al que define como: "El envío de imágenes íntimas a amigos". (SER, *Hora 14 fin de semana*, 5 de julio).

Para la campaña preventiva de accidentes de tráfico de *A3 Media*, una voz masculina tras realizar un relato de distracciones que pueden cometerse mientras se conduce, añade: "Son gestos peligrosos que vemos en muchos conductores". (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 5 de julio).

En cuanto a la radio especializada se refiere, podemos escuchar:

Una entrevistadora alude a la implicación que asumen quienes adquieren cierto tipo de fotografías comprometedoras: "El cliente se convierte en un micro-mecenas". (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 15 de diciembre).

Una periodista entrevista a Emma López, directora de la organizadora de eventos *Event Málaga*, ambas se refieren a "los clientes". (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 15 de diciembre).

En la entrevista a Paloma Llana, abogada experta en tecnología sobre los ataques informáticos que sufren las empresas, la periodista afirma: "Cuando un pirata informático o un *hacker* ataca a una compañía". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 15 de diciembre).

Una periodista entrevista a la psicóloga Neus Calleja sobre las compras compulsivas en Navidad. La primera pregunta es sobre las compras descontroladas: "¿Afectan más a unos que a otros?", y opina sobre la diferencia que hay entre diferentes actos: "No es

pasar de ser consumistas a ser compradores compulsivos", posteriormente pregunta sobre las acciones que deben tomar quienes se encuentren en el entorno de una persona que compra de forma desmedida: "¿Qué pueden hacer cuando detectan que puede haber un problema de..., de compra compulsiva, en un amigo, familiar, o demás...?". (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 15 de diciembre).

Una periodista entrevista a Marta Acebo sobre las estrategias de comunicación de la compañía de seguros *Aegon*. La entrevistada dice: "La comunicación está muy pegada al cliente". (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 16 de diciembre).

Además escuchamos en la radio especializada que durante la entrevista que le realiza una periodista a Beatriz Amilibia sobre las ventajas de la telemedicina, ambas hacen referencia a "los pacientes" y "el paciente". (ONDAMUJER.COM, *Salud*, 16 de diciembre).

También escuchamos una cuña publicitaria de una casa rural: "Con todas las comodidades necesarias para que el viajero pueda disfrutar de un entorno rural". (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 17 de DICIEMBRE).

También escuchamos dos casos en los que se utiliza el vocablo *usuario*. Un periodista entrevista a Luis Serrano, experto en emergencias y catástrofes, ambos se refieren a: "usuario" de redes de emergencia. (ONDAMUJER.COM, *Salud*, 17 de diciembre).

Una periodista entrevista al director de marketing de *Soria Natural* sobre sus productos de venta *on-line* y aplicaciones quien se refiere a "usuario", "nuestros usuarios", "el cliente". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 17 de diciembre).

Durante una cuña publicitaria escuchamos una voz femenina que anuncia un salón de celebraciones: "Despedidas para solteros y divorciados". (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 17 de DICIEMBRE).

Durante la entrevista que realiza una periodista al director general de *Unidental* y su directora de marketing los tres se refieren constantemente a: "Asociados, franquiciados,

los pacientes, los doctores, odontólogos, unos somos los buenos y otros los malos". (ONDAMUJER.COM, *Salud*, 19 de diciembre).

Una periodista entrevista a Carmen Martínez Bertola sobre los alimentos de Navidad. La entrevistada dice que en estas fechas lo normal es: "Ir a comer fuera con compañeros, con amigos", "Cuando se busca menús para grupos de empresa, amigos y tal". (ONDAMUJER.COM, *Gourmet*, 19 de diciembre).

Para ilustrar su sección el colaborador de este espacio Iñigo Sota lee el párrafo de un libro del que anuncia que: "Es de autor anónimo". (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 19 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

En estos discursos hemos podido comprobar cómo se utilizan vocablos como *usuario*, *amigo*, *presidente*, *soltero*, *divorciado*, *cliente*, *hacker*, *señor*, etc., no sólo para representar con ellos a los varones sino también a las mujeres. También sucede de igual proceder con los de número plural como *ingenieros*, *tecnólogos*, *informáticos* y *químicos*.

Esta circunstancia acontece porque son discursos creados con patrones lingüísticos androcentristas que también incluyen a las usuarias, amigas, presidentas y a las divorciadas, aunque no las nombre.

Son ejemplos que pertenecen al masculino genérico lingüístico que evidencian una vertiente sexista en el uso del lenguaje. Y esto es así porque sabemos que existen otros vocablos que también pueden ser utilizados porque son inclusivos que pertenecen a la normativa de nuestra lengua con los que además podemos establecer una ruptura con respecto a los esquemas clásicos de construcción de nuestro lenguaje basados en una concepción patriarcal del mismo. Nos referimos a términos como *persona*, *colectividad*, *ciudadanía* y otros muchos.

Nuestra sociedad concede de esta forma carta de naturaleza a lo androcéntrico y a lo patriarcal porque utiliza patrones referenciados en ellos a que los convierte en ejes vertebradores de la normativa lingüística ocultando así lo femenino.

Esta estructura de construcción del lenguaje, que selecciona los vocablos y expresiones desde una perspectiva masculina al otorgarle un mayor poder mayor referencial en el discurso, constituye una forma más de sexismo lingüístico.

## 7.2.- Jerarquía de desigualdades. Las representaciones asimétricas

Una de las formas en las que se manifiesta el sexismo discursivo consiste en la construcción de un planteamiento lingüístico en el que la relación de sus elementos queda jerarquizados.

Es la otorgación de valoraciones diferenciada que va desde una mayor a otra menor, es decir, graduada según una escala que concede valores de parcialidad a lo que se nombra en función de su género lo que se constituye como una utilización del lenguaje alejada de la equidad o ecuanimidad.

En esta categoría discursiva hemos observado estos planteamientos y de ellos damos cuenta a continuación exponiendo si se produce un sistema asimétrico en las representaciones radiofónicas en cuanto a las jerarquías lingüísticas de género se refiere y en qué medida se muestran.

Es este un valor que ha sido subdividido en las siguientes categorías:

- ✓ Oraciones en las que no existe concordancia gramatical de género.
- ✓ Forma en la que se cita nominalmente a cada género.
- ✓ Contenidos en los que se referencian al patriarcado y al matriarcado.
- ✓ Espacios de ubicación del varón y de la mujer en los entornos laborales, familiares y de relaciones sociales.

### 7.2.1.- La no concordancia gramatical de género

El género gramatical, que en nuestra lengua varía entre el masculino, el femenino y el neutro, es una propiedad arbitraria del sistema lingüístico que se rige por una serie de reglas de concordancia. Sobre ellas no existe la necesidad de una actuación lógica que lo relacione con el sexo biológico de quien referencia, aunque mayoritariamente quede establecida una correspondencia entre este y el género de la entidad designada.

Estas normas de concordancia se refieren a la correspondencia que tiene que existir, en diferentes niveles gramaticales o léxicos, entre los diferentes vocablos que se utilizan en una misma frase, oración, expresión o texto.

Hay diferentes clases de concordancia, la de tipo nominal concretamente establece que tiene que existir una coincidencia como se detalla:

"Concordancia. 1. Es la coincidencia obligada de determinados accidentes gramaticales (género, número y persona) entre distintos elementos variables de la oración. Se pueden distinguir dos tipos de concordancia:

a) Concordancia nominal (coincidencia de género y número). Es la que establece el sustantivo con el artículo o los adjetivos que lo acompañan: *la blanca paloma; esos libros viejos*; el pronombre con su antecedente o su consecuente: *A tus hijas las vi ayer; Les di tu teléfono a los chicos*; o el sujeto con el atributo, con el predicativo o con el participio del verbo de la pasiva perifrástica: *Mi hijo es un santo; Ella se encontraba cansada; Esas casas fueron construidas a principios de siglo.*" (RAE, 2005b).

En esta categoría se van a exponer si las reglas sobre la concordancia específicamente relativas al género gramatical se producen de este modo. Para ello se analizan aquellos cortes de audio en los que se ha observado algún tipo de relación asimétrica al respecto del género invocado en cada uno de los discursos.

Como es bastante extenso el material que hemos encontrado perteneciente a este valor y en aras de que quede bien organizado vamos a exponer en un primer lugar aquellos casos de no concordancia gramatical de género que se produce en referencia a las



personas y posteriormente actuaremos de igual forma en referencia a las cosas, animales u objetos.

#### 7.2.1.1.- Términos que referencian a personas

Los casos que hemos encontrado tanto en la radio convencional como en la especializada en los que no existe concordancia gramatical de género cuando se trata de nombrar, designar o establecer una referencia sobre los seres humanos son los que a continuación detallamos.

### AUDICIONES

El 15 de diciembre escuchamos cuatro casos:

Javi Nieves dice, sobre el secuestro en una cafetería de Sidney, que hay: “Dos supuestos rehenes, ambas mujeres”. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

José Luis Pérez, director de informativos de COPE, se refiere a las prestaciones sociales para la población desempleada: “Una persona que se cree que será beneficiario” de este plan. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

Carles Francino entrevista a María Teresa Verdugo, fiscal delegada de igualdad contra la discriminación de Málaga quien dice que una denuncia: “La puede hacer cualquier persona, no sólo el *perjudica*”. (SER, *La ventana*, 15 de diciembre).

La corresponsal en París de la radio pública cuenta que la policía ha desarticulado a un grupo de presuntos terroristas islámicos de los que: “Algunas son personas convertidos”. (RNE, *24 horas*, 15 de diciembre).

Además, encontramos también estos cortes de voz radiados en los días sucesivos pertenecientes a la muestra seleccionada:

Otra operación policial en la que nos cuentan que hay 7 personas detenidas (3 hombres y 4 mujeres) que eran enviadas a Siria e Iraq a luchar para el *Estado Islámico*,

escuchamos que Pepa Bueno dice: “Hay 7 detenidos” y “Todos han sido captados a través de las redes sociales”. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

Durante la tertulia de actualidad se comenta que con la operación *Pandora* la policía ha detenido a 7 mujeres y 4 hombres anarquistas, Julia Otero pregunta a los tertulianos: “¿De qué se les acusa?”. Además durante las explicaciones de esta información dice: “Cada uno de ellos”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

La directora y presentadora de este espacio Elena Gijón, dice sobre una operación policial: “Se salda de momento con 7 detenidos, entre ellos 4 mujeres, una de ellas menor”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 16 de diciembre).

Joseba Larrañaga lee la entrada de una noticia: “La policía ha detenido a 34 personas [...] entre ellos dos presuntos autores materiales del crimen, uno de ellos puede ser un taxista de Parla”. Posteriormente en el desarrollo de la misma el periodista Juan Baño detalla: “Entre ellos 3 menores”. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

Al final de la entrevista que Gemma Nierga realiza a la actriz Ana Duato y al actor Ricardo Gómez sobre la serie *Cuéntame* de TVE intervienen tres mujeres por vía telefónica que son seguidoras de esta serie televisiva, sobre lo que Nierga afirma: “No puede haber más cariño entre nuestros oyentes hacia *Cuéntame*”. (SER, *Hoy por hoy*, 8 de enero).

Sobre el asunto de las tarjetas opacas de *Caja Madrid* una periodista lee: “El juez Andreu imputa a 78 personas más que fueron titulares de esas tarjetas entre ellos varios ex directivos de la entidad”. (RNE, *24 horas*, 28 de enero).

Pepa Fernández que entrevista a Javier Moro, autor de la novela *A flor de piel. La aventura de salvar al mundo* que cuenta una expedición filantrópica que consistió en enviar una corbeta con veintidós niños huérfanos inoculados con la recién descubierta vacuna de la viruela desde España a los territorios de Ultramar, Moro dice que: "Es fácil entender el por qué esta mujer acepta el reto de irse a cuidar a 22 niños en un viaje increíble donde, en realidad, va a salvar al mundo, pero también va a salvarse a sí

mismo y es lo que hacen también los médicos". (RNE, *No es un día cualquiera*, 4 de julio).

La periodista Gema Piñeiro, sobre la Ley Mordaza señala que: "Es complicado de entender para la ciudadanía que las propias fuerzas del orden que tienen que llevar a cabo una ley, pues..., que no estén formados". (ONDA CERO, *Te doy mi palabra*, 4 de julio).

Oímos un corte de voz con las explicaciones que ofrece el médico José Antonio López sobre las consecuencias del excesivo calor: "Transformarnos en una persona irritable, una persona más nervioso, una persona de peor carácter simplemente por el aumento de la ansiedad". (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 4 de julio).

Oímos que una periodista dice que: "Antes se valoraba que la pareja pasase el mayor tiempo juntos". (SER, *Hora 14 fin de semana*, 5 de julio).

Acerca de la radio especializada no hemos encontrado ningún ejemplo de falta de concordancia en ondaarcoiris, pero sí en la radio de mujeres:

La periodista sobre la situación laboral señala: "De esos 5 millones de parados las mujeres desempleadas somos las que..., una de las que..., somos los colectivos que más ocupamos, estos 5 millones de parados". (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 16 de diciembre).

La periodista Elena Santos hace referencia a los mejores momentos del año que está terminando: "El ganador de Eurovisión, recuerdo que es Conchita Wurst". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 18 de diciembre).

La entrevistadora de este espacio dice: "Como personas también somos despiadados". (ONDAMUJER.COM, *Sin bragas y a lo loco*, 14 de abril).

### 7.2.1.2.- Vocablos que no mencionan a personas

Los casos que se exponen a continuación son aquellos en los que no existe concordancia gramatical de género cuando se trata de establecer una referencia sobre ciertas cosas o animales.

#### AUDICIONES

De las radios convencionales se observan los siguientes discursos:

Carlos Herrera dice: “A Pedro Sánchez le van a mover la silla. ¿Quién se lo va a mover, Susana Díaz? Pues si no se lo mueve Susana Díaz en primera persona en nombre de Susana, alguno se lo moverá”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 15 de diciembre).

Julia Otero dice que el invierno tan duro que llegará es anunciado por: “Los ave-frías”, a lo que un tertuliano que está a su lado le corrige: “Las ave-frías”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

Por su parte, en la radio pública se escucha que la selección femenina ha ganado un partido de balonmano, circunstancia sobre la que el locutor de este espacio pregunta a una periodista: “¿Quién puede ser el rival de España?”. (RNE, *Radiogaceta de los deportes*, 19 de diciembre).

Ramón García pronuncia: “Es una mala hora para que Madrid esté colapsado”. (COPE, *La tarde*, 8 de enero).

Cristina López entrevista a Lisa Lovatt-Smith que viajó a Ghana para construir casas de ayuda a los niños y cuenta que fue elegida por su trayectoria humanitaria: “La dirección del orfanato quería estar seguro”. (COPE, *Fin de semana*, 8 de marzo).

Con respecto a la radio especializada, los discursos son los siguientes:

La locutora de este espacio llega a afirmar acerca de las compras compulsivas en Navidad que: "El rey es la publicidad". (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 15 de diciembre).

Jessica Puttmann directora de marketing y comunicación de *Diners Club España* afirma: "*Diners Club* es bastante conocido porque fue la primera tarjeta de crédito que..., en ofrecerse en el mundo", y añade que: "Las tarjetas de pago estaban vinculados a unos establecimientos concretos". (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 8 de enero).

## INTERPRETACIÓN

El uso correcto del castellano conlleva que las palabras utilizadas en el mismo contexto lingüístico concuerden en género ya sea este masculino o femenino.

Conformada por esta normativa gramatical un sustantivo de género gramatical masculino, por ejemplo, ha de ir acompañado de un adjetivo que también posea este mismo género. De igual forma debe suceder cuando es femenino.

Acerca de los audios planteados en esta categoría hemos comprobado que ante la primera circunstancia se cumplen las normas lingüísticas. Pero, sin embargo, con relación a los casos en los que el sustantivo es de género gramatical femenino (ya sea para referenciar un ente masculino o femenino) no sucede así ya que se ve acompañado por uno de género masculino.

De esta forma hemos podido escuchar frases en las que para referirse a personas se pronuncian alocuciones del tipo:

“Algunas son personas convertidos” cuando lo correcto habría sido: “Algunas son personas convertidas”. Queremos pensar que esta periodista estaba pensando en que los detenidos fueran todos varones.

“Dos supuestos rehenes, ambas mujeres”. Este es otro caso en el que la concordancia lingüística falla al utilizar el masculino genérico gramatical ya que se debería hacer dicho: “Dos supuestas rehenes” evitando la coletilla: “Ambas mujeres”, porque si hubiera utilizado el femenino esta segunda frase estaría implícita en la primera.

“Una persona que se cree que será beneficiario” de este plan. Es un caso de no concordancia gramatical con el uso preponderante del masculino general ya que lo correcto es decir *beneficiaria* por que el término *persona* posee género gramatical femenino, aunque nos estemos refiriendo a un varón.

Si en la operación policial *Pandora* las personas detenidas son en su mayoría mujeres, ¿no se las debería citar en primer lugar a ellas? Además, los adjetivos aplicados deberían utilizarse en género gramatical femenino: *detenidas, retenidas, trasladadas*, etc. Además, se debería haber dicho: “¿De qué se las acusa?”.

El caso de las detenciones de personas en Siria e Iraq relatado en la Cadena SER es muy similar al anterior. Aquí podemos escuchar que de las 7 personas detenidas 4 son mujeres por lo que deducimos que 3 son varones, aunque al final de la información se aclara este dato. Si el número de mujeres es mayor que el de varones debería utilizarse el término *detenidas* referido al conjunto en el que hay mayoría de mujeres. Además, a las detenidas se la relega a un segundo puesto cuando se las nombra, porque en primer lugar se dice: “Hay 7 detenidos” y posteriormente: “Entre las arrestadas hay 4 mujeres”. También consideramos que, si el número de mujeres es superior al de varones, la palabra *captados* debería sustituirse por su versión gramatical femenina que es *captadas*.

Sobre las personas que han sido detenidas como presuntas asesinas de un taxista en Parla y siguiendo las reglas de concordancia gramatical de género se debería haber pronunciado: *entre ellas, una de ellas*.

De igual forma sucede con la noticia de Onda Cero: “Se salda de momento con 7 detenidos, entre ellos 4 mujeres, una de ellas menor”. Si hay mayoría de mujeres detenidas debería haber pronunciado *detenidas*. Además, entendemos con este discurso

se expresa de forma implícita que la categoría *mujer* no pertenece a la categoría *detenidos*.

Gemma Nierga dice que: “No puede haber más cariño entre nuestros oyentes hacia *Cuéntame*”, cuando debería haber pronunciado *nuestras* porque se refiere a las oyentes que acaban de intervenir en su espacio.

Encontramos más frases al respecto que interpretamos a continuación:

“El juez Andreu imputa a 78 personas más que fueron titulares de esas tarjetas entre ellos varios ex directivos de la entidad” debería haber concordado diciendo *ellas*.

"Es complicado de entender para la ciudadanía que las propias fuerzas del orden que tienen que llevar a cabo una ley, pues..., que no estén formados". Lo correcto es *formadas*.

“Transformarnos en una persona irritable, una persona más nervioso, una persona de peor carácter simplemente por el aumento de la ansiedad”. Otro caso más de falta de concordancia de género con preferencia hacia lo masculino sobre lo femenino porque se debería haber pronunciado *nerviosa*.

"De esos 5 millones de parados las mujeres desempleadas somos las que..., una de las que..., somos los colectivos que más ocupamos, estos 5 millones de parados". Si las mujeres desempleadas son mayoría con respecto a los varones debería haber utilizado la versión lingüística femenina del término.

“El ganador de Eurovisión, recuerdo que es Conchita Wurst”. Si es Conchita, es una mujer ganadora.

"Como personas también somos despiadados". La palabra persona, como hemos explicado anteriormente, es femenina por lo que ha de concordar con un adjetivo de género gramatical femenino, como es *despiadadas*, y no *despiadados*, que es masculino.

Si los anteriores eran casos referentes a personas, en los siguientes son con respecto a la forma de citar algo, un objeto o una institución, de manera que no existe concordancia gramatical de género entre los elementos que conforman cada una de los discursos:

Carlos Herrera se refiere al vocablo silla en masculino ya que debería haber dicho: “¿Quién se la va a mover?”, “Si no se la mueve”. Además, entiende que quien le mueva la silla a Díaz ha de ser un varón ya que dice *alguno*, cuando podía haber dicho *alguien* que al ser un término inclusivo de género implica que pueda ser una mujer o un varón indistintamente.

“Es una mala hora para que Madrid esté colapsado”. Si Madrid es una ciudad y además una capital estará *colapsada*.

En referencia a la selección femenina de balonmano: “¿Quién puede ser el rival de España?”. Entendemos que por tratarse de un deporte practicado por mujeres debería haber dicho *la rival*, además al tratarse de una única posibilidad y es que el enfrentamiento se produzca contra otra selección, no puede ser de otra manera, la palabra selección es femenina, *la selección rival*.

Cuatro casos similares: "El rey es la publicidad", cuando se debería haber dicho *la reina*.

“La dirección del orfanato quería estar seguro”, por *segura*.

Una tarjeta de pago no puede estar *vinculado*, sino *vinculada*, a un establecimiento.

En conclusión, en todos estos casos que aquí se exponen se comprueba que la construcción lingüística para nombrarlos utiliza una concordancia de género que no se corresponde con las reglas gramaticales que sirven para ordenar nuestra lengua.

Pero esta coyuntura no se produce ecuánimemente hacia los dos géneros. Uno es el que impera en detrimento del otro y, además, en todos los casos analizados. Así, el género masculino es el que se utiliza en todos ellos tanto para nombrar a lo masculino, como sería lo normativo, como para hacerlo hacia lo femenino. Esto supone un uso incorrecto



de la lengua porque es contrario a los dictados normativos lingüísticos. Además, estos discursos se difunden a la colectividad como una forma natural de expresión de la misma, como si fueran correctos, por lo que no se enmiendan, ni tan siquiera se intenta.

Por eso con todos estos casos se ha creado y explicado convenientemente esta categoría con la que se expone la existencia de una jerarquía de desigualdad en los discursos radiofónicos con el uso incorrecto de la concordancia gramatical de género. Así, se representa de forma asimétrica lo femenino con respecto a lo masculino al negarle al primero el valor de supremacía que se le otorga al segundo. No ocurriendo de forma inversa.

Son casos que forman parte del sexismo lingüístico, al que hacemos referencia en este estudio, porque se establecen desde una perspectiva asimétrica de un género sobre el otro, como consecuencia de los esquemas lingüísticos androcentristas que otorgan valor de dominación a lo masculino y de sumisión a lo femenino. También con el lenguaje.

#### 7.2.2.- La representación nominal de género

Esta categoría ha sido creada para exponer en ella la forma en la que son nombradas tanto las personas que intervienen en los espacios radiofónicos que forman parte de la muestra de este trabajo de investigación como quienes son apeladas en los mismos.

Son los profesionales del periodismo y la locución que participan con su voz relatando las informaciones que conforman los contenidos radiofónicos, también la audiencia que aporta su opinión haciendo uso de una retroalimentación tan importante para este medio, y los personajes públicos relevantes a quienes se entrevistan o que actúan con sus comentarios en tertulias u otros géneros radiofónicos.

También consideramos en este valor a quienes, aunque no participen en los contenidos radiofónicos, son referenciados mediante su nombramiento porque forman parte de la actualidad mediática.

Se trata de realizar un ejercicio de observación de las representaciones nominales desde una perspectiva de género.

Como se han encontrado muchos casos al respecto las alocuciones han sido clasificadas en los siguientes subepígrafes:

- ✓ Referencia general hacia las personas utilizando su nombre de pila y/o apellidos.
- ✓ Un caso de dos programas: *Julia en la onda vs. Herrera en la onda*.
- ✓ Tratamiento en la representación nominal que se realiza de personalidades políticas relevantes en el panorama mediático español: Mariano Rajoy, Soraya Sáez de Santamaría, Esperanza Aguirre, Susana Díaz y Pedro Sánchez, entre otros.

#### 7.2.2.1.- Ellas por su nombre de pila, ellos por su apellido

Se van a observar en este caso las formas en las que son nombradas las personas atendiendo a su representación nominal según el género que posean. En este valor se incluyen personajes de actualidad pertenecientes a ámbitos de carácter general.

#### AUDICIONES

Al respecto estos son los casos que hemos encontrado en las emisoras de radio convencionales:

Ángel Expósito, quien entrevistará posteriormente a Dolores de Cospedal, pide a sus tertulianos que aporten alguna cuestión para tratar en la misma: “¿Qué le preguntamos a La Cospe?... con cariño”, y a continuación se ríe. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

Carlos Alsina se refiere a una reunión que mantendrá el presidente del gobierno con los representantes de las fuerzas sindicales y patronales: “Méndez, Toxo, Rosell y Garamendi”. (ONDA CERO, *La brújula*, 15 de diciembre).

En el transcurso de este espacio sobre el mundo científico escuchamos la biografía de Krystina Maliszewski, pionera en el estudio de fósiles foraminíferos, en la que esta

mujer es citada varias veces por su nombre de pila exclusivamente: “En 1945 Krystina reanudó su trabajo en el Instituto Estatal de Geología”, “Krystina trabajó sobre la microfauna cretácica de Polonia”. (RNE, *A hombros de gigantes*, 15 de diciembre).

Elena Gijón anuncia: “Hernández Moltó e Ildefonso Ortega se sentarán en el banquillo por el agujero de *Caja Castilla La Mancha*”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 16 de diciembre).

Durante la tertulia política Pepa Bueno presenta a los tertulianos Josep Ramoneda y Mariola Urrea refiriéndose a ellos durante toda la tertulia como Ramoneda y Mariola. (SER, *Hoy por hoy*, 17 de diciembre)

Carlos Herrera entrevista a Rafael Hernando como portavoz del PP en el Congreso de los Diputados quien le pregunta acerca de la coincidencia de que parlamentarios de signos ideológicos contrarios tengan el mismo apellido en referencia a él y a Antonio Hernando del PSOE. El diputado del PP contesta que hay casualidades en la vida como la coincidencia de nombres o apellidos de diferentes personas refiriéndose a: “Los Hernando”, “Las Sorayas” o “Los Alonso”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 17 de diciembre).

Durante esta cuña publicitaria de *Embutidos Rodríguez* oímos la voz de un varón adulto que, refiriéndose a la excelencia del jamón, cuestiona: “Sólo nos falta una cosa”, a lo que una voz de niño pregunta: “¿Qué?”, y el adulto le contesta: “Poner nuestro nombre”. El niño afirma con rotundidad: “Ponemos nuestro nombre: Rodríguez”. Al final una voz masculina de tonalidad muy grave afirma: “Generación tras generación nos sentimos orgullosos de lo que hacemos. Orgullosos de nuestro nombre. Embutidos Rodríguez, siguiendo la tradición”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 18 de diciembre).

Ramón García entrevista a una jugadora de baloncesto discapacitada a la que se presenta solamente con su nombre de pila Claudia, sin citar en ningún momento su apellido. (COPE, *La tarde*, 8 de enero).

La directora y presentadora Rosa González cuenta en la entradilla de esta noticia que el PSOE asume la presidencia de las comunidades autónomas de Castilla La Mancha y Extremadura. Al hacer referencia a esta noticia se refiere a los nuevos presidentes de las mismas utilizando para ello exclusivamente sus apellidos, pero al nombrar a la que abandona su cargo como presidenta de Castilla La Mancha lo hace con su nombre de pila y primer apellido: "A las ocho de la tarde toma posesión García Page [...] tras cuatro años de gobierno de Dolores de Cospedal. Esta Mañana lo ha hecho Fernández Vara". (RNE, *14 horas fin de semana*, 4 de julio).

Por su parte, hemos encontrado dos casos radiados en las plataformas especializadas que pertenecen a esta misma categoría en la que las mujeres son presentadas o nombradas con su nombre de pila y los varones con su apellido.

El primero es el que se produce en la sección *La Cineteca* en la que una colaboradora del espacio de la que sólo se nos dice su nombre de pila, Tania, entrevista al realizador Carlos Durrif, que es presentado a la audiencia con su nombre y apellido para comentar sobre cortometrajes LGTB. (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 18 de diciembre).

El segundo es el espacio que dirige y presenta una mujer llamada Rosetta de la que no podemos anunciar aquí su apellido porque en ningún momento se pronuncia. (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 19 de diciembre).

#### 7.2.2.2.- *Julia en la onda vs. Herrera en la onda*

El ejemplo más característico que puede resumir la valorización de esta categoría discursiva es el que señalamos a continuación.

Se trata de los títulos que tienen dos programas radiofónicos de formato magazín que son los referentes de la misma cadena de emisoras por tener elevadas audiencias y por ocupar muchas horas del total de la parrilla de su programación. Nos referimos a *Herrera en la onda* y a *Julia en la onda* de Onda Cero Radio. El primero se emite por las mañanas y es presentado y dirigido por Carlos Herrera. El segundo se emite por las tardes y es Julia Otero quien lo presenta y también dirige.

Fijémonos en los nombres de dichos espacios para percatarnos de que el primero de los dos incluye en su título el apellido de quien lo conduce, que es un varón, sin embargo, el segundo no incluye el apellido de su conductora sino su nombre de pila exclusivamente.

De igual forma sucede en el espacio *La mañana* de la Cadena COPE en el que nos encontramos con el caso de que uno de los indicativos que se radia dice:

“Expósito. La mañana. COPE. Estar informado”.

Así, y de una manera continuada y repetitiva escuchamos entre diferentes secciones del espacio este elemento de continuidad que recuerda constantemente a la audiencia quién es la persona que lo presenta y dirige anunciándolo exclusivamente con la pronunciación de su apellido y obviando su nombre de pila.

#### 7.2.2.3.- El presidente Rajoy y la vicepresidenta Soraya

Las siguientes categorías tratan sobre la forma en la que son nombradas aquellas personas que forman parte de la vida política española y que sustentan cargos de alta responsabilidad y por tanto de una idéntica influencia.

En primer lugar se realizará referencia a la representación nominal que se realiza de la vicepresidenta primera del gobierno Soraya Sáez de Santamaría.

#### AUDICIONES

En las dos informaciones siguientes son mencionados Pedro Morenés (ministro de defensa) y Soraya Sáez de Santamaría (vicepresidente primera del gobierno). Así, escuchamos que esta última realiza una visita a las tropas del ejército español en Afganistán asunto sobre el que Carlos Herrera comenta: “Esta madrugada ha viajado a Afganistán la vicepresidenta del gobierno Soraya. Es la primera vez en trece años que un vicepresidente del gobierno viaja allí, a visitar a las tropas, ha ido con el ministro de defensa”. Más tarde el mismo Herrera al referenciar al ministro de defensa: “Y luego Morenés va a solicitar la aprobación del Congreso para esta misión“. En esta misma

alocución oímos frases como: “Allí ha ido la vicepresidenta Soraya, que es la mujer para todo de este gobierno”, “A Afganistán es el lugar donde ha ido la vice-Soraya [...] con el ministro Morenés”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 15 de diciembre).

Por su parte, en este programa de la radio pública Fernando Martín dice: “Sáez de Santamaría acompañada por el ministro de defensa”. Se refiere a ella en 3 ocasiones con sus apellidos y al ministro por su cargo sin decir su nombre. (RNE, *Diario de las dos*, 15 de diciembre).

Escuchamos cómo Carlos Alsina cuenta que: “Hoy, por ejemplo, Rajoy viajó a Afganistán a saludar a las tropas españolas [...] aunque en las fotos sale una señora [...], aunque es una señora la que brinda por el Rey y por España no se distraigan, es Rajoy encarnado en Soraya. Esta noche celebra su cena de Navidad el Partido Popular Madrileño y se ha anunciado la presencia de Rajoy. Será Rajoy o será Soraya”. En este mismo programa Carlos Alsina especula, posteriormente, sobre una hipotética cena de Navidad que celebrará el PP: “Si Rajoy organizara una cena de Navidad, seguro que en lugar de ir él enviaría a Soraya. Soraya es Rajoy a todos los efectos y Rajoy es Soraya”. (ONDA CERO, *La brújula*, 15 de diciembre).

Javier del Pino dice que: “Escuchábamos antes a Mariano, a Pedro Sánchez y a Susana. Otra protagonista femenina de la semana es la incombustible Soraya”. (SER, *A vivir que son dos días*, 20 de diciembre).

Sobre esta misma situación encontramos que el presentador de la sección de humor *Todo por la Radio* dice: “Ese asunto es Soraya” en referencia a que Soraya Sáez de Santamaría se postula para la candidatura del PP en Madrid. (SER, *La ventana*, 8 de enero).

Por su parte, en una tertulia Raquel Martos comenta una intervención de la vicepresidenta del gobierno en un programa de TVE el día anterior. Martos se refiere a “Soraya” (sin apellido) en varias ocasiones durante su comentario y señala que: “Esta fue la bienvenida de Sergio Martín a Soraya”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 28 de enero). Es decir, alude a un cargo político de elevada jerarquía por su apellido y a un presentador por su nombre y apellido, tal vez por tratarse de un varón.

#### 7.2.2.4.- Esperanza (Aguirre) no tiene apellido

En el siguiente caso nos encontramos con una situación muy similar a la anterior. Se refiere a la forma en la que es nombrada en las alocuciones la presidenta del PP de Madrid Esperanza Aguirre.

#### AUDICIONES

La tertuliana Raquel Martos se refiere a “Esperanza” (Aguirre) en 2 ocasiones sin citar su apellido, y a Madina y Arriola. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

La misma tertuliana Raquel Martos se refiere a quienes han asistido a una cena de Navidad celebrada por el PP diciendo: “Pero no sé si habéis visto la mesa en la que estaba Mariano Rajoy, a su izquierda Esperanza, a su derecha Ignacio González”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

La presidenta es aludida en varias ocasiones en varios espacios nombrándola por su nombre de pila frente a otros varones que son referidos con nombre y apellido. El tertuliano Paco Maruenda se refiere a ella y al sociólogo Pedro Arriola en bastantes ocasiones durante su alocución. A la primera la llama “Esperanza” y al segundo “Arriola”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

El humorista David Broncano se refiere a Esperanza Aguirre como “Esperanza”. (SER, *A vivir que son dos días*, 4 de julio).

#### 7.2.2.5.- Candidaturas al PSOE: Pedro Sánchez y Susana

Un caso muy similar al anterior es el que se plantea en el momento de citar a Susana Díaz, presidenta de la Junta de Andalucía, y a Pedro Sánchez, secretario general del PSOE, en las informaciones que se radian sobre la posibilidad que ambos tienen de presentar sus candidaturas para la secretaría general de su partido en las que serán las siguientes elecciones primarias internas.

En este caso los cortes de voz que se corresponde con esta categoría de análisis son los siguientes:

#### AUDICIONES

Carlos Herrera se refiere a la presidenta de la Junta de Andalucía y a su falta de decisión para presentarse a las nuevas elecciones: “Y eso los que no conocen a Susana lo interpretan como una marcha de movimientos”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 15 de diciembre).

Raquel Martos realiza un hipotético ejercicio de emparejamiento de personajes políticos: “Soraya y Mariano” y por otro a: “Susana y Pedro” citándolos a todos por su nombre de pila sin decir sus apellidos aunque sabemos a quienes se refiere. Cuando hace alusión a los últimos dice: “Pedro Sánchez y Susana” (2 veces). (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

En la tertulia sobre actualidad política Bieito Rubido, director del periódico *ABC*, dice: “Yo creo que quien puede presentarse con más posibilidades puede ser Susana Díaz, la presidenta andaluza. Lo que ocurre es que yo tengo mis dudas, Susana es muy joven, Susana tiene 38 años. Susana todavía tiene tiempo para jugar sus bazas viendo la derrota de Pedro Sánchez”. (RNE, *24 horas*, 15 de diciembre).

Sobre las disputas internas del PSOE para elaborar sus listas electorales, Alfredo Menéndez se refiere a Sánchez y Susana Díaz. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Durante la tertulia de actualidad política la periodista Pilar Gómez se refiere a Susana Díaz y a Pedro Sánchez cuando les nombra al principio de su intervención pero a continuación dice: “El gran pacto que ellos sellaron era que..., Pedro Sánchez era elegido y apoyado por todos, por críticos, por los de Susana, para ser secretario general”, posteriormente añade: “¿Cuándo se ha activado el..., el problema Susana, pues Susana ha dicho, ha hecho su cuenta y ha dicho [...]”. (RNE, *24 horas*, 28 de enero).



## INTERPRETACIÓN

A través de la observación de los audios que se han descrito en esta categoría se quiere comprobar qué representación nominal, es decir, aquella que se realiza mediante la apelación o el nombramiento, se realiza de las personas atendiendo a su género.

Al respecto y desde un análisis general se deduce que la referente a la mujer es diferente de la que se realiza del varón.

Esta conclusión es la evidencia principal que se demuestra a través de los audios expuestos en los se escucha que, a la primera, independientemente del cargo jerárquico que ocupe, se la menciona por su nombre de pila mientras que al segundo lo es por su apellido, que en contadas circunstancias aparece unido también a su nombre de pila.

Esto responde a un tratamiento que despoja a las mujeres de su alta cualificación y las minimiza convirtiéndolas en personas demasiado familiares para la audiencia. Es como si ellas se encontraran en un escalón inferior porque no tuvieran apellido.

En este sentido se han podido escuchar varios discursos en los que se nombra a la vicepresidenta primera del gobierno como Soraya, sin pronunciar su apellido, aunque esto se realice como parte del mismo discurso en el que se cita a varones por su nombre y apellido.

De igual forma ocurre tanto con la presidenta del Partido Popular en Madrid a quien se la cita como Esperanza, o con la presidenta de la Junta de Andalucía que es nombrada solamente como Susana. En estos casos, también como sucede con el anterior, acontecen junto al apelamiento nominal que se realiza de varones a lo que sí se nombra por su apellido incluso en algunos casos en los que estos posean un cargo jerárquico inferior al de ellas.

También hemos escuchado en el espacio monográfico sobre la ciencia *A hombros de gigantes* de la radio pública que Krystina Maliszewski, pionera en el estudio de fósiles foraminíferos, es denominada de forma exclusiva por su nombre de pila, mientras que

en el mismo se menciona al químico francés Jean Baptiste Boussingault por su nombre y apellido.

Todo esto responde a las características propias del uso asimétrico del lenguaje por razón de género que en los casos que aquí se refieren transcurren desde el universo masculino al femenino al utilizarse en la representación de desigualdades entre un mundo y el otro. Además, en este orden.

Esta actuación se materializa al practicar una asimetría lingüística que sitúa en primer lugar al mundo de lo masculino y en segundo al de lo femenino. El primero queda posicionado en lo superior y el segundo en lo inferior. Y generalmente esto es lo que suele suceder ya que lo contrario se convierte en extraordinario por raro.

Es una forma más de mostrar a la mujer en una ubicación secundaria, lejos de la acción, y en consecuencia no sujeta a ella al desposeerla de la capacidad de actuación necesaria y carente de iniciativa propia. Es decir, se la minoriza. Queda inmovilizada. Mientras al varón se le presenta activo y dinámico. Como cuando una ministra es denominada como *La Cospe*.

Además, esta circunstancia se acrecienta porque se la suele incluir en muchas ocasiones como integrante de grupos vulnerables como son los mayores, los niños o los discapacitados.

Una circunstancia que se manifiesta dialécticamente en la frase: *Las mujeres y los niños, primero*.

Todo esto se ejecuta y materializa utilizando el mismo lenguaje que es portador de la cultura y que sirve para controlar y mantener las relaciones sociales entre mujeres y hombres. Se recalca aquí que es por este uso determinado por lo que se representa discursivamente tal desigualdad ya que el sistema lingüístico tiene formas con la que se podría representar la equidad.

### 7.2.3- El caso judicial del clan Pujol. El patriarca, primero

Una de las formas en las que se puede observar si existe simetría de género, o asimetría, es en el modo en el que son nombrados los grupos familiares.

De esta forma, queremos observar cómo se realizan las referencias al respecto sobre una noticia que es difundida en los espacios radiofónicos durante el período de emisiones correspondiente a la muestra seleccionada en este trabajo. Es la que nos cuenta que el *ex president* de Cataluña Jordi Pujol y su familia han sido investigados por la Agencia Tributaria (García, 2014; Marraco, 2014).

#### AUDICIONES

Alfredo Menéndez cuenta: “El juzgado que investiga la fortuna de la familia Pujol ya tiene las declaraciones de las rentas completas de la mujer y los hijos del expresidente catalán”, y posteriormente: “En otro caso, en el que investiga la fortuna de los Pujol. Hacienda ha enviado las declaraciones de Renta y Patrimonio de la esposa e hijos del expresidente de la Generalitat”. Una periodista amplía esta noticia sin hacer referencia en ningún momento a la esposa de Jordi Pujol pero sí a uno de sus hijos: “El menor del clan”, y a una de sus hijas. Posteriormente otra periodista amplía esta noticia sin pronunciar en ningún momento el nombre de la esposa, pero sí los de los 2 hijos que han sido imputados. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

José Antonio Marcos lee la entradilla: “El *ex president* de la Generalitat Jordi Pujol, su mujer y 3 de sus hijos deberán declarar como imputados”. La noticia la desarrolla una periodista desde Barcelona: “La agencia tributaria ha hecho llegar a esta juez de Barcelona las declaraciones complementarias de la familia Pujol”. (SER, *Hora 14*, 16 de diciembre).

Un periodista explica que: “Un juzgado de Barcelona ha citado como imputados al expresidente de la Generalitat Jordi Pujol, a su esposa y a tres de sus hijos”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 16 de diciembre).

Elena Gijón nos cuenta: “Y otra juez, la que investiga la fortuna de los Pujol les empieza a citar. El matrimonio Pujol y tres de sus hijos van a tener que comparecer como imputados”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 16 de diciembre).

Este programa comienza con un editorial de Julia Otero: “La juez que investiga el origen del dinero que Jordi Pujol tenía fuera de España ha decidido imputarle a él, su esposa y a tres de sus hijos”, posteriormente añade: “Después de recibir la declaración de patrimonio que la familia Pujol presentó ante la Hacienda Pública”. Se refiere a ellos como: “La primera familia de Cataluña”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

El crítico de televisión Ferrán Monegal se refiere a: “El clan Pujol”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

Carlos Herrera se refiere al “clan Pujol”. Sobre las personas citadas a declarar en este caso judicial dice: “El padre, la madre y Mireia, Marta y Pera”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 17 de diciembre).

Ángel Expósito cuenta que: “Pujol, papá, mamá y sus increíbles hijos, Jordi Pujol y Marta Ferrusola junto a tres, Mireia, Marta y Pere”, y añade: “Esta familia es un clan de ganar y ocultar dinero”. Se refiere a ellos como “los Pujol”, y dice que con nuestros impuestos: “Estamos pagando la jubilación de Pujol, de doña Marta”, y añade que también la de: “Todos los hijos”. En referencia a Marta Ferrusola dice: “Ella, su marido y sus hijos”. (COPE, *La mañana*, 17 de diciembre).

Una periodista sobre este mismo asunto dice que comparecieron en el juicio: “Jordi Pujol, su mujer Marta Ferrusola y sus 3 hijos ante el juez que investiga la fortuna que ocultaron durante 30 años en el extranjero”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

El periodista Josto Maffeo en la revista de prensa dice que el periódico *El Mundo* abre con una noticia referente a: "El clan Pujol". (RNE, *No es un día cualquiera*, 5 de julio).

## INTERPRETACIÓN

Nuestra sociedad patriarcal utiliza estructuras que también son patriarcales para comunicarse y de estas nace el lenguaje que en ella se utiliza. De esta forma, el patriarcado da la palabra a los sujetos del género masculino que son quienes poseen el poder al convertir la propiedad lingüística en un patrimonio. Todo ello se hace de forma sutil al presentarlo como la única organización social viable, es en apariencia lo universal y lo neutro.

Así sucede en los casos que hemos escuchado como contenido de esta categoría. En ella comprobamos cómo para referenciar a toda una familia se utiliza al padre quien, además, ocupa el primer lugar en una ordenación nominal. Este ejercicio lingüístico se ejecuta con la pronunciación exclusiva de su apellido que de esta forma pasa a convertirse en la forma en la que todos ellos son designados. De esta forma, aunque toda la familia está imputada en este caso judicial pasa a denominarse *Caso Pujol*, es decir, con el primer apellido del patriarca. Es el mismo caso de la *Familia Pujol* o del *Clan Pujol*. Es el páter quien representa a todos. O mejor expresado, su apellido, que además es heredado de otro páter también.

Si los sistemas jurídicos establecen que el primero de los apellidos que ha de llevar una persona es el paterno, ocupando el materno el segundo lugar, se instaura una de las formas asimétricas de género a través de la legalidad. Incluso conocemos que el de la madre se pierde en aquellos contextos en los que sólo se posee uno.

Es el sistema androcéntrico y patriarcal el que impone que el apellido de la madre se vaya perdiendo generación tras generación como ocurre en muchos países en los que cada persona sólo hereda el del páter, o el de la madre pero en segundo lugar lo que conlleva que también se pierda. Así se conforma un sistema de filiación que institucionaliza la herencia, también a través del lenguaje, del varón exclusivamente (Pardo Fernández, 1992).

Todo esto se conforma como una representación de carácter asimétrico del género mediante el establecimiento de una jerarquía de desigualdades que mana de las instituciones jurídicas y legales.

El régimen patriarcal está basado en la opresión de la mujer al considerarse su existencia como un medio de producción de la descendencia exclusivamente. Ella no figura como ente propio sino como abastecedora y cuidadora de su prole. Con esta el patriarca, quien posee el poder de su patriarcado, conseguirá mayor riqueza, es decir, aumentar su patrimonio.

#### 7.2.4.- Ellos en el espacio público y ellas en el privado

En este epígrafe van a ser observados los espacios de relaciones y de desarrollo en los que son posicionados discursivamente cada uno de los géneros. De esta forma se quiere analizar si la asignación de una ubicuidad concreta queda establecida de forma simétrica o no, en qué medida y si es de carácter exclusivo o inclusivo.

#### AUDICIONES

Con respecto a las radios convencionales hemos extraído los siguientes discursos:

Entrevista al médico Esteban Pérez Almeida quien aconseja a la audiencia sobre los excesos y las consecuencias de las comidas copiosas: “Intenta, a media mañana, tomar una manzanilla, o algo así, que te va a sentar..., esto lo decían las abuelas, te va a sentar de maravilla”. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

Julia Otero se dirige a uno de los tertulianos y le pregunta qué va a cocinar él en Navidad porque: “Es un hombre que cocina”, a lo que él contesta que: “De vez en cuando”, ella se sorprende y exclama: “En privado nos dice que cocina siempre él, pero por la radio como su mujer está escuchando no tiene valentía”. (OC, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

José Antonio García entrevista al cocinero profesional Fernando del Cerro quien afirma que comparando la comida que él cocina en su restaurante: “Seguramente que el cocido que hace mi madre está el doble mejor”, a lo que el entrevistador apostilla: “Es verdad la madre de las estrellas son mejores, ¿no?”. (RNE, *Esto me suena*, 17 de diciembre).

Durante unos comentarios sobre la *Fashion Week Mercedes Benz* en Madrid se realizan unas alocuciones en las que se refieren a los diseñadores (varones) y a las compradoras de su ropa (mujeres). (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

María Menéndez es entrevistada por Javi Nieves porque es la madre de 8 hijos. Después de contar que el padre de esta familia, su marido, trabaja fuera de casa circunstancia de la que ella se alegra: “Gracias a Dios mi marido, sí”, Nieves le pregunta: “¿Cómo te organizas tú con los gastos, los ingresos, lo que ahorráis?”, y posteriormente: “¿Cuántas lavadoras ponéis al día?”. (COPE, *La mañana*, 8 de enero).

Durante la sección de gastronomía *El rollo de cocina* escuchamos que el *Basque Culinary Center* entrega la primera titulación de grado de gastronomía en su historia a dos varones. El locutor que presenta esta sección despide la misma comentando que una oyente llamada Mayte ha enviado una fotografía a la redacción de este programa de un plato que ella misma ha cocinado. (SER, *Hora 14 fin de semana*, 5 de julio).

De las radios especializadas hemos escuchado el siguiente corte:

Durante una entrevista a dos mujeres que representan a una empresa de alquiler de vestidos, tanto la periodista como las invitadas se refieren a: "La clienta, las mujeres, las chicas, las amigas, nuestras *celebrities*" y a: "El diseñador". (ONDAMUJER.COM, *Moda*, 28 de enero).

## INTERPRETACIÓN

En esta categoría hemos escuchado que las mujeres son asociadas con el espacio privado del hogar mientras que los varones son representados en una escena pública en la que sus actividades son reconocidas públicamente. Así, la primera queda relegada a lo doméstico, es decir, a un espacio privativo que encierra exclusivamente lo familiar, mientras que el segundo ejerce sus funciones de forma pública, es decir, en un ambiente abierto en cuanto a que puede mostrarse de cara a los demás y ser reconocido por ello. Ellas quedan encerradas y ellos son considerados social y económicamente.

Así, las primeras son las que cocinan en casa mientras que los segundos son los *chefs* o cocineros profesionales. Las primeras son las que se encargan de las labores domésticas como poner la lavadora o de comprar la ropa que los segundos diseñan porque profesionalmente se dedican a ello obteniendo una remuneración monetaria. Incluso un chef profesional, que es varón, anuncia que su madre, que es mujer, puede llegar a ser mejor cocinera que él eso sí, en un ámbito doméstico que no es reconocido ni por el que se obtiene ningún tipo de remuneración, mientras que él sí se dedica profesionalmente a ello.

Julia Otero dice de un compañero suyo que: “Es un hombre que cocina”, una circunstancia que, según nos cuenta, él mismo oculta ante su mujer, lo que implícitamente conlleva que establezcamos una relación entre esta, su esposa, y su labor como cocinera en el ámbito privado del hogar.

A una mujer, madre de 8 hijos, se le pregunta que cuántas lavadoras pone al día. Todo esto después de que ella misma anuncie que su marido trabaja, lo que implícitamente conlleva que ella no lo haga, y dé gracias a Dios por esta circunstancia. Por todo ello la representación que se transmite a la audiencia sobre esta familia es la de un padre que trabaja fuera de casa, lo que le convierte en su principal sustentador económico, y la de una madre que lo hace en el ámbito privado cuya labor principal es la de ser su cuidadora.

Mientras que durante la sección de gastronomía *El rollo de cocina* escuchamos que el *Basque Culinary Center* entrega la primera titulación de grado de gastronomía en su historia a dos varones, el mismo discurso nos cuenta que una oyente, de la que no se anuncia si es profesional de la gastronomía, ha cocinado un plato de comida, por lo que interpretamos que no lo es.

Todos estos son casos en los que se muestra la jerarquía de las desigualdades de género a través de unos discursos con los que se establece una representación lingüística en la que el varón queda posicionado socialmente en un estamento superior y la mujer en uno inferior.



### 7.2.5.- La mujer silenciada

Los audios que han sido seleccionados como parte integrante de esta categoría obedecen a la articulación de discursos en los que la mujer queda silenciada porque no se la nombra.

Esta circunstancia se puede materializar de diferentes formas, o bien porque se oculta parte de su identidad, o bien porque se establece una referencia de ella, pero no directamente sino dependiendo del nombramiento de un varón.

#### AUDICIONES

Con respecto a esta categoría podemos escuchar los siguientes audios difundidos en la radio generalista:

Carlos Herrera, refiriéndose a Venezuela, dice que: “Rajoy ha recibido a la esposa de Leopoldo López, que es el opositor”, y “Recibió a la esposa de este hombre”, de esta forma en tres ocasiones se refiere a esta mujer sin decir su nombre. (COPE, *Herrera en la onda*, 15 de diciembre).

El tertuliano Juan Gómez Jurado se refiere a: “La boda de la hija de Aznar”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

Escuchamos un corte de voz de Pedro Sánchez en el que dice: “Aquel compañero o compañera que esté..., se considere capacitado para concurrir a ese proceso de primarias tendrá la libertad de poder hacerlo”. Posteriormente a él se escucha el comentario de una periodista en el que explica la intervención anterior: “Hoy ha vuelto a asegurar que se va a presentar a las primarias abiertas del año que viene para elegir al candidato socialista en La Moncloa y ha recalado que aquel que se considere capacitado tiene libertad de concurrir en el proceso”. (ONDA CERO, *La brújula*, 15 de diciembre).

La corresponsal en París de la radio pública cuenta que la policía ha desarticulado a un grupo de presuntos terroristas islámicos: “Se ha detenido a jóvenes entre los que había también mujeres”. (RNE, *24 horas*, 15 de diciembre).

Pepa Bueno ofrece una información sobre la supuesta financiación ilegal del PP valenciano: “El juez [...] procesa por eso a más de 20 personas, los presuntos cabecillas, una decena de empresarios de la construcción y una gran parte de la antigua dirección regional del partido, pero entre ella, entre esa cúpula está la mujer que todavía hoy es gerente del PP en la Comunidad”. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

Pepa Bueno dice sobre la operación policial contra una red de captación de mujeres para enviarlas a luchar con el Estado Islámico: “Entre las arrestadas hay cuatro mujeres”. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

El crítico de televisión Ferrán Monegal se refiere a la membresía de la familia Pujol Ferrusola diciendo: “El hijo Oleguer” y “La hija pequeña”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

La corresponsal en Roma Paloma García Ovejero informa sobre la comisión que ha formado el Vaticano para luchar contra la pederastia de la que cuenta que son 17 integrantes: “En esta comisión podemos decir que hay 8 hombres..., 9 hombres, todo tipo de disciplinas, expertos,...”. (COPE, *El espejo*, 17 de diciembre).

Se cuenta la noticia sobre las conclusiones del estudio que ha realizado la CONCAPA acerca de la situación de la juventud española en su quinto barómetro de educación, para ello se explica lo que significan las siglas: Confederación Católica de Padres de Familia y Padres de Alumnos (COPE, *La linterna*, 17 de diciembre), y (COPE, *El espejo*, 17 de diciembre).

Ramón Tamames afirma: “El último testimonio que tenemos de la conducta de Felipe González en el caso de Banca Catalana es de Carmen Posadas, la viuda del que fue gobernador del Banco de España en aquellos momentos, Rubio, Mariano Rubio”, posteriormente añade: “Es un testimonio de la viuda”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 28 de enero).

En cuanto a la radio especializada encontramos dos casos:

Durante una tertulia una de las invitadas se refiere al tipo de personas que acuden para solicitar ayuda a la *Fundación 26 de diciembre* que trabaja para las personas mayores LGTB: "Ayer tuvimos, por ejemplo, había un grupo de personas que estaban con..., con un tema de cooperación internacional y había otro grupo de mujeres". (ONDAARCOIRIS.COM, *En casa de...*, 21 de diciembre).

Este espacio comienza con una careta locutada por una voz masculina de timbre muy grave anunciando su título: "Bienvenidos a Macho Glam". (ONDAARCOIRIS.COM, *Macho Glam*, 29 de junio).

## INTERPRETACIÓN

¿Qué sucede cuando no se muestra a la totalidad del elenco que debería aparecer en una representación lingüística?, ¿qué ocurre si para relatar a quienes intervienen en un acontecimiento sólo se muestra a los actores lo que conlleva que las actrices permanezcan silenciadas? Nos estamos refiriendo a otra forma de sexismo que es la que se produce por no producirse. Es el silenciamiento radiofónico que afecta a las mujeres que son excluidas como parte integrante del discurso.

Esta forma de exclusión adquiere diferentes aspectos. Uno es el que sucede en el momento en el que no son nombradas de forma explícita. Así, se las esconde lingüísticamente porque lo que no es nombrado no existe.

Otro acontece cuando se las incluye en la generalización del masculino genérico, utilizado con el objetivo de referenciar a ambos géneros, pero ignorando la presencia de ellas. Es una manera de despreciarlas porque al silenciarlas se les niega su existencia en el lenguaje. Es obviar la representación simbólica de lo femenino. Incluso hemos escuchado que aquellos casos de cuantificación de personas prevalecen lo masculino, aunque lo femenino esté en mayoría numérica.

Consiste en el solapamiento del universo femenino bajo el carácter universal de lo masculino. No se nombra a la mujer porque es *lo otro*, o *la otra*.

Estas circunstancias se han producido en los audios que han sido incluidos en este valor cuando hemos escuchado discursos como estos:

Se entrevista a una mujer nombrándola a través del nombre de su marido, Leopoldo López.

Aunque Pedro Sánchez cuente que un compañero o compañera suya puede formar parte de la candidatura en las elecciones internas de su partido, una periodista que explica esta información hace referencia lingüística exclusivamente a que puede haber *un candidato*, excluyendo de esta forma la posibilidad de que sea una mujer en cuyo caso debería haber utilizado el vocablo *candidatura*.

En las frases: “Se detiene a un grupo de personas entre las que hay mujeres”, “Se procesa judicialmente a un grupo de empresarios entre los que hay una mujer”, “Entre los arrestados hay una mujer”; se entiende que la categoría *mujer* queda excluida de la de *personas*.

Así sucede cuando la escritora Carmen Posadas es nombrada como *viuda del gobernador del Banco de España* y no como escritora reconocida.

Concretamente en dos de los casos analizados se realiza una mención a la CONCAPA como *Confederación Católica de Padres de Familia y Padres de Alumnos*. Estas siglas excluyen en su referencia a las madres.

Así acontecía en los primeros años de la democracia española cuando los centros educativos empezaron a ofrecer la posibilidad de participación en los mismos tanto de las madres como de los padres del alumnado creándose las primeras organizaciones que se denominaron APA (Asociación de Padres de Alumnos). Actualmente, huyendo de una visión patriarcal excluyente, se han convertido en inclusivas al denominarse AMPA (Asociación de Madres y Padres de Alumnos).

### 7.2.6.- Imanol Arias y Ana Duato. *Cuéntame*, la entrevista diferenciada de género

Durante el periodo que ha sido seleccionado como muestra de este trabajo de investigación se producen sendas entrevistas a tres personajes protagonistas de la serie *Cuéntame* que emite la cadena pública *TVE* que, poseedora de una gran audiencia, tiene un enorme prestigio como relato audiovisual que representa a un periodo de la historia social española (RTVE, 2017).

Así, por una parte, Javier Capitán entrevista al actor Imanol Arias que es Antonio Alcántara en la ficción (RNE, *Las mañanas de rne*, 8 de enero), y por otra, Gemma Nierga lo hace a la actriz Ana Duato, Mercedes Fernández en la serie, y al joven actor Ricardo Gómez, Carlitos que es su hijo en la ficción (SER, *Hoy por hoy*, 8 de enero). Las dos se radian en el mismo conglomerado como parte de una estrategia promocional de la productora audiovisual de dicha serie televisiva.

En ambas entrevistas se les pregunta a los tres tanto por cuestiones relacionadas directamente con los personajes que interpretan como por asuntos de su vida personal y de la actualidad en diferentes ámbitos como son el político, social o económico.

De todo esto se considera reseñar aquí aquellas preguntas y respuestas que tienen relación con asuntos del género y de la orientación del deseo exponiendo bajo qué perspectivas se tratan y el modo en el que se representan.

#### AUDICIONES

Como primera observación podemos señalar que en ambas situaciones tanto los entrevistadores como Imanol Arias y Ana Duato se refieren al personaje masculino nombrándolo como Antonio Alcántara y a la femenina como Mercedes.

También destacamos que mientras que las preguntas que se le realizan al primero versan en su gran mayoría sobre la situación política y social de España durante los años que son representados en la serie, finales del siglo XX, las de la entrevista a la segunda giran en torno a temas domésticos de su personaje.

Así, escuchamos que el primero describe cómo era la sociedad en 1983, año del que parte el argumento de la nueva temporada de la serie que es la que está promocionando en esta entrevista, para lo que cuenta que se produjo una gran crisis económica, que se producían atentados terroristas, la existencia de mucha delincuencia callejera, la heroína, el SIDA, los primeros derechos para los trabajadores, etc. De esta forma no se realiza ninguna referencia a situaciones relacionadas con las emociones y los sentimientos de su personaje, así como tampoco sobre el ámbito doméstico del mismo.

Sin embargo, oímos en boca de Ana Duato frases como las que aquí son reproducidas: “Mercedes es [...] como muchas mujeres madres, abuelas, que tenemos grandes mujeres sabias que saben ver la verdad de las cosas y que saben que el tiempo, el tiempo pasa muy rápido, y que la vida merece la pena perdonar y olvidar para seguir adelante. Entonces por ella, por ella y por..., por su amor, ¿no?, con el hombre de su vida y su familia es capaz de perdonar. Y además a mí me gusta que Mercedes sepa, con el corazón abierto, sepa perdonar y avance en la vida”. Esta actriz le cuenta a Nierga: “No sabes el cariño, el amor con el que nos trata la gente”, sobre la que la presentadora de este espacio exclama: “Qué mona Ana Duato”, y haciendo referencia a Ariadna Gil, otra actriz que también interviene en la serie, dice que es “monísima”.

Por otra parte, acerca de los perfiles y descripciones profesionales de cada uno de los personajes en la ficción televisiva, no existe ningún comentario al respecto de Mercedes, pero sí de Antonio del que el propio Imanol Arias relata que en los próximos capítulos este personaje decidirá convertirse en un industrial de la fabricación del vino.

Al final de la entrevista a Ana Duato intervienen 3 mujeres por vía telefónica que son seguidoras de esta serie televisiva y que opinan acerca de la misma refiriéndose a su aspecto emocional y sentimental. Una de ellas hace referencia al papel en la sombra que ejerce Mercedes como motor de encuentro y unión de su familia: “Antonio no es nada, nada, nada sin Merche, [...]. Toda su vida ha hecho las cosas gracias a su..., gracias a Merche. Sin Merche no es nada”.

Con respecto a las intervenciones que realiza el actor Ricardo Gómez, este comenta acerca de la relación personal que existe entre Ana Duato y él en la vida real, fuera de

los márgenes de la interpretación, sobre lo que afirma: “Siempre ha habido ese cariño madre-hijo”.

## INTERPRETACIÓN

Hemos podido escuchar en sendas entrevistas cómo sobre el mismo objeto de la misma, que es una serie de televisión de gran éxito, las preguntas y los comentarios que se hacen tanto por parte de quienes realizan las preguntas como de quienes las contestan, sufren una diferenciación marcada por el género.

Esta circunstancia acontece mezclando dos niveles distintos de representaciones:

- ✓ La ficción interpretada por los personajes Antonio Alcántara y Mercedes (su apellido no se pronuncia).
- ✓ El plano de la realidad en la que se desenvuelven las personas Imanol Arias y Ana Duato.

A lo largo de la narrativa discursiva se entremezclan dos tipos de universos. Uno, desarrollado por dos varones (Alcántara y Arias), y el otro por dos mujeres (Mercedes y Ana). Ambos sufren un tratamiento determinado que es diferenciado por razón del género.

Así, las cuestiones planteadas a la actriz, de la que oímos que es monísima y que además mantiene una relación real con un actor adolescente como si fuera su propia madre, giran en torno a los sentimientos y afectividades de su personaje. Sin embargo, los planteamientos de las preguntas que se realizan al actor están formulados desde la descripción de la situación política, social y cultural del entorno en el que habita su personaje, excluyendo cualquier comentario sobre sus relaciones personales o emocionales.

Antonio Alcántara, un varón, es representado en una posición con valor de supremacía porque no se conocen sus sentimientos, pero sí su ejercicio profesional, es bodeguero, es decir, trabaja fuera del hogar por lo que obtiene rendimiento económico por ello. Por

su parte, Mercedes, de la que no se pronuncia su apellido, carece de valor como persona independiente porque la representación de su personaje se hace a través de la vinculación con la membresía de su familia, es decir, es presentada como una madre, como quien cuida de la misma.

Son dos entrevistas que se realizan para promocionar un mismo producto audiovisual por lo que deberían haberse planteado desde la misma perspectiva, o al menos parecida, sin embargo no ha ocurrido de esta forma.

Lo que se ha detectado es que los universos masculino y femenino son representados de forma asimétrica desde una visión de género.

### 7.3.- Los duales aparentes y los vocablos ocupados

La dualidad aparente y los vocablos ocupados, con respecto al género se refieren, aparecen cuando se utilizan los mismos vocablos para designar a lo masculino y a lo femenino pero cargados con connotaciones sociales y culturales diferentes según referencien a uno u otro.

De esta manera, las mismas palabras y expresiones, con la diferenciación gramatical y lingüística que indica su género, adquieren una valoración distinta según sean para nombrar a cada uno de los dos universos citándolos en clara desventaja a uno con respecto al otro.

Son acepciones originalmente simétricas desde el punto de vista morfológico que se convierten en asimétricas desde el semántico. De esta forma sucede que un mismo término, que desde su acepción original es ecuánime, es cargado con una significación diferente en el momento de utilizarlo en su versión lingüística femenina con respecto a la masculina.

En muchos casos son recursos populares del lenguaje utilizados en refranes o frases hechas que han sido elevados en la mayoría de las ocasiones a verdades inmutables porque han quedado universalizados.



Esto responde al uso y tratamiento del lenguaje con carácter sexista, es decir, de desigualdad por razón de género por lo que su inclusión en este trabajo como categoría de análisis se convierte en una labor imprescindible.

Para detectar los casos en los que produce esta situación hemos realizado una clasificación de las alocuciones que responden a este valor y que analizamos según el siguiente ordenamiento:

- ✓ En primer lugar vamos a ocuparnos tanto de los términos como de las expresiones utilizadas con carácter de generalidad.
- ✓ En segundo de aquellos que específicamente están relacionados con los órganos sexuales de cada género.
- ✓ Después de las cualidades sin equivalentes mediante las que se asocia cada género con un tipo de comportamiento desde una interpretación cultural.
- ✓ Por último, observaremos la valoración que se otorga a los timbres vocálicos desde una perspectiva de género.

### 7.3.1.- Términos y expresiones de uso generalizado

En este valor se han incluido términos, expresiones y frases hechas de uso generalizado cuya semántica es desigual por razón de género y que son manifiestamente considerados como duales aparentes porque poseen una significación muy diferente si son aplicados a un varón con respecto a si lo son a una mujer.

Muchas de ellas forman parte del imaginario colectivo lo que conlleva su uso en la vida cotidiana formando parte de los discursos coloquiales.

## AUDICIONES

Durante una entrevista al secretario de la Academia de la Lengua Darío Villanueva la periodista dice que el nuevo diccionario de la RAE: ¡Es precioso! (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

Ángel Expósito opina sobre el secuestrador en una cafetería de Sidney: “Este hombre está como una chota”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

Ángel Expósito hace un comentario a modo de editorial en el que advierte a la sociedad occidental sobre las consecuencias que puede tener el terrorismo islámico sobre ella: “Atémonos los machos”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

Joseba Larrañaga critica que el presidente de la Federación Española de Fútbol Ángel María Villar permanezca impasible ante la muerte de un hincha: “Villar está en Marruecos..., por ahí de rositas”. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

La tertuliana Edurne Uriarte opina sobre la posible candidatura que presentará Susana Díaz como secretaria general del PSOE: “Ella tiene una enorme ambición de llegar a lo más alto”. (COPE, *La mañana*, 18 de diciembre).

José Antonio García en una entrevista al líder del grupo musical *Rey de Copas* le trata en varias ocasiones como *tipo*. (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

José Antonio García entrevista a Javier Ikaz y Jorge Díaz que son los autores de los libros *Yo fui a EGB* y *Yo fui a EGB 2* en los que se describe cómo era la vida de los estudiantes de la educación básica desde 1970 a 1995. Durante la misma el presentador de este espacio dice que en aquellos años se regalaban colonias diferentes para hombres y mujeres porque las de los hombres se utilizaban: “Para demostrar la hombría”. (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

La tertuliana Tonia Etxarri se refiere a quien es conocido mediática y popularmente como *Pequeño Nicolás* como “Antoñita la fantástica” por haber construido un personaje con delirios de grandeza. (RNE, *Las mañanas de rne*, 19 de diciembre).

Ramón García se refiere a la madrastra del filme *Blancanieves* como: “Una perra” y sobre el personaje Cruela De Vil de *Los mil y un dálmatas* añade: “Esta sí que era un pedazo perra”. (COPE, *La tarde*, 19 de diciembre).

Sobre el atentado sufrido en la redacción de la publicación satírica Charlie Hebod en París Xavi Puig de *El Mundo Today* hace un comentario satírico al respecto que dice: “Alá es el puto amo, por lo que más vale que nos callemos la puta boca [...]. Se te caen los cojones al suelo de lo bueno que es”. (SER, *La ventana*, 8 de enero).

Noelia López, autora del blog *Me niego a ser la agenda de mi hija por el watsap*, se refiere durante una entrevista a quienes abandonan los grupos de esta red social: “Fulanito ha abandonado el grupo, empieza todo el resto a preguntar, oye, ¿se habrá enfadado?, ¿por qué se habrá marchado fulanito?”. (SER, *La ventana*, 28 de enero).

## INTERPRETACIÓN

Con la audición de estas alocuciones radiofónicas comprobamos cómo hay términos que se utilizan con sentido peyorativo cuando se refieren a la mujer al convertirlos en insultos o vocablos despectivos pero que, por el contrario, aplicados a los varones tienen una significación muy diferente. De esta forma se muestra un desequilibrio lingüístico agraviado hacia las mujeres.

La mayoría son descalificaciones sexistas que se utilizan desde una perspectiva machista con el objetivo de ejercer una humillación y minorización de lo femenino.

Así, hemos podido escuchar que un varón que secuestra a varias personas en una cafetería es porque está como una *chota* y no como un *choto*, término este que sería el que habría que utilizar porque es masculino.

Se critica a una mujer como Susana Díaz porque quiere escalar puestos en la carrera política y por ello se la trata de ambiciosa. Esta circunstancia no ocurre con ningún varón que también se dedique a esta actividad porque, al contrario de lo que sucede con ella, a este se le presupone que ha de alcanzarla como un objetivo lógico y natural de su carrera, es decir, ella es tratada con carácter despectivo por tener ambición profesional.

Al personaje malévolo de un cuento infantil se la llama *perra*. Un varón del que no se conoce su nombre es referenciado como *fulano*. Un presentador llama *tipa* a un invitado al que quiere tratar con familiaridad. ¿Qué significados tienen estos vocablos si se utilizan con el género gramatical contrario?, ¿qué connotaciones tienen *perro*, *fulana* y *tipa*?

Todos estos ejemplos se enmarcan en esta categoría porque adquieren un significado administrados en un universo que no es el mismo en el otro. No están asociados a los mismos valores o referencias cuando se aplican al masculino que cuando se hacen al femenino. Por ello, con su uso de muestra una evidente desigualdad que va más lejos de una diferencia.

Porque la connotación de *perra* no es la de *perro*, ni *tipa* la de *tipo*, ni *fulana* la de *fulano*. Porque la percepción social que proyecta un varón que ambiciona ascender en su vida profesional no es la misma si es una mujer la ambiciosa.

### 7.3.2.- Lo coñazo y tener huevos

En este otro valor se han incluido los vocablos y expresiones que hacen referencia expresamente a las implicaciones sociales y culturales que se atribuyen a los órganos sexuales según se trate de cada género. Así, comprobaremos con este ejercicio de análisis lingüístico si esta relación se establece de forma ecuánime o no.

## AUDICIONES

Alfredo Menéndez entrevista al cantante Miguel Ángel Hernando quien refiriéndose a la evolución tan rápida de su trayectoria profesional dice: “A mí me entraba el acojone, por decirlo mal y pronto” a lo que el presentador se ríe. (RNE, *Las mañanas de rne*, 15 de diciembre).

En una tertulia en la que se encuentran Javi Nieves y los locutores Fernández y Jimeno se comenta en tono jocoso situaciones en las que se puede encontrar una persona y de las que no se puede escapar. Al respecto uno de ellos dice: “Hay una cosa de la que no puedes escapar cuando eres hombre” a lo que Javi Nieves pregunta: ¿Cuál?”, y el

anterior responde: “¿A que no hay huevos?”, a continuación se oyen risas. Uno de ellos dice: “¿Qué no hay huevos?”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

Durante una tertulia de fútbol escuchamos cómo uno de los participantes exclama: “Lo ha explicado de cojones” ante las opiniones que vierte otro compañero suyo sobre este deporte. (COPE, *Al primer toque*, 16 de diciembre).

Manolo Lama defiende al capitán del Real Madrid Iker Casillas ante las críticas que recibe: “Que ya no le toquen más las pelotas, que bastante se las han tocado”. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

Durante la tertulia *El gabinete* la escritora Lucía Etxebarría establece una comparación entre el Fiscal General del Estado Eduardo Torres-Dulce que acaba de dimitir y diferentes personajes masculinos cinematográficos de películas del director John Ford y otros ya que es un cinéfilo. Sobre la presentación de su dimisión Etxebarría dice: “Los hombres rudos que se enfrentan a todo, y que se enfrentan ellos solos y el prototipo es John Wayne y acaba haciendo lo mismo”. Y añade: “No es que no haya resistido tanta presión, es que ha tenido los huevos de irse, es que ha tenido los huevos de plantarse [...] ha actuado, eso, coherente con su cinefilia, ha hecho de John Wayne y se ha ido”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

Durante la tertulia *El gabinete* Julia Otero comenta unas declaraciones de Bertín Osborne quien dijo que no podía mirar a la cara a una presentadora de televisión mientras le entrevistaba a lo que uno de los tertulianos dice: “¡Ole, tócate los huevos!”, Otero quiere explicar la situación que comentan: “Es el escote de ella y Bertín, ¡que es un machote!. Es que Bertín es mucho Bertín”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 8 de enero).

En una tertulia con tono desenfadado solicitan a la audiencia que comente por *email* sus impresiones sobre los grupos de *watsap*, Roberto Sánchez lee uno de ellos: “Si le añaden a un grupo coñazo, se va *ipsofacto*” a lo que Carles Francino pregunta: “¿Has dicho antes grupos coñazo?”, Roberto Sánchez: “Grupos coñazo, sí”. (SER, *La ventana*, 28 de enero).

Durante el relato de una noticia que cuenta que una mujer le pidió a su novio que suplantase su identidad para hacer un examen, una periodista comenta: “Con un par se disfrazó de chica y se presentó al examen”. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 5 de julio).

## INTERPRETACIÓN

Mientras por una parte se aplican vocablos que realizan una expresa alusión a los órganos genitales masculinos para relacionarlos con la estima y la audacia, por la contraria son utilizados los femeninos para cargarlos de connotaciones negativas. De esta forma escuchamos que: *tener huevos, un par o explicar algo de cojones* es poseer valor y coraje. Sin embargo, son un *coñazo* los grupos de *WhatsApp* porque son aburridos, pesados o cargantes.

Todas estas expresiones conllevan que lo masculino sea reconocido con valores de supremacía mientras que lo femenino lo sea con los de desprecio.

De esta forma al escuchar que una persona dice: “A mí me entra el acojone” entendemos implícitamente que le entra el miedo por no poseer el valor necesario para enfrentarse a una situación determinada. Todo porque el comportamiento tipificado como masculino se asocia al valor, el coraje o el arresto y así, de una forma lingüística coloquial, esta conducta se atribuye de una forma natural a sus órganos sexuales. Quien carece de estos, como las mujeres, carece de estos valores.

### 7.3.3.- Cualidades sin equivalentes. La violencia es masculina, los lloros son femeninos

Uno de los ejemplos de los duales aparentes es el que se produce cuando socialmente se le atribuye una propiedad determinada a un género excluyendo al otro la posibilidad de poseerla.

Así, bajo lo que se denomina cualidad *sin equivalente* cada género es asociado a una forma de actuación de forma exclusiva. Además, esta relación se establece de manera que parezca una asociación natural.

## AUDICIONES

La periodista de sucesos Maika Navarro se sorprende al dar la noticia de que entre varias personas detenidas como presuntas autoras del asesinato de un ferviente seguidor de un equipo de fútbol se encuentra una mujer: “Fíjate, también entre los detenidos hay una mujer. Que a mí me sorprendió mucho en ese listado. Es verdad, ni en las imágenes, ni a mí se me había pasado por la cabeza, nunca, y es un error mío, no, no, me pongo por delante, pero el hecho de que haya entre los detenidos a una mujer que participa en esa riña tumultuosa, me sorprendió”. (SER, Hoy por hoy, 17 de diciembre).

Ángel Expósito, ante el suceso violento que se produjo anteriormente al asesinato del mismo hincha de la noticia anterior, afirma que: “Se siguen pegando como chavales, en el barrio, hace 25 ó 30 años” en referencia a la pelea multitudinaria que se produjo entre dos aficiones futbolísticas. (COPE, La mañana, 17 de diciembre).

El periodista Pablo Muñoz cuenta que sobre la explosión sucedida en un local de prostitución conocido como *Paradise* en La Junquera, nunca se conoció “el autor”. (COPE, Fin de semana, 4 de julio).

Cristina López comenta la noticia que cuenta que en Japón hay: “Hoteles con habitaciones para que las mujeres lloren” junto al corresponsal en extremo oriente Pablo Díez. Este último explica que: “Consiste en que las mujeres que estén deprimidas, que estén pasando un mal momento pueden alquilar esta habitación por una noche [...] y desahogarse allí a lágrima tendida”. Cristina López se asombra de que estén dirigidos a mujeres exclusivamente, a lo que el corresponsal responde que en Japón hay mucha competitividad: “Pues muchas de estas mujeres tienen depresión y no pueden mostrarlo, y por supuesto porque las mujeres en nuestra sociedad son..., tienden más a estos cuadros..., eh..., quizá de melancolía o de depresión”. Cristina López comenta que: “Es de traca porque la oferta es para dos personas, o sea, se supone que van a ir dos amigas a llorar la una en el hombro de la otra”. (COPE, *Fin de semana*, 5 de julio de 2015).

## INTERPRETACIÓN

Hemos podido comprobar cómo un comportamiento violento no tiene la misma consideración si quien lo ejerce es una mujer o si es un varón incluso hasta el punto de no ser reconocido como una forma de actuación propiamente femenina.

La mujer queda excluida de la conducta violenta porque es propiedad y soberanía del varón.

Estableciendo una relación de asociaciones de orden cultural entre el género y un tipo de comportamiento y actuación, si el aceptado socialmente como propio del varón es el que se corresponde con una actitud vinculada a la violencia el característico de la mujer debe ser uno opuesto. Consecuentemente ella es la que se debe manejar en el ámbito de las expresiones emocionales y afectividades.

Como sucede cuando escuchamos que los hoteles que existen en Japón para que su clientela acuda a ellos a llorar están creados para las japonesas. Son mujeres las que, excluidas de toda acción violenta porque es la propia de los varones, pueden desahogarse en ellos de esta manera.

### 7.3.4.- El timbre vocálico diferenciado

La voz que cada persona porta es su sello de identidad que, a modo de huella dactilar, se convierte en una propiedad tan identitaria como la forma de moverse, caminar, escribir o expresarse.

Además, con ella se conforma uno de los parámetros sociales y culturales de identificación y clasificación de cada ser humano en cuanto a que cada uno posee un timbre vocálico diferenciado y característico.

Así, percibiendo la voz de alguien podemos conocer al género al que pertenece, entre otras características.



Esta forma de identificación surge a partir de la consideración general de que el timbre vocálico propio de los varones es diferente al de las mujeres. De una forma objetiva, y dentro de una escala de sonidos que los seres humanos pueden producir, podemos concluir objetivamente que la primera responde a tonalidades sonoras más graves y la segunda a otras más agudas según una clasificación anatómica.

Sin embargo, como sucede con otros rasgos de la personalidad que son proyectados hacia el exterior, la voz es valorada de una u otra forma según las connotaciones que aporta el entorno social. En nuestro caso las consideramos relativas al género.

Por ello, al ocuparnos de las dualidades aparentes de género, observamos estas circunstancias desde las atribuciones que los convencionalismos culturales le han asignado por razón de género a la voz, es decir, encontrando las subjetividades que le atribuyen unas u otras cualidades según se trate de la emisión de sonidos que se encuentran en una escala de tonalidades más grave (relacionado con el mundo masculino) o más aguda (con el femenino).

## AUDICIONES

Al respecto, encontramos que el comentarista literario Benjamín Prado hace referencia a libro *Pantallas de Plata* escrito por Carlos Fuentes que trata sobre el paso del cine mudo al sonoro: “Cuenta como, por ejemplo, eh..., John Gilbert al que adoraban todas las mujeres del mundo, en las películas sin voz, en cuanto oyeron el tono de su voz que era muy atimblado, casi femenino, perdió completamente todas sus fans”. (SER, *La ventana*, 15 de diciembre).

Gemma Nierga al presentar la sección de sucesos de su programa dice: “Hay que poner voz de *Hora Negra*” para lo que ella pronuncia este título impostando su voz de forma más grave, es decir, con tonos más bajos. (SER, *Hoy por hoy*, 17 de diciembre).

Por su parte Ramón García presenta a su compañera periodista Elena Grandal diciendo: “Por aquí estamos, Elena Grandal con su hilito de voz”. (COPE, *La tarde*, 19 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Hemos escuchado en los anteriores discursos cómo se establece una asociación determinada entre un timbre de voz grave o agudo y una forma de ser y actuar.

Así, hemos podido escuchar que el tono atimblado se corresponde con el de una mujer por lo que el actor John Gilbert, que así lo tenía, perdió a sus fans cuando le escucharon en su primera película sonora, lo que implícitamente nos lleva a pensar que le consideraron como poseedor de características propiamente femeninas, es decir, fue menospreciado al ser circunscrito a un universo femenino.

De igual forma también hemos escuchado cómo para anunciar una sección de sucesos hay que imposter un tipo de voz más grave, es decir, más masculina, para que su contenido sea más creíble. Como si la crónica negra, por estar llena de asesinatos, violencia y delincuencia, fuera un territorio exclusivo masculino.

Por otra parte, hemos escuchado la forma en la que un presentador anuncia la intervención de una locutora compañera suya que por ser mujer tiene una voz aguda y por ello es definida como “hilito de voz”.

Ante estas circunstancias nos preguntamos: ¿Se puede introducir una sección que comenta las noticias de sucesos con una voz que posea tonos agudos?, Es decir, el mundo de la delincuencia es exclusivamente masculino. ¿Se podría presentar a un locutor diciendo de su voz que es “un hilito” con la carga peyorativa que tiene esta expresión?

En conclusión, hemos podido observar que existen términos, vocablos y expresiones que obtienen una valoración diferente si se aplican al universo femenino con respecto a si se realiza sobre el masculino. Así, el primero queda degradado cuando se alude verbalmente mientras que el segundo es ensalzado. También sucede con respecto a la designación discursiva empleada en el relato de las características propias de estos dos géneros, que además se muestran de forma natural, aunque sean construcciones sociales, como sucede con los atributos de cada voz. Estas quedan valoradas de forma asimétrica según se relacionen y atribuyan a unas u otros.

#### 7.4.- Las viejas profesiones masculinas, las nuevas femeninas

En esta categoría vamos a incluir aquellas alocuciones con las que se establece una relación discursiva entre las profesiones y las personas que las ejercen atendiendo a su género.

Como dentro de los márgenes de la misma se han producido bastantes discursos en los que se referencia a las específicas de la magistratura y la fiscalía, a estas se les dedica una categoría aparte cuya redacción se incluye posteriormente.

De esta manera, a continuación vamos a dar cuenta de aquellos discursos en los que nombra a las profesiones, excepto a las anteriores ya mencionadas, ordenadas en dos apartados:

- ✓ Alusión a los gremios y colectivos profesionales en general.
- ✓ Forma en la que se representan las profesiones desde la referencia a una persona concreta.

De esta forma y además de responder a los objetivos generales, entre los que se encuentran exponer el modo en el que el medio radiofónico realiza una representación de las profesiones desde una perspectiva de género, queremos mostrar específicamente cómo refleja la nueva realidad que acontece, y cómo lo hace, acerca de aquellas mujeres que ejercen su trabajo en la carrera médica, los cuerpos de seguridad del Estado o puestos de dirección y ejecutivos de otras tantos empleos. Son quienes han decidido abandonar el espacio privado en el que se las ubicó primitivamente para saltar a otro profesional, público y de reconocido prestigio.

Una novedosa coyuntura de la que sabemos que, como tal, necesita una nueva denominación para referirla porque hasta ahora, al ser un espacio privativo de los varones, se utilizaba el género gramatical masculino para hacerlo. Así, queremos exponer si en la actualidad el lenguaje radiofónico se ha adaptado a estas nuevas circunstancias y cómo menciona a estas mujeres ya que sabemos que no existe forma de

referirse lingüísticamente a lo que *no es*, y por ello lo novedoso necesita de un lenguaje para referenciarlo.

#### 7.4.1.- Los gremios y colectivos profesionales

En este apartado vamos a describir la forma en la que las profesiones son nombradas desde una perspectiva de género cuando se referencian en términos de generalidad, es decir, cuando se refieren a gremios o grupos de personas que ejercen la misma ocupación.

#### AUDICIONES

En cuanto a las radios convencionales se refiere hemos escuchado las siguientes alocuciones:

Un periodista entrevista a Elena Gómez como funcionaria de la Consejería de Empleo de la Embajada de España en Londres para ilustrar la información cuyo contenido es que hay empresas de construcción en el Reino Unido que buscan personal cualificado español. Tanto el entrevistador como la entrevistada se refieren en todo momento a: los jóvenes, los hombres, los albañiles, los trabajadores de la construcción y los parados. (RNE, *Las mañanas de RNE*, 15 de diciembre).

Una periodista cuenta que: “La vicepresidenta del gobierno ha visitado por primera vez a las tropas españolas en el exterior. Sáez de Santamaría ha estado en la base de Herat en Afganistán donde ha apoyado la actuación de los militares españoles”. (ONDA CERO, *Noticias Mediodía*, 15 de diciembre).

En la lectura de titulares de este espacio, su directora y presentadora Angels Barceló apunta que se ha producido: “La declaración ante el juez Ruth de algunos trabajadores de AENA que explican cómo se amañaban adjudicaciones para la trama *Gürtel* durante el gobierno de Aznar”. A continuación, suena un corte de voz de una mujer que aporta su testimonio en el juicio. Se repite esta misma situación en el desarrollo de las noticias 10 minutos más tarde. (SER, *Hora 25*, 15 de diciembre).

La sección *Crónicas del Vértigo* trata sobre la violencia de género, violencia doméstica y violencia sexual. Explican que para combatir estos delitos se ha creado: “Un nuevo grupo de élite de la policía, la unidad de familia y mujer, [...] de la que pasan a depender todos los policías”. Alfredo Menéndez presenta a una entrevistada: “Al frente de todo ello una de los policías que mejor conoce y ha trabajado con todos estos delitos [...]. Es la Inspectora Jefe Elena Palacios”, ella durante sus respuestas utiliza términos como los policías, los funcionarios, los delincuentes. Se le pregunta: “¿Cómo tiene que ser un policía que trabaje en esta unidad?” a lo que ella contesta que tienen que ser: “Gente capacitada, gente formada, gente sensible [...] con el nivel académico que tenemos con los policías [...] tenemos muchísimos licenciados y diplomados”. Cuando se le pregunta por quienes son las víctimas de este tipo de delito ella responde siempre en femenino. Con respecto a la atención que recibirán las personas agredidas que sufren este tipo de violencia la entrevistada dice: “Esa atención va a ser integral a todas las personas que han sufrido esos episodios de violencia”. El periodista le pide que resuma en un eslogan cómo ella publicitaria esta unidad a lo que la entrevistada dice: “Acude al especialista, denúncialo [...] pero no solamente a la víctima, sino al profesional que conoce lo que se produce en el ámbito de género, doméstico o sexual”. Añade que estos servicios también van dirigidos a “personas mayores, personas con discapacidad” y se dirige al “personal sanitario o maestro” a quienes apela de forma directa: “Acude al policía experto” para que aflore este delito y así poder denunciarlo. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Esta información cuenta que el ministro de Sanidad Alfonso Alonso se reúne con personal médico y la industria farmacéutica para alcanzar un acuerdo sobre la prescripción del medicamento de la hepatitis C. El presentador de este programa se refiere a: “Los enfermeros” y “los médicos”. (RNE, *Diario de las dos*, 18 de diciembre).

El director en la entradilla lee: “Primer encuentro entre el ministro de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad Alfonso Alonso y los colectivos de médicos, enfermeros e industria farmacéutica” para la mejora de la sanidad pública a través de un pacto de sostenibilidad. La periodista que desarrolla la noticia también utiliza el término enfermeros. (RNE, *24 horas*, 18 de diciembre).

En referencia a la tertulia en la que se expone una información en la que se detalla que la inmigración que debe aceptar un país debe estar condicionada a las ofertas de trabajo que ofrezca, un tertuliano dice que si un país necesita camioneros o informáticos, estos son los que deben entrar para cubrir estos puestos determinados y no otros. (RNE, *24 horas*, 18 de diciembre).

Como la Ley de Seguridad Ciudadana, conocida popularmente como ley mordaza, entra en vigor, Isabel Gemio dice que en el programa van a contar: “Qué opinan los profesionales, los policías” sobre ella ofreciendo algunos testimonios. Así, se radia un corte de Serafín Giraldo, portavoz de la Unión Federal de Policía, que entre otras afirmaciones dice que: “Se pone a un policía en la tesitura de recomendar a una persona que ejerce la prostitución en la calle que deje de ejercerla en un lugar y que vaya a ejercerla a otro”. Al respecto la periodista Gema Piñeiro cuenta que: “He podido hablar con algunos que otros miembros” refiriéndose a agentes del mismo cuerpo. Posteriormente se radia otro corte de voz de un ertzaina, al que no se identifica, que añade que esta ley servirá para que la gente se lo piense “Antes de insultar a un agente”. También se pueden oír varios cortes de voz de Juan Antonio Delgado, portavoz de la asociación unificada de guardias civiles, que se refiere a "los policías" y a "los guardias civiles" constantemente en frases como "pegar a un policía" o "nosotros los guardias civiles somos trabajadores". Al final de este espacio escuchamos la voz de un ertziana que dice que antes quien: “Hiciese una falta de respeto a un agente pues le salía bastante..., bastante barato”. (ONDA CERO, *Te doy mi palabra*, 4 de julio).

La ministra de trabajo Fátima Báñez acude al acto de toma de posesión del nuevo presidente de Castilla La Mancha, García Page, en él lee un discurso sobre el compromiso que tiene para acabar con el desempleo: "Con los trabajadores, con las empresas, con los sindicatos, con la patronal". (RNE, *14 Horas. Fin de semana*, 4 de julio).

Durante el resumen de prensa que realiza el periodista Josto Maffeo dice que el periódico *La Vanguardia* incluye esta noticia: "Rajoy busca el apoyo de pensionistas, parados y funcionarios. Los discursos macroeconómicos bajarán más a la calle, al individuo próximamente". (RNE, *No es un día cualquiera*, 5 de julio).

En cuanto a las radios especializadas se refiere hemos encontrado los siguientes audios en los que se nombra a una colectividad profesional:

Con el lanzamiento de la pregunta: "¿Existe una fotografía feminista, comprometida con el mundo femenino y no tan sometida a los mercados?", se propone una entrevista dirigida a "todas las que nos están escuchando" a la fotógrafa Sara Sánchez quien se declara activista. Ella elogia a aquellas mujeres que a lo largo de la Historia han luchado por la igualdad, y denuncia la falta de referentes femeninas en la misma. También critica el *Emilio* de Rousseau porque describe el perfil del hombre perfecto que sustenta al poder y el papel de la mujer en la sumisión. Sin embargo, al definir su obra pronuncia frases como: "Como casi todos los fotógrafos, casi todos los artistas", "Realizo *book* de actores, retratos, paisajes", "Para un profesional que lo necesite". (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 15 de diciembre).

Para presentar una entrevista a Patricia Moreira como "La directora general de Ayuda en Acción", una locutora anuncia: "La asociación de directivos de responsabilidad social empresarial patrocina este espacio" sobre una música muy sensual, quien además se dirige a la audiencia que escucha: "Ya sabéis que a nosotras nos sigue gustando hablar con mujeres responsables...". La entrevistada explica en qué consiste la ayuda social empresarial y se refiere al modo de actuación que deben tener quienes la practiquen: "La manera de relacionarte con los terceros, no sólo, digamos, con los empleados, con el equipo que tienes, sino también con tus proveedores, con los grupos que tienen interés", "Las ONG's trabajamos con un sinfín de actores". Al referirse a la plantilla que compone esta organización, dice: "La plantilla está muy equilibrada. Entre 50 y 55% mujeres y el resto, pues, hombres, ¿no? Y sí que hay, yo creo una política bastante pro-activa de igualdad de oportunidades para hombres y para mujeres", sin embargo a lo largo de la entrevista ella se refiere a "los empleados" y "los trabajadores". (ONDAARCOIRIS.COM, *Entrevistas*, 15 de diciembre).

Durante la entrevista que le realiza una periodista a Marta Acebo sobre las estrategias de comunicación de la compañía de seguros *Aegon* se refiere a "los empleados y futuros empleados" en la relación de estos con la empresa. La periodista pregunta sobre la relación de los trabajadores y la empresa: "Lo más difícil del mundo es el empleado"

refiriéndose a su relación con ellos. (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 16 de diciembre).

Una periodista entrevista a la *coach* Elena López Casares con la que conversa sobre el mundo de la dirección de empresas. En referencia concretamente a los medios de comunicación y la forma de gestionarlos, la entrevistadora apunta: “Los directivos de los medios de comunicación tienen que salir más de los despachos”. (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 18 de diciembre).

En el siguiente espacio se habla sobre los Premios *Provooca* que se entregan a: "Mujeres que son provocadoras en sus negocios". En el mismo una periodista entrevista a Ana Torregrosa quien lo ha recibido por la gestión de su empresa *The Shopping Stage*. Durante la misma la entrevistada se refiere a "los modistos y diseñadores". (ONDAMUJER.COM, *Especiales*, 19 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Hemos escuchado que el gobierno del Reino Unido busca a personas para trabajar en empresas de la construcción. Como durante la entrevista que se realiza al respecto exclusivamente escuchamos palabras utilizadas con su género gramatical masculino como son: los jóvenes, los hombres, los albañiles, los trabajadores de la construcción y los parados, podemos entender que lo que se buscan son exclusivamente varones. Así, es deducible que las mujeres quedan excluidas de esta oferta de trabajo.

Al respecto del uso del masculino genérico para designar a las profesiones, como ha ocurrido en el caso anterior referente al gremio de la construcción, también se produce en otras como son las que se desarrollan en el ámbito militar, la medicina y la enfermería. También en ciertas actividades relacionadas de alguna forma con el universo laboral como son el sindicalismo, las pensiones, el desempleo y el funcionariado. Todos estos casos conforman la aceptación de un discurso en el que estas funciones son denominadas a través de quienes las ejercen utilizando para ello el género gramatical masculino: “Sáez de Santamaría ha estado en la base de Herat en Afganistán donde ha apoyado la actuación de los militares españoles”, "Con los trabajadores, con las empresas, con los sindicatos", "Rajoy busca el apoyo de pensionistas, parados y



funcionarios. Los discursos macroeconómicos bajarán más a la calle, al individuo próximamente”.

Hemos encontrado un discurso específico que refuerza nuestra exposición. Nos referimos al uso del género gramatical masculino, que silencia al femenino, para denominar tanto a las profesiones como a quienes las ejercen. Se produce en el que construye la periodista Angels Barceló de la Cadena SER. En este caso ella se refiere a: “algunos trabajadores de AENA” aunque como apoyo a su noticia reproduzca un corte de voz en el que se presenta el testimonio de una mujer, es decir, de una trabajadora.

De igual forma sucede en *Las Crónicas del Vértigo* del espacio *Las mañanas de RNE* donde escuchamos que la referencia que se realiza sobre las personas que trabajan en los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado es utilizando el masculino aunque en los discursos al respecto se estén refiriendo concretamente a una mujer, por lo que debería decirse: una policía o la policía. Por ejemplo en el caso en el que Alfredo Menéndez presenta a una de estas mujeres pronunciando: “Al frente de todo ello una de los policías que mejor conoce y ha trabajado con todos estos delitos [...]. Es la Inspectora Jefe Elena Palacios”. Este presentador se refiere constantemente a esta mujer utilizando para ello el género gramatical masculino (el, uno). Así mismo, esta misma mujer, una policía, si bien utiliza vocablos inclusivos de género en su discurso: “[...] sino al profesional que conoce lo que se produce en el ámbito de género, doméstico o sexual”, “personas mayores, personas con discapacidad”, “personal sanitario o maestro”, también cae en el uso del masculino genérico en frases que pronuncia del tipo: “Acude al policía experto”.

Acontece de igual forma en otros espacios. Así, en *Te doy mi palabra* de Onda Cero escuchamos al respecto que para referirse a la Ley de Seguridad Ciudadana se hace alusión constantemente a quienes trabajan en el cuerpo policial nombrándolos utilizando para ello el género gramatical masculino: “Qué opinan los profesionales, los policías”, “Se pone a un policía en la tesitura de recomendar a una persona que ejerce la prostitución en la calle que deje de ejercerla en un lugar y que vaya a ejercerla a otro”, “Antes de insultar a un agente”, “Hiciese una falta de respeto a un agente pues le salía bastante..., bastante barato”. Estas alusiones son también en este sentido referidas al cuerpo de la Guardia Civil.

Todo esto no se produce de forma exclusiva en la radio convencional. En una plataforma dirigida específicamente a mujeres también los descubrimos: "los empleados y futuros empleados", "Lo más difícil del mundo es el empleado", "Los directivos de los medios de comunicación tienen que salir más de los despachos".

Incluso en la otra plataforma que es la dirigida a la población LGTBI. En esta se presenta un espacio dirigido a "todas las que nos están escuchando" a raíz de la difusión de una pregunta a la que se pretende dar respuesta: "¿Existe una fotografía feminista, comprometida con el mundo femenino y no tan sometida a los mercados?", sin embargo en el mismo escuchamos frases que utilizan el masculino generalizador como ocurre en los siguientes casos: "Como casi todos los fotógrafos, casi todos los artistas", "Realizo *book* de actores, retratos, paisajes", "Para un profesional que lo necesite" aunque se haya explicado antes que el objetivo del mismo sea visibilizar el universo femenino y denunciar la falta de referentes femeninas que existe, y ha existido, en la evolución del ser humano específicamente en el mundo profesional de la fotografía.

También durante una entrevista a la directora general de Ayuda en Acción se escuchan discursos en este sentido utilizados para presentarla: "La asociación de directivos de responsabilidad social empresarial patrocina este espacio". La entrevistada pronuncia frases como: "La manera de relacionarte con los terceros, no sólo, digamos, con los empleados, con el equipo que tienes, sino también con tus proveedores, con los grupos que tienen interés" y "Las ONG's trabajamos con un sinnúmero de actores" que construyen un mundo masculino aunque ella misma haya explicado que lucha por una política de inclusión de la mujer en la empresa que dirige.

Todos los casos en los que se utiliza el sustantivo con género gramatical masculino para designar ciertas profesiones, tanto en número singular como plural, es para referenciar a los varones otorgándoles por ello carácter de supremacía y exclusividad porque ellos son los invocados. Son apelaciones generales en las que, aunque también incluya a las mujeres, las silencia porque no las nombra.

Así, hemos podido escuchar que para referirse a unos colectivos profesionales tan numerosos como son los sanitarios se utilizan términos en masculino, como médicos y enfermeros, cuando se debería haber utilizado otros como son: personal médico o

profesionales de la medicina, o enfermería, en cada caso. De igual forma sucede ante el relato de informaciones en cuyo contenido se nombra al cuerpo nacional de policía citando a su membresía en masculino, el policía o los policías, y no de forma inclusiva como es: la policía, los cuerpos y fuerzas de seguridad del estado y otras.

#### 7.4.2.- El abogado, el jefe, el doctor y el empleado, entre otros

En este apartado nos vamos a ocupar de aquellos discursos en los que se referencia una profesión, pero a diferencia del valor anterior, cuando esta apelación se realiza especificándolo en alguna persona determinada.

#### AUDICIONES

Ángel Expósito entrevista a la psicóloga Laura Rojas Marcos. En la presentación de la misma y para justificar su presencia dice: “Es muy importante tener abogado, inspector de hacienda y psicólogo cerca. ¿Eh?”, a lo que ella reafirma: “Yo creo que sí”. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

Ramón García, sobre el plan de ayuda a desempleados, apunta: “Se prevé que un orientador les planifique un itinerario laboral a su medida”. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

Juan Gómez Jurado para escenificar una noticia sobre un alcalde prevaricador le dice a sus dos compañeras Julia Otero y Raquel Martos: “Yo soy un juez, ¿no?, imaginaos, y vosotras un alcalde”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

Carlos Alsina comienza el programa a modo de editorial opinando sobre las cenas de empresa de Navidad y al referirse a esta tradicional celebración se cuentan anécdotas utilizando los vocablos: “Jefe de personal” o “Director de recursos humanos”. Se refiere a estos cargos dirigiéndose directamente a la audiencia diciendo: “Si tu jefe...”. (ONDA CERO, *La brújula*, 15 de diciembre).

Pepa Bueno tras explicar una información sobre una trama de corrupción en la empresa pública de gestión aeroportuaria AENA dice que: “Ayer la SER les ofrecía el testimonio

de un empleado de AENA”, a continuación se reproduce dicho corte de voz en la que se escucha el testimonio de una mujer. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

Ángel Expósito entrevista a Soraya Sáez de Santamaría: “¿Qué es más importante ser ministro o vicepresidente del gobierno, o ser alcalde Madrid?”. Posteriormente le pregunta: “¿Qué es más importante ser secretaria general de un partido o presidenta de una comunidad autónoma?”. (COPE, *La mañana*, 8 de enero).

José Ramón de la Morena radia una consulta con los doctores González y Escribano de los que no sabemos sus nombres de pila porque no se dicen al tratarlos siempre como “doctor” más sus apellidos. En el transcurso de la misma De la Morena lee la pregunta que plantea un oyente a través del correo: “Dice Ismael, me ha dicho la traumatóloga que tengo un pie equino varo. ¿Qué es eso y cómo lo tengo que tratar?”. El médico explica las características de esta enfermedad y añade: “Sin embargo, si a este le ha dicho el traumatólogo, es de suponer que sea una persona mayor y [...]”. (SER, El larguero, 28 de enero).

Si los cortes de audio anteriores han sido escuchados en las radios convencionales, los que a continuación exponemos pertenecen a las especializadas:

Una periodista entrevista a Beatriz Amilibia, CEO de una empresa de telemedicina. En referencia a las dudas que puede plantear su clientela sobre asuntos de enfermedad, señala como ejemplo: "Oiga, doctor, esta mañana me he levantado con una ligera hipoglucemia, ¿cree que debo modificar...?". Ambas se refieren: "Al doctor *google*". (ONDAMUJER.COM, *Salud*, 16 de diciembre).

En la entrevista a María López Herranz, *coach* profesional, sobre cómo gestionar las emociones negativas, cuenta que existe una reacción generalizada a partir del momento en el que: “De repente llega un doctor y nos dice...”. (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 17 de diciembre).

Durante una entrevista al realizador Carlos Durrif para hablar de cortometrajes LGTB, este cuenta que trabaja fundamentalmente con mujeres. Se radia un fragmento de su corto *Sináptica* en el que se escucha la voz de una actriz. Cuando se le pregunta sobre la

dificultad de que "dos actrices de allí, de Estados Unidos trabajen en un proyecto...", él responde que el trabajo "es muy humano porque tienes que conectar con tu personaje y con tu actor" y que siempre: "las estaba escuchando a ellas". Añade frases como que: "Cuando estás dirigiendo a actores...", "Y el trabajo que tengas previo con los actores", "Yo trabajaba mucho con ellas en los ensayos". (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 18 de diciembre).

La presentadora de este espacio dice que: "Hablamos sin tapujos de temas que nos interesan a todos y a todas" y que hoy tratará el asunto de: "Cómo ser tu *marketing manager*". Añade que: "En el mundo de la publicidad siempre se ha dicho que todos somos un producto, por lo que todos tenemos una imagen, un posicionamiento y un público objetivo". (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 19 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

En estos cortes de voz se ha podido escuchar que la psicóloga Rojas Marcos, una mujer, construye un discurso referenciando a ciertas profesiones utilizando para ello el género gramatical masculino: "Es muy importante tener abogado, inspector de hacienda y psicólogo cerca". Con ello y de forma implícita se incluye a las personas tanto del género femenino como del masculino, pero solamente nombrando a estas últimas. Este uso actúa como un agente silenciador hacia la mujer profesional porque la excluye. En su lugar se deberían haber utilizado vocablos inclusivos como son: abogacía o derecho, inspección de hacienda o psicología.

Sucede de igual forma a referenciar a otras profesiones. Son casos en los que se utiliza el masculino para nombrar lo genérico: orientador, juez, alcalde, jefe o director. Incluso en uno de estos cortes, el que pronuncia Juan Gómez Jurado en Onda Cero que utiliza el vocablo *alcalde* para designar a una mujer cuando debería haber utilizado en su lugar *alcaldesa*.

Sucede esto mismo cuando Pepa Bueno anuncia que es un empleado, un varón, quien ofrece su testimonio en un juicio por corrupción y a continuación se escuche el corte de voz de una mujer, es decir una empleada, aportando su testimonio. En este caso ni siquiera se rectifica el error, por lo que nos preguntamos, ¿y si hubiera ocurrido el caso

inverso? Este mismo caso lo hemos encontrado en la categoría anterior con respecto a una persona que trabaja para la empresa pública AENA.

Y también ocurre cuando Ángel Expósito, en la COPE, entrevista a Soraya Sáez de Santamaría a quien le pregunta: “¿Qué es más importante ser ministro o vicepresidente del gobierno, o ser alcalde Madrid?”. Creemos que si esta cuestión se refiere a la propia Sáez de Santamaría debería de habersele preguntado: ¿Qué es más importante ser ministra o vicepresidenta del gobierno, o ser alcaldesa Madrid?”.

De la Morena lee en antena el correo de un oyente quien pide consejo a un médico que se encuentra en el estudio de la radio. Se puede escuchar específicamente que el oyente cuenta que su traumatóloga, una mujer, le ha diagnosticado una enfermedad determinada a lo que dicho médico responde: “Si te lo ha dicho el traumatólogo”, es decir, se refiere a un varón aunque el correo del oyente haya especificado que se trataba de una especialista, de una mujer no de un varón.

En lo que respecta a la radio especializada encontramos los siguientes casos:

Se utiliza el genérico doctor, incluso en la expresión *Doctor Google*, para generalizar acerca de la profesión médica.

El director de cine Carlos Durrif, quien reconoce que trabaja con actrices, construye sus comentarios utilizando expresiones como: "Cuando estás dirigiendo a actores..." y "El trabajo que tengas previo con los actores". Este es un caso en el que se utiliza el masculino singular, actor, y el plural, actores, para referirse al colectivo de profesionales que trabajan en el mundo de la interpretación obviando de esta manera el uso específico de los vocablos actriz y actrices aunque sea para referirse específicamente a una mujer.

Se utiliza el anglicismo *marketing manager*, que es de género gramatical masculino, en una radio como es ondamujer que se dirige y está realizada por mujeres cuando se debería haber dicho *marketing manageress*, es decir, utilizando el femenino.

### 7.5.- La mujer representada en los espacios profesionales de la judicatura y la fiscalía

En esta categoría de orden mayor van a ser observadas las profesiones que tienen relación directa tanto con la judicatura como con la fiscalía.

Así, expondremos cómo son representadas aquellas mujeres que se han incorporado a estas parcelas profesionales de las que anteriormente habían sido excluidas. Todo esto con el objetivo de analizar el discurso que las nombra para comprobar bajo qué patrones lingüísticos se construyen estas nuevas realidades.

El resultado lo hemos desgranado ordenándolo en los siguientes subepígrafes.

#### 7.5.1.- Una mujer que es la jueza, la jueza y el juez

Durante el período de la muestra seleccionada para este trabajo han sido radiadas varias informaciones en las que se menciona a alguna jueza. Por ello, en esta categoría va a ser observada la forma en la que se realiza dicha mención desde una percepción sobre la representación del género.

Las noticias que son objeto de este análisis incluyen en su narración los siguientes contenidos:

1. La jueza Beatriz Balfagón ha citado a declarar como imputado al expresidente de la Generalitat Jordi Pujol (Albalat, 2014).
2. Se conocen las declaraciones de Jordi Pujol ante la jueza que lo imputa (García, 2015).
3. Otras informaciones en las que se cita a una jueza.

## AUDICIONES

1.- Acerca de la primera información se han observado los siguientes discursos:

Escuchamos las palabras de Alfredo Menéndez al respecto: “Hacienda ha enviado a la juez las declaraciones”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Una periodista cuenta que: “La juez imputa a Jordi Pujol”, añade que: “Esta magistrada”, y que: “La agencia tributaria ha hecho llegar a esta juez de Barcelona [...]”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Una periodista cuenta en la crónica de tribunales que: “El juez cita a [...], y deberán explicarle a la jueza el origen de su fortuna familiar”. (Onda Cero, *Herrera en la onda*, 17 de diciembre).

Una periodista se refiere a “La jueza” y “la magistrada”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 17 de diciembre).

Un periodista cuenta que: “El juez investiga el origen de su fortuna” referido a Jordi Pujol. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 16 de diciembre).

Elena Gijón nos cuenta que: “Otra juez, la que investiga la fortuna de los Pujol les empieza a citar”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 16 de diciembre).

Julia Otero: “La juez que investiga el origen del dinero que Jordi Pujol [...]”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

El crítico de televisión Ferrán Monegal en su sección *El mando de la tele* dice: “La juez” en referencia a esta información. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

2.- Los casos que se detallan a continuación son acerca de la noticia número 2 analizada en esta categoría. Es la que nos cuenta que se conocen públicamente las declaraciones que realizó Jordi Pujol ante la jueza:



Una periodista dice que comparecieron en el juicio: “Jordi Pujol, su mujer Marta Ferrusola y sus 3 hijos ante el juez que investiga la fortuna que ocultaron durante 30 años en el extranjero”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

Una tertuliana dice que la ausencia de aportación de pruebas que inculpen a Jordi Pujol: “Fue una prueba que no aportó ante la jueza”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

El tertuliano Fermín Bocos sobre la procedencia del dinero que ha acumulado Jordi Pujol, dice que: “Ahora los jueces, la juez en este caso tendrá que establecer si el origen es ese”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

3.- Los siguientes discursos pertenecen a otras informaciones en las que se cita a una jueza:

En la sección de sucesos *La hora negra* Se entrevista a Roger Pascual, autor del libro “Desaparecidos en España” quien comenta las pesquisas y pistas que se reciben en un juzgado sobre el caso de una mujer desaparecida diciendo que es: “La juez [...] encuentra, recibe una pista anónima”. (SER, *Hoy por hoy*, 28 de enero).

Se entrevista a María Tardón, a quien se presenta como “jueza experta en mujer” sobre violencia hacia la mujer. (COPE, *La mañana*, 28 de enero).

Resumen de prensa con el periodista Josto Maffeo, que destaca una noticia sobre los méritos de la jueza Pilar Alonso, que aparece en la misma, dice: “Lo que le han hecho a una juez, es decir, que la ha superado un colega como Presidente del Tribunal Superior de Justicia de Murcia que estaba 1.160 puntos más bajo que ella”. Pepa Fernández se sorprende por esta información a lo que él dice que aunque “ella es superior”, “el proyecto de él es superior”. Fernández apostilla que ella: “Reúne muchos más méritos que el juez” y dice que todo esto ha creado mucha polémica en diferentes estamentos. (RNE, *No es un día cualquiera*, 8 de marzo).

## INTERPRETACIÓN

Mediante la esucha de los discursos pertenecientes a este apartado hemos comprobado que las mujeres que trabajan en la judicatura siguen siendo citadas utilizando para ello estructuras lingüísticas masculinas como son los vocablos *juez o fiscal* en algunos casos incluso con el determinante masculino *un*.

Solamente en uno de ellos, emitido en Onda Cero, se pronuncia *la jueza*.

### 7.5.2.- Dimisión del Fiscal General del Estado, ¿hay candidato o candidata?

El jueves 18 de diciembre de 2014 Eduardo Torres-Dulce dimite como Fiscal General del Estado (Peral, 2014).

Como consecuencia, las redacciones de las emisoras de radio, motivadas por la trascendencia social de esta información, deciden convertir este acontecimiento en noticia relevante por lo que la destacan en sus espacios. Todo porque es indiscutible la relevancia que tiene la fiscalía del ministerio público porque supone un cargo de tan alta responsabilidad basado en el poder de mando efectivo sobre una jerarquía interna y en la unidad de actuación de las fiscalías.

Como se entiende que esta dimisión no se produce de forma espontánea e inmediata, sino que es conocida con suficiente anterioridad por el gobierno, lo que posibilita una rápida elección para su sustitución, tanto los periodistas, como los tertulianos y los colaboradores de los programas se precipitan proponiendo nombres de aquellas personas que potencialmente puedan ocupar este cargo, ya sean acertados u ofrecidos desde la especulación periodística.

Por ello va a ser observado el tratamiento que recibe esta cuestión desde una perspectiva de género.

## AUDICIONES

Una periodista que desarrolla esta información dice que: “El gobierno [...] ya ha puesto en marcha el procedimiento para nombrar al sustituto de Torres Dulce. El Consejo de

Ministros tendrá que proponer ahora a un nuevo candidato”. (SER, *Hora 14*, 18 de diciembre).

Carlos Alsina hace un resumen de noticias: “El Gobierno está buscando nuevo fiscal del estado”. (ONDA CERO, *La brújula*, 18 de diciembre).

Un tertuliano opina sobre quién puede ocupar esta candidatura: “El único rumor que hay que parece tener cierto viso de verosimilitud es que están buscando un perfil no tanto técnico-político sino que sea una mujer. Una mujer, en concreto una fiscal de sala que está en todas las quinielas”. (RNE, *24 horas*, 18 de diciembre).

Alfredo Menéndez dice: “Hoy deberíamos de conocer el nombre que propone para ser el nuevo Fiscal General del Estado o fiscal, que se puede decir fiscal, admitido por la RAE, Fiscal General del Estado [...] el sucesor o sucesora.”. Posteriormente un tertuliano pregunta si se puede decir la palabra fiscal a lo que Alfredo Menéndez le vuelve a recordar que este término está admitido por la RAE pero le cuenta que desconoce si *fiscal general* está admitido, a continuación se escuchan risas de fondo. El tertuliano Alfonso Rojo pregunta, con tono irónico y al hilo de las dudas anteriores, si se puede decir *albañila o criminala*, a lo que los demás contestan que lo desconocen. (RNE, *Las mañanas de RNE*, 19 de diciembre).

Alfredo Menéndez en referencia al nuevo nombramiento dice: “Es el nombre del nuevo o la nueva Fiscal General del Estado. Por cierto, que si es mujer, que sería la primera que ejerce el cargo, sepan, que aunque no se use mucho está admitido la palabra fiscal. Se pone en marcha, por tanto, el proceso para elegir sucesor”. (RNE, *Las mañanas de RNE*, 19 de diciembre).

La directora y presentadora Pepa Bueno dice: “Hoy vamos a conocer el nombre del elegido por Rajoy para sustituir como Fiscal General del Estado al dimitido Torres Dulce. El hombre o la mujer que designe el gobierno ocupará el cargo de forma casi inmediata”. Más tarde la propia Bueno, sobre la dificultad de asumir un cargo de esta responsabilidad por las presiones políticas que sufre, dice: “Veremos lo que le pasa a su sustituto”. A continuación, se escucha un corte de voz del presidente del gobierno: “Lo que queremos es una persona, pues, capaz e independiente que vele por el cumplimiento

de la ley”. La presentadora añade: “Quien cumpla esas condiciones, suponemos que alguna más también, será propuesto hoy por el gobierno”. Posteriormente, un periodista que amplía esta información dice que el gobierno: “Ya tiene preparado al candidato o candidata para los próximos diez meses. Hoy lo propondrán en el consejo de ministros”. (SER, *Hoy por hoy*, 19 de diciembre).

Manuel Expósito anuncia que: “El consejo de ministros decide hoy el candidato o candidata, que es lo que parece para suceder a Eduardo Torres-Dulce”.

A continuación, en este mismo espacio, se realizan tres entrevistas, en las que también participa la periodista Paloma Tortajada, que detallamos a continuación y que, según el director del programa expone, sirven: “Para explicar qué es el Fiscal General del Estado, de quién depende, cuáles son sus competencias”.

1.-La primera es a Jesús Zarzalejos, profesor de derecho procesal de la Universidad Complutense.

Las frases que pronuncian tanto el director del programa como la periodista Paloma Tortajada al respecto son: “¿Quién es el Fiscal General del Estado?”, “Cuando llega un nuevo gobierno nombra a un nuevo Fiscal General del Estado”, “¿Sería posible un gobierno con un Fiscal General del Estado que hubiera nombrado otro gobierno?”.

Las respuestas de este profesor de derecho son:

“El Fiscal General del Estado es...”, “Todo fiscal tiene un nivel de jerarquía con su superior [...] que es el Fiscal General del Estado”, “Esto no significa que el fiscal tenga que hacer seguidismo de los intereses políticos del gobierno que lo nombra”, “En el resto de Europa el fiscal tiene el monopolio de la acción penal. Es el que decide a quien se acusa y a quien no”, “El proceso de nombramiento del fiscal general tiene unos trámites [...]. Hay un candidato cuya idoneidad es valorada”, “Ese candidato luego es llamado a comparecer”.

Al final del espacio Paloma Tortajada le pregunta por la posibilidad de que el gobierno no elija a un varón como representante de la fiscalía general del estado: “Parece que va a ser una mujer. Por primera vez una mujer podría ser Fiscal General del Estado”, sobre lo que el director del programa interviene y dice: “Se habla de dos magistradas del Supremo”. Al respecto el entrevistado Jesús Zarzalejos contesta: “Se habla de dos fiscales de sala Pilar Valcárcel y Concepción Madrigal”.

2.- La segunda entrevista se realiza a Emilio Frías, portavoz de la asociación de fiscales, a quien se le pregunta si la misma: “Es la mayoritaria en número de afiliados dentro de los fiscales en España”.

Este fiscal pronuncia, entre otras, estas frases: “Se acaba toda relación entre el fiscal y el ejecutivo”, “Está prohibido que el gobierno le pueda dar órdenes al Fiscal General del Estado”, “Hay gente que critica mucho la dependencia jerárquica y la unidad de actuación del ministerio fiscal que yo creo que son buenos. Son buenos porque [...]”.

3.- La tercera entrevista es a Álvaro García, presidente de la unión progresista de fiscales. Las frases de los entrevistadores son: “¿Cuando un fiscal dice que dimite por razones personales hasta qué punto son razones personales?”. Este fiscal dice que: “Cualquier actuación del fiscal general tiene tanta importancia”. (COPE, *La mañana*, 19 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

En primer lugar se ha observado que se utilizan términos masculinizadores del pensamiento como son *sustituto*, *afiliado*, *fiscal* o *candidato*. Los mismos excluyen implícitamente a la mujer de su posibilidad ya que en su lugar deberían haberse pronunciado otros de carácter inclusivo como: *sustitución*, *afiliación*, *fiscalía* o *candidatura*.

Al respecto en la COPE se pronuncia: “Se habla de dos fiscales de sala: Pilar Valcárcel y Concepción Madrigal”, cuando se debería haber dicho *fiscalas* porque son mujeres.

En Radio Nacional dicen que la nueva vacante debe responder a: “Un perfil no tanto técnico-político sino que sea una mujer. Una mujer, en concreto, una fiscal”. En este caso la categoría *mujer* queda excluida de la de *persona-con-perfil-técnico-político* al establecer en este discurso una alternatividad entre ambos.

### 7.5.3.- La nueva Fiscal General del Estado

Tras la dimisión del Fiscal General del Estado, a la que ya hemos hecho referencia en la categoría anterior, las radios lanzan una información en la que cuentan que el gobierno ha elegido a Consuelo Madrigal Martínez-Pereda para ocupar dicho cargo. Hasta la fecha se encontraba al frente de la fiscalía de menores (Garea, 2014).

Por ello, en esta categoría nos vamos a ocupar del tratamiento que esta información tiene desde una visión del estudio de género.

#### AUDICIONES

Escuchemos a continuación los discursos que han sido radiados el día 19 de diciembre de 2014 sobre la noticia que estamos tratando:

En el boletín informativo de las 10 horas Pepa Bueno lee la entradilla: “Fuentes del gobierno acaban de confirmar a la Cadena SER el nombre de la fiscal que va a sustituir al dimitido Torres Dulce”. Una periodista desarrolla esta información: “Va a ser la primera mujer que ocupe el cargo de Fiscal General del Estado en España”, y termina con la frase: “Repetimos, la nueva fiscal del estado será Consuelo Madrigal”. (SER. *Hoy por hoy*, 19 de diciembre).

Más tarde en el boletín informativo de las 11 horas, José Antonio Marcos lee la entradilla de esta misma información: “Consuelo Madrigal se convierte en la primera mujer al frente de la Fiscalía del Estado. La actual fiscal de menores [...]”. Un periodista la desarrolla diciendo: “Lleva 30 años ejerciendo como fiscal”. (SER. *Hoy por hoy*, 19 de diciembre).

Empieza este informativo destacando que: “Una mujer va a ocupar por primera vez la más alta responsabilidad en la Fiscalía General del Estado, Consuelo Madrigal, de 58 años”. Se destaca que al líder del PSOE Pedro Sánchez: “Le gusta que sea una mujer”. En el desarrollo de esta información se utiliza la palabra fiscal siempre. (RNE, *Diario de las dos*, 19 de diciembre).

En la sección *Unidad de vigilancia*, Isaías Lafuente se refiere a que: “Algunos femeninos que al principio nos resultan extraños, pero después al final, terminamos utilizándolos con una cierta normalidad”. Nos cuenta que palabras como “fiscal, obispa, papisa, capitana” son palabras recogidas en el diccionario y pone ejemplos de su uso en diferentes programas de radio. Entre ellos destaca una entrevista a un varón al que quiere que se le llame *comadrona* y no *comadrón*. Isaías Lafuente dice que los dos términos están aceptados. Añade que la palabra modisto: “Está en el diccionario desde 1927”, y a continuación se radia un corte del diseñador de moda Lorenzo Caprile en el que se escucha que no le gusta que le llamen modisto, sino modista, al igual, dice él que no existe *periodisto* o *economista*. Lafuente apostilla: “En estos momentos un modisto o una modista son exactamente lo mismo” y cuenta que hay femeninos que no existen como *portavoza*. (SER, *La ventana*, 19 de diciembre).

Oímos en este espacio a una periodista que anuncia: “Consuelo Madrigal va a ser la primera mujer que ocupe el puesto de Fiscal General del Estado. Es la elegida tras la dimisión de Eduardo Torres Dulce”. Posteriormente se lee una biografía suya: “Dicen sus compañeros que si por algo se caracteriza Consuelo Madrigal es por su perfil moderado, muy amable de trato pero también muy firme en sus posicionamientos en los debates jurídicos”, “Es fiscal de sala y coordinadora de menores”, “Actualmente es Fiscal de Sala”, “La primera mujer Fiscal General del Estado de nuestra historia”. Durante la tertulia posterior, un periodista dice: “Está muy bien que acceda a fiscalía una persona que lo que es una fiscal, una fiscal, que ha ejercido de fiscal, que ha ejercido su puesto de fiscal”, y añade: “Ojalá a la recién nombrada fiscal le vaya muy bien por el bien de todos”. Posteriormente el director del programa entrevista a la presidenta de la asociación de fiscales Concepción Talón, a la que presenta diciendo de ella que es una mujer, y afirma: “Está muy bien que se haya elegido un fiscal, un fiscal de carrera” en referencia a que es un cargo técnico y no político, y pregunta: “¿Hasta qué punto cree usted que es un logro el nombramiento de una mujer al frente de la fiscalía, es decir, hasta qué punto existe discriminación de género en el mundo jurídico y judicial?”, a lo que ella responde que le parece muy bien porque las mujeres están tan preparadas como los hombres, no más preparadas. (RNE, *24 Horas*, 19 de diciembre).

El director y presentador del programa José Antonio Marcos da paso a la sección titulada *El telegrama*, en la que el periodista Miguel Ángel Aguilar, a modo de artículo

de opinión, dirige el mismo a la nueva Fiscal General del Estado tratándola como *señoría* y refiriéndose a ella como “fiscal”. El presentador de este espacio se refiere a ella como “fiscal o fiscal” indistintamente. En una conexión que se establece con el Palacio de la Moncloa un periodista nos cuenta que ha comparecido en el mismo Soraya Sáez de Santamaría como portavoz del gobierno, y añade: “Ha confirmado que su propuesta para Fiscal General del Estado es Consuelo Madrigal”. Posteriormente se realiza una semblanza de la persona elegida para el cargo en la que un periodista lee su biografía: “Lleva 30 años ejerciendo como fiscal”, “Con anterioridad fue fiscal en el Tribunal Supremo”, “Ha demostrado en su parcela de menores que el fiscal puede llevar la instrucción en los casos con total garantía de éxito”. José Antonio Marcos continúa con esta información añadiendo: “Estamos hablando de la figura del Fiscal General del Estado”, y a continuación entrevista a Concepción Talón, presidenta de la asociación de fiscales, y la primera pregunta que le hace es: ¿Por qué es tan importante la figura del fiscal del estado?”. Ella en sus respuestas hace referencia a “fiscalía”, y “fiscal”. (SER, *Hora 14*, 19 de diciembre).

En la entradilla de la noticia, la directora y presentadora de este espacio Elena Gijón anuncia: “Consuelo Madrigal es la mujer en la que se ha fijado el gobierno para que se convierta en nuevo Fiscal General del Estado”. Posteriormente nos cuenta su biografía y dice que anteriormente ha sido: “Fiscal de sala de menores” y que “Va a ser la primera mujer en acceder al cuerpo”. En el desarrollo de la noticia una periodista dice: “Lleva más de 30 años ejerciendo de fiscal”, “Considerada una fiscal técnicamente muy preparada”, “Sus compañeros destacan que es moderada y nada conflictiva. No ha tenido, de hecho, ninguna actuación polémica”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 19 de diciembre).

Durante la tertulia *El gabinete* los participantes opinan sobre la dimisión de Eduardo Torres Dulce. La presentadora y directora de este programa Julia Otero dice: “El gobierno ya le ha buscado un sustituto, en concreto, una, una mujer”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

El director y presentador Ramón García dice: “Es la primera mujer que tiene este cargo. Tiene un perfil conservador, discreto. Es en la actualidad fiscal de la sala coordinadora de menores. Fue fiscal del Tribunal Supremo”. (COPE, *La tarde*, 19 de diciembre).



Los anteriores son los audios observados sobre el nombramiento de la nueva Fiscal General del Estado. Pero se ha producido otro, el que relatamos a continuación, que se incluye también en este valor porque se corresponde con la misma categoría aunque el discurso pertenezca a otra información diferente:

Carles Francino entrevista a María Teresa Verdugo, a la que presenta como Fiscal Delegada de Igualdad contra la Discriminación de Málaga. (SER, *La ventana*, 15 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Por regla general, sobre este caso escuchamos en los diferentes espacios radiofónicos como una fiscal es masculinizada porque es denominada como fiscal.

Nos gustaría destacar que en el espacio *La ventana* de la Cadena SER, Isaías Lafuente explica que los vocablos fiscal, obispa, papisa y capitana, entre otros, son los que se deben utilizar para denominar a las mujeres que ejercen estas profesiones porque están recogidos en el diccionario como usos correctos para ello.

En el caso del programa *24 Horas* podemos apreciar que se especifica que la persona que ocupará la fiscalía general del Estado es una mujer, aunque se emplee la palabra fiscal, y no fiscal. Esto último también sucede durante todo el discurso que se ofrece sobre la biografía de Consuelo Madrigal. Destacamos que la periodista Pilar Gómez aun refiriéndose a ella como *persona* utiliza el participio pasado *elegido* masculinizando el que debería haber utilizado que es *elegida* ya que debe haber concordancia gramatical, por lo que en vez de decir: “Es una persona que resulta desconocido”, debería haber dicho: “Es una persona que resulta desconocida”.

El presentador del programa anuncia que la persona entrevistada, Concepción Talón, es una mujer lo cual resulta una obviedad ya que su género es implícito a su nombre de pila y también por su timbre de voz. Entendemos que lo hace para recalcar que la opinión que vierte la entrevistada es desde un punto de vista femenino, aunque ella también utilice la palabra fiscal en todo momento.

Al citar su biografía, en todos los espacios radiofónicos analizados, se acentúa que se trata de una mujer. Incluso este detalle se realiza posteriormente a la pronunciación de su nombre de pila, Consuelo. Así, escuchamos en RNE frases del tipo de: “Consuelo Madrigal, mujer, sustituye a...”, se señala como circunstancia relevante de su nombramiento que al líder del PSOE Pedro Sánchez: “Le gusta que sea una mujer”, añadiendo que ha sido: “nombrado por el gobierno”, y que es: “muy amable de trato”.

#### 7.6.- Los vocativos de apelamiento como forma de tratamiento

El vocativo de apelamiento es una forma de tratamiento nominal que se utiliza para interpelar a quien nos escucha mediante la designación de múltiples aspectos relativos a sus circunstancias personales, sociales, de parentesco, profesionales y familiares, entre otras.

Son figuras de tratamiento y apelación que aparecen durante el desarrollo discursivo de los espacios radiofónicos en bastantes circunstancias ya que quienes los presentan suelen interactuar tanto con aquellas personas que tienen a su lado en el interior del locutorio desde el que se realizan los programas, como son los entrevistados, tertulianos, colaboradores u otros periodistas, como a través de algún tipo de conexión técnica con la que se facilita la intervención de quienes se encuentran en cualquier lugar del mundo.

También acontecen en el momento de referenciar a quienes forman parte de las informaciones y contenidos radiofónicos porque son los personajes con los que se conforma la actualidad informativa de cualquier ámbito e índole, aunque no participen en los programas personal y directamente. Y además son utilizados para reclamar la atención de la audiencia con la que se pretende establecer una conversación, aunque no sea efectiva porque en muchas ocasiones es de carácter virtual.

Por ello, vamos a exponer y analizar cómo se construyen y se transmiten estos vocativos en el medio radiofónico, es decir, qué trato se da y cómo se referencia a las personas desde una perspectiva de género:

- ✓ En primer lugar, se hará sobre las estructuras lingüísticas que utilizan vocablos con los que se quiere mostrar afecto.
- ✓ En segundo lugar, se tratará el caso específico de las fórmulas de tratamiento y apelación utilizando los términos señor/señora y señorito/señorita.
- ✓ Finalmente pondremos nuestro oído observador, siempre desde la perspectiva de género, sobre aquellas alocuciones en las que se utilizan expresiones e interjecciones con el objetivo de interpelar a una tercera persona.

#### 7.6.1.- El desequilibrio de género en las formas afectivas

En esta categoría se han incluido aquellos vocativos en los que se hace referencia a la afectividad sobre quien se apela o trata. Estos tratamientos de apelación con carga afectiva tienen el objetivo de expresar la atracción o el rechazo de quien habla respecto sobre quien se realiza.

Así sucede cuando para apelar a adultos se utilizan vocablos que hacen referencia a personas de corta edad como son criatura, nene o nena, chica o chico, niña o niño.

Esta forma de tratamiento también hace referencia a alguna cualidad o a referentes modélicos de algún tipo denotando aprecio, respeto, cariño, etc. Entre ellas tenemos algunas como son: guapo(a), jovencito(a), corazón, encanto, majo(a), chato(a), cariño, hermoso(a), monina, etc.

También es frecuente que un contexto familiar tanto los apellidos como los nombres sufran deformaciones consistentes en una reducción de su significante o en una transformación que lo convierte en diminutivo al suprimirle alguna sílaba. Reciben el nombre de hipocorísticos (expresión culta procedente del adjetivo *hypoku-ristikós* que en griego significa *acariciante*).

## AUDICIONES

Durante una tertulia intervienen dos varones y una mujer (Pilar Gómez, subdirectora del periódico *La Razón*), esta intenta intervenir varias veces, aunque los otros no se lo permiten, ante esta situación el director del espacio Carlos Herrera dice: “Dejemos a la niña, que la niña no ha metido baza todavía”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 17 de diciembre).

Carlos Herrera despide a una compañera periodista: “Adiós, corazón”, y posteriormente le pregunta a otra, Olvido Macías, por las opiniones de la audiencia sobre un asunto concreto: “¿Algunas cosas más, jovencita?”, a lo que esta le responde: “Pues sí, mire usted”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 19 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Hemos escuchado que se utilizan vocablos como *niña* o *jovencita* para referirse a mujeres ya adultas.

Son estructuras lingüísticas que muestran desequilibrio, en estos casos referentes al género, porque, aunque utiliza vocablos con los que en un principio se quiere mostrar afecto, se encuentran muy lejos de su original carácter afectivo ya que con su uso se realiza una infantilización. Esto acontece porque son términos que no se corresponden a la edad objetiva que poseen quienes son referenciadas, que además son mujeres en todos los casos estudiados.

Por todo ello es una muestra más de la desigualdad de género que infantiliza a las mujeres, no a los varones, porque las desprovee de una nominalidad propia de su edad.

### 7.6.2.- La señorita, la señora y el señor, ¿cortesía?

En este valor se han incluido específicamente aquellos casos en los que se ha detectado que una persona es interpelada o tratada bajo la fórmula del uso de vocablos que manifiestamente explicitan su estado civil. Nos referimos a los términos *señor* o *señora* y *señorito* o *señorita*.

## AUDICIONES

Carlos Herrera empieza todos sus programas saludando a la audiencia: “Damas y caballeros”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*). Y Joseba Larrañaga comienza también el suyo con el saludo: “¿Qué tal señoras y señores? Muy buenas noches”. (COPE, *El partido de las doce*).

El crítico de televisión Ferrán Monegal opina sobre la entrevista que hizo Risto Mejide a la cantante Luz Casal en un programa de *Cuatro TV*: “Es borde, borde, porque tiene delante a una señora como la copa de un pino”, y añade una definición de la cantante: “Es una señora bien formada, alta y de un atractivo, para mí, extraordinario”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

El mismo Ferrán Monegal se refiere a “La señora Ferrusola”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

Cristina López entrevista a Lisa Lovatt-Smith como autora del libro *Mañana quién sabe. Una familia encontrada en África* de la que dice que es: “Una mujer excepcional. Una señora que se ha bebido la vida a tragos largos”, posteriormente dice de ella que se casó con un nativo que ya estaba casado: “¡Un año después se entera de que hay otra señora!”. (COPE, *Fin de semana*, 8 de marzo).

Juan Diego Guerrero entrevista a Michi Capriles presentándola como: “Señora Capriles” y dirigiéndose durante toda la entrevista a ella de esta forma. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 4 de julio).

Cristina López llama “señoras” a las prostitutas en una información que cuenta que: “España es el tercer país del mundo en consumo de prostitución, después de Tailandia y Paraguay”. A continuación, dice que la policía ha destapado un club de prostitución a raíz de la denuncia de: “Una señora [...] que vio cómo su marido tenía gastos por 400 euros todos los meses de una forma rítmica y que se referían a esta empresa tapadera”. (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

## INTERPRETACIÓN

Los tratamientos de cortesía que se establecen con las palabras *señorita* o *señora* nos indican que una mujer es soltera o casada respectivamente, es decir, con su presentación se nos ofrece información de su estado civil. Es una forma de mostrarla a los demás excluyéndola de una identidad propia ya que la pierde al adquirirla en una relación de parentesco institucional con otra persona que, en una sociedad heteronormativa como la nuestra, se entiende que ha de ser un varón.

Sin embargo, en el caso del varón esta señal no es aplicada porque el vocablo *señor* no indica su estado civil, entre otras cosas, porque no se contrapone con el de *señorito* ya que este tiene otra connotación como es la de *hijo de papá*.

Es un tratamiento de la mujer que la nombra, designa y denomina como dependiente del varón, o de un varón que es su marido, lo que constituye una forma más de sexismo lingüístico porque la posiciona no junto a su lado sino en un nivel de inferioridad. Y esto sucede tanto en el plano de la realidad como en el discursivo.

Es una manera de representación del universo femenino que produce una desigualdad por razón de género que atribuye a la mujer un destino de mera relación con el varón, que es la que marca nuestra sociedad patriarcal y androcéntrica.

### 7.6.3.- Unidades fraseológicas: ¡Hombre!, ¡macho!, ¡madre mía!

En este apartado se incluyen las expresiones o unidades fraseológicas que se pronuncian en un contexto de conversación coloquial.

Son locuciones verbales que derivan de una tradición cultural consideradas fruto de la espontaneidad que, en el caso específico de este trabajo de investigación, son aquellas que están relacionadas con el género.

## AUDICIONES

En cuanto a la radio convencional se refiere hemos encontrado los siguientes discursos:

Ángel Expósito se dirige a su compañero Goyo González con la expresión “macho” para introducir su comentario acerca de las noticias que están contando. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

Expósito critica una noticia que cuenta que el entrenador del equipo de fútbol de Calahorra agrade al árbitro durante un partido, posteriormente critica esta actuación añadiendo sobre el árbitro: “Mira qué leche le ha pegado, *to macho*, y no le detienen”. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

Alfredo Menéndez entrevista al cantante y compositor Miguel Ángel Hernando. La conversación adquiere un carácter distendido porque el cantante está relatando asuntos de su vida privada. En un momento se oye que el presentador le apela diciéndole: “Macho...”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 15 de diciembre).

Un locutor se dirige a una oyente que participa telefónicamente diciéndole: “¡Hombre!”, aunque se trate de una mujer. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Uno de los locutores al comentar una situación grotesca y dantesca sobre los comentarios personales que realiza una oyente vía telefónica, exclama: “¡Madre del amor hermoso!”, entre risas. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Javi Nieves y Ángel Expósito comentan una entrevista realizada anteriormente a María Dolores de Cospedal. El primero le dice al segundo, sobre una cuestión planteada a la entrevistada: “Te iba a haber dicho lo mismo, macho”. El segundo sobre esta coincidencia le responde: “Me has cortado el rollo, macho”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

En la tertulia deportiva en la que participan exclusivamente 6 varones: Joseba Larrañaga, Paco González, Manolo Lama, Roberto Palomares, julio Pulido y Tomás

Guasch, se apelan constantemente entre ellos de una forma desenfadada pronunciando varias veces la palabra “macho”. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

Un tertuliano se dirige a Julia Otero y Raquel Martos, quienes comentan sobre las posibles candidaturas a la alcaldía de Madrid, interpeándolas: “¡Hombre! (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 28 de enero).

Jesús Gallego, sorprendido porque el futbolista Iker Casillas no consigue parar un gol, exclama: “Madre del amor hermoso, madre del amor hermoso. ¿Qué le ha pasado a Casillas?”. (SER, *Carrusel deportivo*, 8 de marzo).

En un corte de voz escuchamos a un médico dando consejos a la audiencia: “Podemos transformarnos en ser una persona..., ¡hombre!..., no en ser el Doctor Jekyll y Míster Hyde”. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 4 de julio).

Cristina López entrevista a María Daván acerca del encuentro entre Aznar y Rajoy en el Campus FAES quien opina: “Han estado en un despacho ellos dos hablando de..., de..., de..., y ¡hombre!... en los discursos han estado con..., con guante de seda”. (COPE, *Fin de semana*, 5 de julio).

Cristina López comenta la noticia de que en Japón existen: “Hoteles con habitaciones para que las mujeres lloren” con el colaborador Álvaro Bilbao y el corresponsal en extremo oriente Pablo Díez. López se sorprende mucho ante esta información y exclama: “¡Madre mía de mi vida y de mi corazón!”, y despide al corresponsal adoptando un perfil de madre ya que le dice en la despedida: “Que no te pase nada, hijo, tú sigue en lo tuyo”. (COPE, *Fin de semana*, 5 de julio).

Por su parte, en la radio especializada en mujeres escuchamos:

Una entrevista que le realiza una periodista a María López Herranz, presentada como *coach* profesional, que cuenta a la audiencia cómo gestionar las emociones negativas: “Ay, madre, que esto está aquí, que está viniendo...” cuando se refiere al momento en que aparece un problema de forma sorpresiva. (ONDA MUJER.COM, *Formación*. 17 de diciembre).



La terapeuta infantil Olga Marín es entrevistada por una periodista quien dice: "Pues, hombre..., [...]". (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 17 de febrero).

## INTERPRETACIÓN

Las expresiones que hemos escuchado no tienen una correspondencia análoga utilizadas con el otro género gramatical con el que se utilizan. Por ello poseen unas connotaciones aplicadas solamente a uno de ellos, el aplicado, lo que evidencian un tratamiento y representaciones de desigualdad.

Se trata de casos de sexismos lingüístico porque cuando un hombre pega a otro es porque actúa "To macho". La expresión *Madre del amor hermoso* no existe en su expresión masculina *Padre del amor hermoso*, porque la acción de amar se reserva exclusivamente a una madre, a una mujer, no a un padre. Y la interjección *¡Hombre!* Tan empleada como coletilla se utiliza, aunque quien la pronuncie sea una mujer hacia otra mujer.

### 7.7.- La estereotipación de género

La radio, como medio de comunicación de masas, elabora unos discursos mediante los cuales difunde una representación determinada de lo acontecido que, además, no escapa de su estereotipación. De esta forma, transmite una imagen convencional que está condicionada en gran manera por los prejuicios de valor que actúan tanto sobre los hechos como sobre las personas conformando con ellos su contenido de programación.

En este epígrafe se van a observar y analizar aquellas alocuciones en las que se actúa en este sentido, es decir, estereotipando la realidad que se muestra. Específicamente se realizará en lo referido a los clichés de género sobre las personas aludidas.

Para ello ha sido dividido en varias subcategorías, en aras del establecimiento de una ordenación más eficaz del contenido, que atienden a la siguiente clasificación:

- ✓ La consideración de la persona por su aspecto estético o imagen exterior.
- ✓ Las actividades de ocio con las que se relaciona a uno u otro género desde su estereotipación.
- ✓ Las representaciones discursivas que se establecen a través de la figura de la princesa y del futbolista.
- ✓ Las cualidades afectivas y de comportamiento social aplicadas a cada género a partir de los prejuicios de valor.
- ✓ Los objetivos que cada persona desea con respecto a su vida sexual y familiar.
- ✓ El uso de términos, desde su connotación, con los que se representan a las figuras sociales como son la suegra, la *churri* o la víbora.

#### 7.7.1.- Ellas, objetos sexuales e iconos estéticos

Como contenido de esta categoría se han incluido aquellas alocuciones en las que se establece una relación discursiva entre las personas aludidas y su imagen, aspecto exterior, estética o propiedades físicas.

#### AUDICIONES

En cuanto a la radio convencional podemos escuchar los siguientes discursos:

La corresponsal en París hace referencia a una noticia que aparece en un diario francés: “Este era además el titular de *Journal de Dimanche* tenía en su portada una foto enorme de una Angela Merkel sonriente y con esa figura algo más esbelta después de haber perdido 10 kilos, que es lo que ha conseguido a lo largo de todo este año. El 72% de los

franceses consultado por ese periódico tiene una buena opinión de la canciller, pero ojo, como persona”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 15 de diciembre).

El crítico de televisión Ferran Monegal comenta las apariciones de mujeres mediáticas en diferentes programas. Sobre el personaje *La Pechotes* y la cantante Edurne dice que van a: “Competir de escotes”, porque es una: “Guerra de Pechotes” entre las dos, de la primera añade que: “Edurne salió con un frontis sensacional” (2 veces). (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

En una cuña del cupón de la *ONCE* escuchamos cómo Patricia Conde pregunta: “Mira qué camisetas les he comprado por Navidad a las chicas de maquillaje. Son chulas, ¿eh?”. (COPE, *La mañana*, 18 de diciembre).

Durante la cuña publicitaria del blanqueante dental *Clisident* oímos que una voz femenina muy sensual dice: “Ponte guapa”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre) y (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 18 de diciembre).

Una oyente cuenta por teléfono que se sintió frustrada porque asistió a una cena de empresa a lo que no asistió un compañero que le gustaba aunque había adelgazado para tal evento: “Te buscas el modelito, el maquillaje, la peluquería y luego no va”. (RNE, *Las mañana de rne*, 19 de diciembre).

Sobre la noticia que cuenta que se han incautado juguetes peligrosos, Ramón García pregunta a su compañera Elena Grandal: “Tú cuando eras más pequeña, Elena, eh..., ¿jugabas a pintarte la cara, a maquillarte...?” a lo que ella contesta: “A maquillarme, no”, “A pintarme la cara, sí”, el primero afirma: “Que las niñas jugáis mucho a eso, con las cosas de las madres”. A continuación, para ilustrar el tema, García añade: “Vamos a escuchar a Mar Pérez que nos va a recomendar tener ojo con las pinturas. Si tenéis niñas que les gusta, que se pinten y tal, pues hay que tener cuidado con eso, con las pinturas, y también con los envoltorios de los juguetes”. (COPE, *La tarde*, 19 de diciembre).

El crítico Ferrán Monegal opina sobre la presentadora de televisión Mercedes Milá: “A mí quien me ha gustado mucho es Merceditas. El traje de gala que le han colocado” y a

continuación describe la ropa que llevaba puesta en un programa. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

La humorista Llum Barrera opina sobre Esperanza Aguirre: “Por eso es Esperanza Aguirre que lleva sus mechas y su *cardao*”. (SER, *A vivir que son dos días*, 4 de julio).

Si los anteriores eran discursos emitidos en la radio convencional, los siguientes se han difundido a través de la especializada:

Una periodista entrevista a Javier de Benito, médico de cirugía plástica y estética, ambos se dirigen a la audiencia femenina exclusivamente: “La paciente”. (ONDAMUJER.COM, *Belleza*, 18 de diciembre).

Una periodista realiza comentarios desenfadadamente como si estuviera en una reunión de amigas con Sandra Alonso y Mayte Robles acerca de unos productos de belleza, las tres se dirigen a la audiencia excluyendo a los varones: "Nuestras oyentes, las oyentes". (ONDAMUJER.COM, *Analizamos algunos cosméticos Avón*, 20 de diciembre).

Una periodista realiza un comentario sobre una aplicación que se utiliza para dejar de fumar y cuenta lo que se podría hacer con el dinero ahorrado por ello: "Comprar una cámara de fotos, dar una vuelta por el mundo, sacarte el carné de conducir, hacerte una operación de estética, hacer un viaje en globo, un montón de cosas, vamos". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 8 de enero).

Una periodista cuenta al principio y a modo de introducción de este espacio: "Boda, bautizo o comunión. Pero también alfombra roja porque hay muchos eventos, muchas cenas y mucha fiesta a la que nos gusta ir, pues muy mona, muy arregladas..., muy..., pues, como tenemos que ir, pues con nuestros tacones y con el mejor look que se nos ocurra". Se dirige en todo momento a la audiencia femenina para realizar comentarios acerca de una empresa que alquila ropa para mujeres exclusivamente, en ningún momento se refiere a los varones. (ONDAMUJER.COM, *Moda*, 28 de enero).

La presentadora de este espacio pregunta a las oyentes de manera retórica: "Que levante la mano, de las que estáis ahí escuchando, quién recuerda la última vez que se depiló las

dos piernas a la vez. Pues eso. Y esto de olvidarnos de nosotras mismas descuidarnos y no ser ni la sombra de lo que éramos no es el camino ni la solución para arañar minutos al día ¿no creéis?". Posteriormente añade que: "Se pierde la identidad como mujer" cuando no se tiene tiempo para una misma. (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 17 de febrero).

Durante la entrevista a Elizabeth Quesada autora del blog *Agárrate que vienen curvas* ella se dirige a la audiencia en femenino al utilizar los siguientes términos que tienen género gramatical femenino: "Las que", "Las lectoras", "Las consumidoras" cuando explica lo que ella denomina movimiento *curvi* que se refiere a aquellas personas que tienen sobrepeso pero que no están preocupadas por ello. Además, el entrevistador le pregunta: "¿Tú te has puesto a dieta alguna vez?", a lo que ella contesta afirmativamente y otra entrevistadora contesta: "¡Uy!, como todas, seguro", todos se ríen y la entrevistada dice: "Claro", y acaba afirmando que no se cree que ninguna mujer haya estado nunca a dieta. (ONDAMUJER.COM, *Sin bragas y a lo loco*, 14 de abril).

En este espacio se entrevista a la presentadora de televisión Tania Yasera. Ninguna de las preguntas gira en torno a su labor profesional, todas son referentes a su físico sobre el que ella afirma: "Me sigo sintiendo atractiva" aunque ella misma afirme que no tiene un físico como el de los referentes publicitarios y televisivos, y aunque no sea perfecta porque también tiene problemas. (ONDAMUJER.COM, *Sin bragas y a lo loco*, 14 de abril).

Para ilustrar una sección de belleza se radia la banda de audio de un spot publicitario de la marca de jabón *Dove* en que la escuchamos una voz de mujer que afirma: "¿Lo que me hace sentir feliz? Estar a gusto con mi cuerpo, tocar mi piel y sentirla suave e hidratada". (ONDAMUJER.COM, *Sin bragas y a lo loco*, 14 de abril).

Durante una entrevista a Ana Pizarro, autora de un blog para mujeres que buscan ropa de tallas grandes, la periodista afirma: "Yo creo que la vida es más fácil para las delgadas. Yo creo que sí, ¿o no?", a lo que la entrevistada dice: "Os voy a decir una cosa. Me voy a dejar de hipocresías. Es muy cierto", la primera lo corrobora: "Totalmente". (ONDAMUJER.COM, *Sin bragas y a lo loco*, 14 de abril).

## INTERPRETACIÓN

La relación de los discursos que se han emitido en la radio convencional se inicia con una crónica sobre asuntos políticos. En ella escuchamos que Angela Merkel es considerada de forma explícita por el valor estético de su imagen. Esto supone un análisis periodístico por parte de la corresponsal que lo realiza muy alejado del que debería haberse elaborado, es decir, conformado sobre la gestión profesional de la presidenta alemana.

Por otra parte, el crítico de televisión Ferrán Monegal denomina “Guerra de pechotes” a las intervenciones en diferentes programas de dos mujeres conocidas popularmente a las que describe minuciosamente detallando el tamaño de sus senos. Todo ello ofrecido como las conclusiones del análisis del medio que realiza este comentarista. Él mismo describe, en otro discurso, la ropa con la que se aparece la presentadora de televisión Mercedes Milá en su programa sin que dé más cuenta de la labor profesional de esta.

También encontramos que las cuñas publicitarias específicas que anuncian productos de belleza se dirigen de forma explícita a la audiencia femenina. Una consideración que es observada porque en ellas se apela a las mujeres utilizando para ello el adjetivo *guapa* que es un vocablo que posee género gramatical femenino. Con ello se excluye a los varones considerando de esta forma que ellos no han de *ponerse guapos*, es decir, elevando la capacidad de atracción estética a una cualidad propia de ellas. Si se hubiera querido hacer referencia a todos, mujeres y varones, se debería haber utilizado el masculino genérico, es decir el vocablo *guapo*. Además, al utilizar el verbo *ponerse* en su modo imperativo la posibilidad se convierte en una imposición de forma categórica “Ponte guapa”. De esta forma interpretamos que dicha exigencia se dirige de forma exclusiva a una mujer.

De igual manera sucede en el relato de otra cuña publicitaria. Es en la que aparece Patricia Conde, una presentadora de televisión muy conocida popularmente, quien piensa que el mejor regalo que se le puede hacer a una mujer es una camiseta, es decir, ropa.

Acontece que el presentador Ramón García piensa de forma insistente, y así lo dice, que su compañera periodista Elena Grandal ha de tener un especial gusto por el maquillaje. Esto se produce en el mismo discurso en el que ella niega esta posibilidad. Sin embargo, él insiste en considerar y vehicular de manera innata y natural la condición de su compañera, que pertenece a la categoría *mujer*, con la de poseer un gusto por el maquillaje. Él insiste en su posición.

También escuchamos que la presidenta del Partido Popular en Madrid es referenciada por una humorista, como parte del contenido de un discurso, con alusiones a su peinado, es decir, alejada de cualquier consideración profesional.

Por su parte, en lo que respecta a la radio especializada dirigida a las mujeres también escuchamos discursos en este sentido.

Como el que pronuncia un cirujano plástico que al realizar comentarios sobre su trabajo profesional se refiere de forma constante a "La paciente", es decir, a la mujer. No utiliza *el paciente* como debería ser haciendo uso del masculino genérico.

Los siguientes casos pertenecen a esta misma plataforma radiofónica. En ellos son locutoras las que se dirigen a "Las oyentes", es decir, apelando con ello a las mujeres y excluyendo a los posibles oyentes que hubiera:

Cuando se comenta que en la vida normal de una mujer hay que incluir actividades como "Hacerte una operación de estética", es decir, que de forma natural toda mujer ha de entrar en un quirófano para estar más atractiva.

También oímos que una locutora cuenta en primera persona que a las mujeres: "Nos gusta ir, pues muy mona, muy arregladas..., muy..., pues, como tenemos que ir, pues con nuestros tacones y con el mejor look que se nos ocurra". Con este discurso se establece una relación entre el universo femenino y la necesidad obligatoria de preocuparse por su aspecto físico. Además, sin posibilitar otra opción.

Escuchamos que la depilación es cosa de mujeres, no de varones, porque si una descuida su estética: "Se pierde la identidad como mujer". Si se hubiera querido incluir

a los varones en esta categoría discursiva dedicada a la estética se podría haber afirmado que la depilación es parte de la identidad de una persona, es decir, sin aludir al género femenino específicamente.

Entendemos que la autora del blog *Agárrate que vienen curvas* se dirige a la audiencia exclusivamente femenina porque utiliza expresiones como son "Las que", "Las lectoras" y "Las consumidoras". Es una forma más de excluir a los varones de comentarios que refieren al sobre peso en lo que, además, ella misma denomina como *movimiento curvi*.

Se realiza una entrevista a la presentadora de televisión Tania Yaserá que excluye preguntas y comentarios sobre su actividad profesional porque versa exclusivamente sobre asuntos estéticos y físicos.

También en la radio especializada, como sucedía en la de formato convencional, escuchamos una voz de mujer en una cuña del jabón *Dove*, que afirma que lo que le hace feliz es: "Estar a gusto con mi cuerpo, tocar mi piel y sentirla suave e hidratada". Es esta una valoración de la mujer aplicada a su aspecto estético y su capacidad de atracción, muy alejada del desarrollo discursivo de las cualidades intelectuales o profesionales.

Hemos de añadir que todos estos discursos sobre asuntos estéticos o físicos se dirigen, apelan o representan sobre el universo femenino de manera exclusiva porque no se han escuchado ninguno que referencie a los varones.

#### 7.7.2.- La decoración, la moda y las muñecas, para ellas. El bricolaje y la automoción, para ellos

En este valor se han incluido aquellos mensajes cuyo contenido hacen referencia al tiempo libre, por un lado, y a las ocupaciones laborales, por otro, y la vinculación que se establece entre ellos con las personas que los ejecutan según sea su género, todo ello observado desde los patrones que la estereotipación discursiva establece.



## AUDICIONES

Con respecto a la radio convencional:

En esta cuña de *SEAT León* se escucha a una niña muy pequeña que se encuentra en el interior de un automóvil reclamando la atención de su padre diciéndole insistentemente: “Papá, mira, papá, mira, papá, mira papá..., papá, ¿me estás mirando?”. Al final, una voz de varón pronuncia el modelo del coche que anuncia y añade: “Con la última tecnología en seguridad y con todo lo que un padre necesita”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 15 de diciembre) y (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

Durante esta mención publicitaria de *El Corte Inglés* Ramón García señala que a veces no se sabe cómo acertar con la compra de un regalo: “Oye, que mi mujer, la talla...”, “Mi marido, es un poco ceporro, le quiero cambiar un poco la ropa, ¿qué le podríamos comprar?”. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

En una tertulia con tono desenfadado, Javi Nieves, un locutor que es presentado como Fernández y una locutora, comentan situaciones cotidianas de las que es difícil escapar, dicen: “Son más difíciles de fugarse que el propio Alcatraz”. Así, Fernández plantea el momento en el que una mujer le pregunta a su marido o a su novio: “¿Qué tal me queda este vestido?”, a lo que él mismo contesta: “Si le dices mal estás muerto, si le dices bien, mal, porque le estás mintiendo”, Javi Nieves que dice que “Ahí hay que ser muy rápido”, afirma que lo que hay que responder es: “Estupendo, si tú no necesitas ponerte nada”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

En esta cuña de *Coca-Cola* una voz femenina contextualiza el relato que se va a desarrollar en el transcurso de la misma diciendo que se trata de la situación en la que una amiga llama a otra “Un día cualquiera”, a continuación, se escucha a una mujer que dice: “Te llamo porque sé que el jersey de ochos que te hice el año pasado no te gusta nada, pero te lo pones porque sabes que me hace ilusión. Muchas gracias, Paloma. Eso sólo lo hace una amiga”. Otra voz femenina le responde: “Anda, pero si sí que me gusta..., mujer...”. Finalmente se escucha una voz femenina a modo de conclusión: “Bueno, por ti lo que sea. ¡Qué fácil es sorprender con un pequeño gesto!”. (SER, *Hora 14*, 16 de diciembre) y (SER, *Hoy por hoy*, 17 de diciembre).

Durante esta tertulia se comenta el reportaje aparecido en la revista *Nature* que cuenta que: “Los varones de *homo sapiens* que se sabían manejar mejor en su entorno eran mejores candidatos a la hora de encontrar parejas. Las hembras preferían a los machos que conocían hacia qué dirección estaba la comida o los peligros y sabían recorrer mejor el territorio”. Sobre ello uno de los tertulianos afirma que el gran poder del *homo sapiens* le servía para: “Era la orientación para irse por ahí...je, je...de picos pardos”, a lo que otro dice: “Los machos también aprovechaban esta circunstancia, este sentido de la orientación para tener, digamos que, una amante en cada puerto” y añade: “Más hembras podían fecundar y más probabilidades de conservar su linaje. Así que, bueno, la orientación y no la fuerza fue lo que sirvió al *homo sapiens* para procrear”. Una de las tertulianas añade: “La estrategia está en esa natural para saber dominar la situación. Qué fáciles somos”. Posteriormente a estos comentarios Julia Otero lee algunos mensajes enviados por la audiencia sobre este asunto, uno de Mikel dice que la buena orientación les servía para: “Era la gana de distintas hembras la que originaba esa agudeza de la orientación y no al revés”, a lo que la propia Julia Otero afirma: “Sí, sí, puede ser”. (OC, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

En esta cuña de *Talleres Norauto* se oye la voz de un varón: “Soy Luis. Llevo 15 años como mecánico en Norauto”. Y a continuación aconseja acudir a este taller. (SER, *Hoy por hoy*, 17 de diciembre).

José Antonio García, sobre la *Fashion Week Mercedes Benz* en Madrid dice: “Los hombres somos más desastres que las mujeres, un poco de jaos en general, eso es así”. (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

En este espacio se solicita a la audiencia que participe opinando sobre el tema *Qué hacer para fortalecer su relación de pareja*, recalando que en los comentarios que se viertan que no se incluya el sexo. Para contextualizarlo el presentador expone los resultados de un estudio que se ha realizado sobre las relaciones de pareja en el que se cuenta que: “Los hombres aficionados al bricolaje son más serviciales, protectores y detallistas que el resto, será por eso que el 45% de las mujeres los consideran más atractivos”. (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

Durante esta mención publicitaria que realiza Cristina López de *El Corte Inglés* le dice al colaborador Álvaro Bilbao, a quien tiene junto a ella en el estudio, que a los hombres: “Lo que os gusta es tener un fondo de armario más o menos estándar, ¿no? Así como..., como no cambiar mucho”, a lo que él contesta: “Pues sí”, ella añade: “Las rebajas de *El Corte Inglés* se centran también en los hombres, en los deportes, en la cultura”. (COPE, *Fin de semana*, 5 de julio).

En esta cuña de *El Corte Inglés* escuchamos una voz masculina de tonalidad muy grave: “¿Sabes qué verano te mereces?, ¡María!”. A continuación, se escucha la voz de una mujer muy joven quien exclama: “Tienes sal en los labios y en los pies. Esas sandalias que son ¡*Oh, my god!*”, mientras se escucha una canción cuya letra dice: “Te lo mereces...”. Al final otra voz masculina anuncia: “Te mereces unas rebajas como estas. ¡Y lo sabes!”. (SER, *Hora 14 fin de semana*, 5 de julio).

José Antonio García entrevista a Magda Plá que es propietaria de un taller en el que se reparan muñecas. Durante todo el tiempo ambos se refieren a las clientas (en femenino) de esta tienda. La entrevistada cuenta que: “La persona o la madre que tiene el muñeco estropeado lo trae para arreglar” y añade: “A veces le compran una muñeca en un todo a cien, pero la niña le toma tanto cariño”. García pronuncia las siguientes frases: “Una muñeca para una niña”, “Si entra una niña que llora mucho, mucho, mucho a rabiarse, entra primera”, a lo que la entrevistada añade: “Porque la niña no pueda aquella noche dormir sin el muñeco”. La entrevistada cuenta una anécdota que se le plantea a menudo: “Si me viene una yaya que yo veo que viene con la hija, y la hija se resiste a pagarle la reparación de su muñeca, pues, el precio no va en el resguardo” porque: “A la mujer le hago feliz”. (RNE, *Esto me suena*, 8 de enero).

Por su parte, en la radio especializada encontramos las siguientes audiciones:

Una periodista comenta informalmente con una invitada sobre decoración navideña. (ONDAMUJER.COM, *Decoración*, 15 de diciembre).

Una periodista entrevista a María Velasco sobre moda y alta costura. Ambas se dirigen constantemente a la audiencia en femenino. La entrevistada hace referencia a una tienda

nueva que han abierto en Madrid: "Yo ya soy feliz. Yo ya soy feliz con esa tienda". (ONDAMUJER.COM, *Moda*, 16 de diciembre).

Durante la siguiente cuña publicitaria de un taller mecánico podemos escuchar la conversación que tienen dos varones en la que uno le dice al otro que tiene problemas con su vehículo y que no puede prescindir de él por razones laborales, a lo que el otro le contesta que lo lleve a este taller porque es de confianza. (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 17 de DICIEMBRE).

## INTERPRETACIÓN

Se ha podido escuchar en los audios pertenecientes a esta categoría discursiva que el mundo que gira en torno a la confección de ropa, modelaje y decoración es propio y pertenece a las mujeres.

Todo esto sucede hasta tal punto que las cuñas publicitarias en las que se anuncian prendas para vestir van dirigidas exclusivamente a ellas, además de forma directa. Sin embargo, este es un terreno en el que los varones no tienen un lugar, es privativo de ellas, porque los maridos son unos desastres al respecto como escuchamos en RNE en el contexto de una información sobre la *Fashion Week Mercedes Benz* de Madrid.

Incluso ellos son denominados como ceperros, ya que no saben elegir la ropa que ponerse mientras que sus esposas son expertas conocedoras en esta actividad como afirma el presentador Ramón García durante una publicidad de *El Corte Inglés*. En otra cuña de estos mismos almacenes escuchamos que son las mujeres las que se merecen las rebajas de verano: "Te mereces unas rebajas como estas. ¡Y lo sabes!". Sin embargo en otra mención de este mismo comercio se afirma que las rebajas también se centran en los varones porque incluyen artículos de deporte y cultura. Durante esta misma también se afirma que el fondo de armario de un varón es estándar porque no es propio de ellos que quieran cambiar de ropa, es decir, que no es sofisticado sino simple. Con estos discursos se establece una relación entre dos valores. Por un lado el varón y el deporte (acción) y la intelectualidad (cultura), y por el otro la mujer y la vestimenta (estética) y su capacidad de atracción (pasividad).

Al respecto encontramos que en *ondamujer* se realiza la representación de una mujer profesional del ámbito de la costura que nos cuenta que es feliz porque ya tiene su propia tienda.

También en otra cuña, en este caso de *Coca-Cola*, escuchamos que es una mujer la que se encarga de tejer un jersey para una amiga. Esta es su función. Además, la primera se representa muy preocupada porque la segunda lo utilice, es decir, por sentirse útil y realizada con su labor.

De igual forma sucede en los comentarios que vierten tres locutores sobre el rol de las mujeres que las representa con el deseo supremo que tienen, que llega a alcanzar la categoría de anhelo, en la elección de la ropa que han de vestir para aparecer públicamente de forma atractiva. Se produce durante una tertulia en la COPE que se desarrolla en un ambiente distendido contextualizándola así como si fuera una conversación desenfadada entre tres amigos, o amigotes, que hablan sobre sus parejas, por ejemplo, en la barra de un bar.

También hemos escuchado que las muñecas, no los muñecos, son juguetes propios del género femenino. Esto se detecta porque durante una entrevista a una mujer que las repara tanto ella como el entrevistador así lo expresan: "La madre que tiene el muñeco estropeado lo trae para arreglar", "A veces le compran una muñeca en un todo a cien, pero la niña le toma tanto cariño", "Una muñeca para una niña", "Si entra una niña que llora mucho, mucho, mucho a rabiarse, entra primera", "Porque la niña no pueda aquella noche dormir sin el muñeco". La reparadora de muñecas llega a afirmar que: "Si me viene una yaya que yo veo que viene con la hija, y la hija se resiste a pagarle la reparación de su muñeca, pues, el precio no va en el resguardo" porque: "A la mujer le hago feliz". Todos estos discursos establecen una relación entre las mujeres, de diferentes edades y parentesco, y la necesidad que tienen de desarrollar su instinto maternal mediante el juego con muñecas. En ningún caso se habla de muñecos, en masculino, o de otro tipo de juguetes.

Por otra parte, el mundo de la automoción pertenece al universo masculino porque son los varones quienes conducen y quienes se encargan del mantenimiento de su automóvil. En este sentido encontramos la cuña del *SEAT León* en la que aparece una

niña, género femenino, que se encuentra en el interior de un coche y se dirige a su padre, varón, que es quien lo conduce. Esta misma publicidad termina con el *voice over* pronunciado por una voz masculina quien afirma: “Con la última tecnología en seguridad y con todo lo que un padre necesita”. También en este mismo sentido es un varón el que aparece en la cuña de unos talleres de automoción presentándose a la audiencia como mecánico. Y también encontramos la conversación entre dos varones en ondaarcoiris que versa sobre la recomendación que le ofrece uno al otro sobre un taller determinado.

Por su parte, también encontramos una conversación entre dos mujeres en un espacio de la plataforma ondamujer que se realiza sobre la decoración navideña. Así se deduce que mientras la automoción es propiedad del varón la decoración lo es de la mujer. La primera es una actividad que se considera necesaria en el desenvolvimiento de la vida diaria, gracias a los coches nos movemos, actuamos y podemos llegar más lejos. No se entiende el mundo actual sin ellos. La segunda es puro ornamento por lo que, como tal, es prescindible ya que no cuenta con ningún tipo de utilidad. La primera muestra acción y la segunda pasión.

Así ocurre también con el bricolaje. Esta se muestra en el discurso analizado como una acción propia de los varones que además, según nos cuentan: “Los hombres aficionados al bricolaje son más serviciales, protectores y detallistas que el resto y por eso, el 45% de las mujeres los consideran más atractivos”.

### 7.7.3.- Las princesitas y los futbolistas

En esta categoría se van a describir aquellas alocuciones en las que se establece una estereotipación de género utilizando para ello dos figuras muy utilizadas en la representación discursiva en diferentes niveles y ámbitos.

Nos referimos a los clichés referentes al universo de las princesas, por un lado, y al del fútbol o futbolistas, por el otro.

## AUDICIONES

En la conexión telefónica que establece Ramón García con un periodista se oyen voces infantiles de fondo, a lo que este pregunta: “¿Cómo se llama esa princesa que tienes ahí?”. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

Un tertuliano afirma: “Estoy encantado con la princesita que va a tener” en referencia a una compañera del programa que está embarazada. (OC, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

Pepa Fernández reconoce que no conoce a ciertos futbolistas que se nombran en este espacio: “Es que para los que no estamos metidos ahí, ¿de qué me suenan a mí?, ¡ah!, son porteros de fútbol”. (RNE, *No es un día cualquiera*, 20 de diciembre).

En una tertulia desenfadada se comentan cuáles son los temas más buscados en internet a lo que el humorista Cansado dice: “Siempre es lo mismo, [...]. Televisión, fútbol y chicas”. (SER, *A vivir que son dos días*, 20 de diciembre).

Javier del Pino plantea a sus tertulianos de qué se hablará en una reunión en la que participan varios varones de relevancia política y social, a lo que Llum Barrera responde: “De fútbol, ¿o lo dudáis?”. (SER, *A vivir que son dos días*, 4 de julio)

## INTERPRETACIÓN

En los audios que hemos escuchado se utiliza la estereotipación de género vinculándola con dos tipos de representación muy manidas desde su concepción social. Son dos modelos que se encuentran muy alejados entre sí y a los que se les otorgan cualidades y propiedades contrarias. Son los que se refieren a la correspondencia que queda establecida por una parte entre la mujer y el mundo idealizado de las princesas, y por la otra entre el varón y el fútbol.

Por ello es la primera quien queda posicionada en la subordinación y en el universo de la emotividad y sensibilidad. El segundo es el que ejerce una actividad, el fútbol, para la

que se necesita fuerza, constancia, energía y valor. Y por la que, además, se obtiene un reconocimiento popular y recursos económicos.

De esta forma, tanto en COPE como en Onda Cero se realizan ambos discursos en los que oímos que una niña es denominada como princesa. De acuerdo a esta acción discursiva se entiende que toda mujer en sus primeros años de vida ha de alcanzar un objetivo, o al menos intentarlo, por el simple hecho de pertenecer al género femenino. Es la de actuar como una princesa, que queda convertida en la consecuencia de dicho género.

Así, se realiza una vinculación directa entre una categoría, una niña, y un tipo de comportamiento, el de una princesa. Todo ello sin ofrecer alguna otra posibilidad u opción porque no tenemos más información sobre las niñas a las que hacen referencia los discursos analizados.

*Una niña debe ser y debe sentirse como una princesa. Este es el objetivo de su vida.*

Por otra parte, escuchamos en varios discursos que versan sobre el fútbol, un deporte que está estrechamente relacionado con la acción y el reconocimiento público, que se relaciona directamente con los varones excluyendo de esta forma a las mujeres de él. Así, Pepa Fernández en RNE reconoce que no tiene los conocimientos sobre este deporte sin ningún pudor, aunque sea muy conocido. ¿Admitiría que no conoce el nombre de un político o de un personaje del ámbito intelectual?, ¿reconocería un locutor que no sabe el nombre de futbolistas populares?

También en la SER, en este sentido, escuchamos cómo se realiza una suposición. Es la que mantiene que la conversación que se produce entre varones ha de versar obligatoriamente sobre el fútbol. De esta manera también se realiza una vinculación discursiva que pertenece al orden natural o biológico, como en el caso de las princesas pero de orden contrario, entre el varón y el fútbol.

*Lo natural es que la conversación que se produce entre hombres sea sobre asuntos del fútbol. Pertenece a su biología.*



De esta forma, se nos ofrece una representación de los géneros ubicándolos en posiciones diferenciadas asimétricamente en el que el femenino se encuentra en sumisión con respecto al masculino.

Esto sucede porque la princesa es una persona que no actúa, es decir, que carece de la posibilidad de la acción por lo que permanece inmóvil, es sumisa porque depende de otro cargo superior, y su único poder reside en una valoración ornamental y estética.

En el extremo contrario de las consideraciones sociales se sitúa el futbolista. Este ejecuta una acción, la propia de la deportiva, lo que le convierte en un sujeto activo, es independiente ya que incluso obtendrá una remuneración por ello y su poder reside en la fuerza física.

A la primera se vincula con características relacionadas con la dependencia, afectividad y conformismo, mientras que al segundo con la acción, el coraje, la valentía y el poder.

Según estos a la mujer le corresponde un modelo de actuación que es el propio de una princesa, o princesita, con la que queda representada a través de unas formas de comportamiento cuyas únicas referencias son las de los cuentos infantiles, si buscamos en la tradición, o las de las informaciones denominadas como *de color rosa* si indagamos en los medios de comunicación actuales. Incluso existe un género especializado en estos asuntos, la conocida como la prensa del corazón.

Son exclusivamente las mujeres quienes actúan como princesas. Una figura que en la mayoría de ocasiones es colocada en un acto institucional como un simple objeto de ornamento de quien se va a comentar su forma de moverse o el tipo de ropa que viste. Quienes, según el imaginario colectivo, poseen unas propiedades que no alcanzan a convertirse en categoría de profesionalidad en cuanto a que la labor de una princesa no es reconocida ni remunerada por sí misma sino en función de otra persona de quien depende. No es una forma independiente de ganarse la vida ya que se subordina a la de un varón que, o bien es su marido príncipe, o bien es su padre rey. Ni siquiera el término princesa llega a alcanzar la categoría de reina, es decir, de quien es poseedora de un reinado.

Por otro lado, el varón es representado con el universo del fútbol en el que sí se ejerce una actividad con la que se puede alcanzar una categoría profesional remunerada y con un gran reconocimiento social y público. Es una labor que no tiene relación con las características estéticas de quien la ejerce, pero sí con otras que están relacionadas con el valor y sobre todo con la acción.

#### 7.7.4.- Ellas son encantadoras, preciosas, chismosas y compradoras compulsivas

Relatamos a continuación aquellos otros estereotipos que relaciona a cada uno de los géneros con un comportamiento determinado que es el aceptado socialmente.

#### AUDICIONES

Las audiciones correspondientes a la radio convencional son las siguientes:

Un tertuliano opina sobre la ministra de trabajo Fátima Báñez con la que coincidió en una reunión: “Estuvo encantadora como siempre”. (COPE, *La linterna*, 17 de diciembre).

Durante la entrevista que José Antonio García realiza a Javier Ikaz y Jorge Díaz como autores de los libros *Yo fui a EGB* y *Yo fui a EGB 2* en los que se describe cómo era la vida estudiantil de la educación básica desde 1.970 a 1.995, oímos que las niñas preferían escuchar un estilo musical diferente a los niños y que mientras ellas tenían colgados en sus habitaciones pósters de *Los Pecos*, *Los Hombres G* o Eros Ramazzoti, a los que se refieren como música ñoña, ellos preferían a grupos de heavy metal como *AC/DC* o de series de TV como *El Equipo A* ya que: “Había grupos que gustaban a las chicas que eran muy odiados por los tíos”. (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

Ramón García ese refiere a la cantante Malú: “Es una preciosidad de chavala”. (COPE, *La tarde*, 8 de enero).

Los discursos difundidos a través de la radio especializada son:

Una periodista entrevista a la psicóloga Neus Calleja sobre las compras compulsivas en Navidad quien afirma que: "Nos pueden afectar a todos y evidentemente a unas más que a otros". (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 15 de diciembre).

En este espacio un varón y una mujer entrevistan a la presentadora de televisión Tania Yasera quien comenta: "Las mujeres a veces somos lo peor [...]. Esas reuniones de amigas, que no te quieres ir la primera porque sabes que te van a despellejar", a lo que la periodista corrobora: "¡Efectivamente!" y se ríe, y el periodista añade: "Que te van a pitar los oídos en el camino a casa". (ONDAMUJER.COM, *Sin bragas y a lo loco*, 14 de abril).

## INTERPRETACIÓN

En estos discursos hemos escuchado que como análisis concluyente de la gestión de una ministra se dice de ella que es encantadora, o de una cantante mediática que es una preciosidad porque tiene un comportamiento sosegado y amigable.

También que mientras a ellos se les relaciona con la música de género heavy-metal (pesado, histriónico e incluso violento porque sus cantantes gritan y rompen sus instrumentos musicales en público), a ellas con la música melancólica (que en muchas ocasiones es considerada con connotaciones de ñoñería o carente de sentido). En este mismo discurso se realiza una segregación del comportamiento de los géneros. Ambos quedan marcados y diferenciados sin que exista la posibilidad de un intercambio y son presentados en una relación de binomio porque: "Los grupos que gustaban a las chicas eran muy odiados por los tíos".

También escuchamos que las mujeres son chismosas por naturaleza porque se dedican a criticar a sus amigas, según reconoce una propia mujer. También son ellas quienes compran de forma compulsiva, es decir, que lo hacen sin controlar sus impulsos. En este caso se relacionan dos comportamientos sociales con los propios de la forma de actuación de uno de los géneros, el femenino, a los que se les otorgan carta biológica porque son esgrimidos como los particulares dentro de un orden lógico de actuación.

Interpretamos que todos estos casos se corresponden con el uso de estereotipos de género de forma excluyente que coloca a la mujer en una posición, y por ello la representa en un contexto determinado, que es el de los gustos por la melancolía y el romanticismo. Es ella, además, quien compra sin medida, es chismosa y es encantadora en su comportamiento.

#### 7.7.5.- Ellos tienen varias novias, el objetivo de ellas es el casamiento

En este valor hemos incluido aquellos estereotipos que relacionan a cada género con el papel que ejercen en referencia a la actividad sexual y también a la familiar.

#### AUDICIONES

José Ramón de la Morena, durante una entrevista al futbolista Dani García le pregunta si se va a casar pronto porque está ganando mucho dinero como futbolista: “Tu novia, Dani, tu novia empezará a decirte *Dani, a mí me gustaría que me pusieras en la Seguridad Social, ¿no?*”. El futbolista contesta: “A mi novia le gusta ganarse el dinero por sí sola”. De la Morena: “Ya, ya... Pero, bueno, pero te dirá *yo quiero hacer una boda ya, como Dios manda y con un cura y todas esas cosas, ¿no?*”. (SER, *El larguero*, 15 de diciembre).

El crítico musical Martín Llade dice que el cantante Luis Mariano: “Le llaman el novio de todas las francesas” e ilustra su sección con una canción del mismo cuya letra es: “Valencia, tus mujeres todas tienen de las rosas el color”, “Tus hembras ponen alma y ponen vida en un verso de pasión”. Tanto la presentadora de este espacio Pepa Fernández como Martín Llade dicen que les gusta mucho la canción. (RNE, *No es un día cualquiera*, 21 de diciembre).

Durante la entrevista a Ángela Martín, investigadora privada, le preguntan si investiga infidelidades en la pareja, a lo que contesta: “Básicamente yo creo que incluso, antes pues..., bueno siempre los hombres han sido como [...], cuantas más mujeres podemos tener mejor”, los tertulianos se ríen y ella continúa diciendo: “Aunque tengas una mujer fija pues..., necesitas vida”. (SER, *A vivir que son dos días*, 4 de julio).

Durante la entrevista que realiza Pepa Fernández a Javier Moro, autor de la novela *A flor de piel. La aventura de salvar al mundo* que cuenta una expedición filantrópica que envió una corbeta con veintidós niños huérfanos inoculados con la recién descubierta vacuna de la viruela desde España a los territorios de Ultramar, ella dice que le ha llamado la atención sobre el personaje Isabel que: "Hay un momento en el que dice *tengo 24 años, ya soy una solterona. ¿A los 24 años ya definitivamente se era una solterona?*" a lo que el entrevistado contesta: "Se era una solterona, y eso ya era encima un estigma social y encima tienes un hijo natural" en alusión a que esta enfermera era madre soltera, y a continuación explica que por ello tuvo que conseguir la espontánea con la que se conseguía la integración en la comunidad y se evitaban vejaciones e insultos al simular que su hijo fue producto del engaño de un soldado y no de la lujuria. (RNE, *No es un día cualquiera*, 4 de julio).

Cristina López entrevista a Lisa Lovatt-Smith escritora de *Mañana quién sabe* de la que anuncia que se trasladó desde una vida cómoda en occidente a África: "Tras su segunda boda acoge una niña de origen argelino", y añade: "Allí ha vivido experiencias increíbles, entre otras cosas, se ha vuelto a casar dos veces con hombres africanos". (COPE, *Fin de semana*, 8 de marzo).

## INTERPRETACIÓN

En el espacio *El larguero* de la SER escuchamos que su director José Ramón de la Morena le comenta al futbolista Dani García: "Tu novia, Dani, tu novia empezará a decirte Dani, a mí me gustaría que me pusieras en la Seguridad Social, ¿no?". Esta es una forma de reconocer, sin llegar a saberlo con certeza, que esta mujer no es independiente, que no trabaja, y que por ello quiere casarse para depender económicamente de su marido. Una circunstancia en la que el periodista insiste después de que el propio deportista haya reconocido que su novia es independiente. Además, el primero también opina que es ella la que desea casarse y formar una familia sin preguntarle a él, a quien está realizando la entrevista, si es él el que lo desea, o no, es decir, que deduce que él se siente obligado a realizar una boda *como Dios manda*.

En este orden de cosas entendemos que el casamiento se muestra como una experiencia increíble para una mujer y como un objetivo que ha de alcanzar con el que conseguir su

realización como persona. Es la referencia que se realiza en COPE al respecto de biografía de la escritora Lisa Lovatt-Smith.

Es el casamiento lo que se muestra como el anhelo que desea conseguir cualquier mujer, no cualquier varón. En este sentido también escuchamos que, según Pepa Fernández en RNE nos cuenta que ha leído en la novela *A flor de piel. La aventura de salvar al mundo* que el personaje Isabel explica que: “*Tengo 24 años, ya soy una solterona*”. Ante esta circunstancia la periodista pregunta si esta circunstancia se producía de esta manera encontrando la respuesta que lo corrobora en el autor de dicho libro.

También escuchamos que una investigadora privada, una mujer, considera que los hombres pueden tener varias mujeres, un comentario que no sorprende a los tertulianos que se encuentran en el mismo espacio en el que ella participa sino que lo reciben con risas. En este mismo sentido escuchamos que al cantante Luis Mariano le llamaban el novio de las francesas, es decir, de varias mujeres.

De estos discursos que han sido incluidos en la categoría de la actividad sexual desde una perspectiva de género interpretamos que al varón se le presupone con una actividad sexual prolífica alejada de cualquier atisbo de afectividad. Además, se espera de él que posea varias mujeres, es decir, que sean de su propiedad. Por el contrario, a las mujeres se les otorgan valores relacionados con la seguridad emocional cuyo objetivo final es el de la formación de una familia estable, es decir, el casamiento institucionalizado.

Ellos son tan seguros de sí mismos que pueden tener varias novias. Ellas tienen como objetivo en la vida emparentarse con un varón, casarse con él, ya que si esto no acontece son consideradas como solteronas o fracasadas.

#### 7.7.6.- La suegra, la maruja, la viborilla y *la churri*

El lenguaje está lleno de frases hechas, chascarrillos, chistes y refranes que hacen referencia al género.

Nos referimos a aquellos que citan, muchas veces con sesgos de jocosidad, a figuras familiares como es la de la suegra. También a las denominaciones conocidas como

maruja o víbora con las que se describen unos perfiles de comportamiento y actitudes muy determinados en el contexto del uso de un lenguaje coloquial.

Por ello, vamos a exponer a continuación cómo se utilizan estos términos y que vinculación establecen con cada uno de los géneros.

## AUDICIONES

Alfredo Menéndez entrevista al cantante Miguel Ángel Hernando quien, en referencia a los contactos que este cantante ha mantenido con otros colegas en las giras y bolos, dice: “Cuando parábamos ahí, a comer, porque eran bastante marujillas como nosotros” y a continuación cuenta cómo en estas comidas los demás participantes le contaban anécdotas de su vida. (RNE, *Las mañanas de rne*, 15 de diciembre).

Javi Nieves dice que: “Si entras por determinados lugares, sabes que, te puedes encontrar dentro una viborilla” en referencia a la defensa que realiza de su persona la cantante Luz Casal ante las preguntas irreverentes de Risto Mejide en un programa de televisión. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

En esta cuña de *Fusión Televisión* de *Movistar* se escucha un villancico en el que un varón canta que está contento porque, aunque su suegra vaya a pasar las vacaciones con él, tendrá algún tiempo libre para poder visionar este canal de televisión de pago. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre) y (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 17 de diciembre).

José Ramón de la Morena, durante una entrevista al futbolista Dani García hace referencia a la afición que tiene un tertuliano del programa al que llaman Manolote por las apuestas *online*, y de esta forma se refiere a esta circunstancia según cuenta a la audiencia: “¿Sabes Manolote lo que hace ahora cuando llega a casa? Está la suegra [...], se ha quedado dormida rezando el rosario, tiene la imagen con la virgen del Carmen allí con dos velicas, y..., se queda dormida, y deja el monedero, le deja allí al *lao*, la hurga, la coge un billetico de 50, ¿sabes? Y lo mete en esto”. Termina diciendo que si gana en las apuestas le devuelve el dinero a su suegra y que si no, le dice que él no le ha robado el dinero. (SER, *El larguero*, 15 de diciembre).

Los periodistas de esta tertulia hacen referencia a la cena de Navidad que el próximo viernes celebrará el Atlético de Madrid con la prensa. Uno de ellos le pregunta a otro: “¿Va la churri?”. El otro contesta que no porque: “La churri va a la de la radio” en referencia a la cena de empresa de la emisora en la que trabaja. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

Pepe Domingo Castaño canta una mención publicitaria de *Bricomart* e invita a una compañera a que le ayude: “Cántalo conmigo, churri”, la locutora dice: “He *ensayao*”, posteriormente a que los dos canten esta publicidad, Paco González dice: “Está enorme la *churri*, ¿eh?”. (COPE, *Tiempo de juego*, 8 de marzo).

## INTERPRETACIÓN

Escuchando los discursos anteriores hemos podido comprobar que las viborillas, las marujas y la churri sólo existen en el universo femenino ya que estos vocablos son utilizados con género gramatical femenino, aunque sea para definir a varones, es decir, son inexistentes para definir lo masculino.

De igual forma sucede con la figura de la suegra, que posee muchas connotaciones culturales que no tiene la de su versión masculina, es decir el suegro.

### 7.8.- Los roles normativos de asociación

La sociedad asigna unos roles a cada uno de los géneros según dictan los parámetros normativos. De esta forma las funciones de unas y de otros se encuentran diferenciadas de tal manera que mientras que a las primeras las ubica en una posición determinada en la que han de desarrollar su papel, a ellos los contextualiza en otros.

Estas vinculaciones culturales van a ser observadas y analizadas en este apartado por lo que, como el relato de los audios es bastante numeroso, los hemos clasificado en los siguientes valores:

- ✓ Los roles de la maternidad y la paternidad.
- ✓ El papel que se adjudica a quien ejerce las labores del hogar.



✓ ¿Quiénes cuidan de las personas?

### 7.8.1.- Las madres

En esta categoría hemos incluido los cortes de voz en los que realizan alguna referencia al rol de la maternidad vinculándolo con alguno de los géneros.

#### AUDICIONES

En esta cuña de *Coca-Cola* se escucha una voz femenina que anuncia: “Llamada a Luis, un nieto de Ana, un día cualquiera”, a continuación, oímos la voz de una abuela: “Lo siento, hijo, te llamo para decirte que eres un sol. Todas las navidades te comes el pollo con ciruelas que preparo, aunque sé que no te acaba de convencer. Venga, este año cambiamos el menú. ¿Te parece?”. La voz que representa al nieto dice que no le importa. Termina con la misma voz femenina del principio: “Qué fácil es sorprender con un pequeño gesto. Hacer feliz a alguien cuesta poco y significa mucho”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 15 de diciembre) y (SER, *A vivir que son dos días*, 20 de diciembre).

José Luis Restán entrevista a la profesora Sara Gallardo, directora de la cátedra Santa Teresa De Jesús de estudios sobre la mujer de la Universidad Católica de Ávila, quien afirma: “Una de las grandes riquezas de la mujer es su, su..., maternidad, que puede ser vivida de muchas maneras, no sólo físicamente sino también espiritualmente”, y añade: “Que la mujer pueda seguir siendo madre, como ella desea, aunque también trabaje”, “La mujer puede ejercer su maternidad espiritual de muchas formas. También creando un ambiente de acogida, de calor, de ternura frente a la debilidad, frente a las necesidades de los demás y esa sensibilidad tan propia de la mujer pues es una riqueza allí donde está. Pero es preciso que la mujer entienda que es una riqueza que ella debe cultivar, no debe perder, y que debe ofrecer allí donde se encuentre”, y “Una faceta muy hermosa de la vocación maternal de la mujer es la del acompañamiento espiritual, el acompañamiento de las personas”. (COPE, *El espejo*, 15 de diciembre).

En este espacio cuyo contenido es específicamente científico se relata la biografía de Krystina Maliszewski, pionera en el estudio de fósiles foraminíferos, contada por una

profesora del CSIC: “Casada con Wladyslaw Pozaryski del que tuvo dos hijos tomó el apellido de este como es habitual en muchos países”. (RNE, *A hombros de gigantes*, 15 de diciembre).

Javi Nieves dice que: “Cuando una madre no quiere colgar el teléfono. Eso se puede convertir en una cadena perpetua”. A continuación reproduce lo que puede ser la llamada de una madre a su hijo: “¡Oye!, ¿has cenado bien? Sí mamá, bueno, mamá que te tengo que colgar. ¡Oye!, ¿te abrigas?”, después se escuchan risas. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

En una entrevista a un árbitro de fútbol de 15 años que ha sido agredido en un partido el periodista afirma: “Tu madre, se ha preocupado muchísimo por ti, como es normal”. (ONDA CERO, *Al primer toque*, 16 de diciembre).

Ante el atentado terrorista en una escuela de Pakistán que se salda con 132 niños muertos, Luis Del Val expresa el dolor que esto ha generado: “La expresión desconsolada de esta madre”, “Y terrible, angustiada, la imagen de esta madre”. (COPE, *La mañana*, 17 de diciembre).

Al final de la tertulia sobre actualidad política los tertulianos hacen referencia a lo que cenarán en Navidad. Entre otros discursos escuchamos que Nicolás Sartorius dice que apuesta por la tradición: “Siempre haré lo que vi en mi casa que se hacía, y que lo hacía mi madre: unos entremeses”, Anabel Alonso contesta a esta cuestión: “Lo hará mi madre”. Carlos Herrera reconoce que parte de su menú: “Lo hace mi madre” y termina afirmando que: “Para eso están las madres el día de Nochebuena, no hay que quitarles protagonismo”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 19 de diciembre).

Oímos cómo un locutor comenta que se va a eliminar la Misa del Gallo en las iglesias del Reino Unido porque acuden muchos borrachos que molestan a los feligreses, a lo que una locutora dice: “Pero que lo exploten, eso sirve como reclamo, yo iría”, y él contesta: “Tú vas a ser madre. Tú en casa”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

Ramón Tamames pone en duda la formación de Juan Carlos Monedero y opina: “Se lo encargan a este señor que no es economista ni..., ni la madre que lo crió”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 28 de enero).

Raquel Martos opina sobre una entrevista realizada el día anterior a Soraya Sáez de Santamaría en televisión en la que esta no contesta con asertividad sobre temas de actualidad: “Fijaos qué respuesta más de madre tiene Soraya Sáez de Santamaría”, añade que este “Es un momento muy de las madres” y “Soraya Sáez de Santamaría vuelve a responder en modo madre” por la falta de seguridad que ofrece en sus respuestas. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 28 de enero).

Para anunciar el *Banco ING Direct* escuchamos una voz de mujer: “Me aportó mucho la bondad de mi madre, el perfeccionismo de mi padre, la locura de mis amigos. Gracias por todo lo que he tomado prestado de vosotros”. (COPE, *Fin de semana*, 8 de marzo).

En cuanto a la radio especializada destacamos las siguientes alocuciones:

Un periodista entrevista a Álvaro David quien ha sufrido una agresión por ser homosexual, este explica el relato de la misma y cuenta que a quien primero se lo contó fue a su madre. (ONDAARCOIRIS.COM, *Política LGTB*, 17 de diciembre).

Entrevista a Ana Torregrosa quien agradece el premio *Provooca* que ha recibido y dice: "Ha sido el subidón más grande que he tenido en toda mi vida después de tener a mi hija, ¿eh? Yo creo que ha sido lo..., me siento realizada profesional y personalmente [...]. Me siento mejor persona, fíjate". La entrevistadora ahonda al preguntar: "¿Te sientes mejor persona?", a lo que la invitada contesta con rotundidad: "Sí". (ONDAMUJER.COM, *Especiales*, 19 de diciembre).

En este espacio se trata el tema de aquellas mujeres que tienen un trabajo de gran responsabilidad y que, por ser madres, cuestionan su maternidad si dedican tiempo a ellas mismas. La periodista que lo presenta dice al principio y a modo de introducción: "Soy mala madre. ¿Y qué?". A continuación, explica las causas de esta circunstancia a la audiencia: "Voy por la vida con la sensación de no llegar, de ir corriendo a todos lados, de quedarme siempre a medias", y añade: "Unas como yo optan por cocinar poco

o nada, por trabajar de noche”, y: “No te sientas culpable si tu casa no está como estaba antes sobre todo si eres una mamá de estas muy limpias y que te gusta mucho el orden, ¿no?”. Comenta a la audiencia que las madres que quieran escapar de una situación estresante porque no puedan con toda la carga familiar que tengan han de: "Hablar de tus cosas con las personas que tú sepas que no vas a ser juzgada, ¿no? Hay una frase que dice Un café con una amiga muchas veces es la mejor terapia, ¿no? Y yo estoy súper de acuerdo, ¿no?". (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 17 de febrero).

Una locutora opina sobre el físico tan delgado de algunas modelos de pasarela: "Les hace falta la tortilla de patatas de su madre". (ONDAMUJER.COM, *Con bragas y a lo loco*, 14 de abril).

## INTERPRETACIÓN

En una cuña de *Coca-Cola* escuchamos que es una abuela, no un abuelo, quien posee una preocupación que se convierte en máxima. Reside en que sea su nieto, no su nieta, quien se coma la comida que ella le ha preparado. Esta acción se convierte en un deseo, un anhelo, que ella tiene porque, según ella misma nos cuenta en este discurso, él se la come para satisfacerla a ella, no por gusto propio. Se establece así una imagen de estas dos personas que representa por un lado al personaje femenino actuando en beneficio de los demás, una persona altruista cuyo objetivo no es satisfacerse sino entregarse, y al masculino como quien es el beneficiario de esta acción. Esto supone que la maternidad se extienda más allá que la que existe entre una madre y su hijo porque abarca también a la de una abuela hacia su nieto. Es una forma de representar a las abuelas como poseedoras de un bien que ellas desarrollan como tales, y por el que se sienten realizadas como personas. Es la que se aparece a través de la satisfacción que ejercen entregándose a los demás. Es su cometido apropiado de las mujeres, porque no existen discursos en este sentido al respecto de los abuelos.

En la COPE escuchamos que la gran riqueza de ser mujer no reside en poseer una identidad como tal sino en la posibilidad que este género le otorga para desarrollar la maternidad. Una propiedad que puede ejercer por poseer unos órganos determinados que la naturaleza le niega al varón y con la que alcanza a progresar y desenvolverse como poseedora de unas características particulares, como la emotividad y la

afectividad, que va a aplicar no para ella misma sino hacia los demás. Todo esto fusiona directamente dos categorías discursivas. Por un lado un género, mujer, por otro lado una propiedad, la maternidad.

También escuchamos que en la biografía de una científica pionera en el estudio de fósiles foraminíferos, Krystina Maliszewski, se describe que fue madre de dos hijos. Esto acontece en un espacio *A hombros de gigantes* cuyo contenido es específicamente científico por lo que consideramos que esta información no es relevante ya que, además, durante el transcurso del mismo no se ha procedido a relatar ni el estado civil ni el número de hijos de los científicos, nos referimos a los varones, también mencionados en el mismo espacio como es el caso del químico francés Jean Baptiste Boussingault.

Además, escuchamos en los siguientes discursos como la maternidad se relaciona con unos atributos muy específicos que suponen la entrega a los demás y que se encuentran muy alejados de la posibilidad de dar a luz.

Javi Nieves dice que el objetivo de una madre es preocuparse porque su hijo no pase frío o porque cene adecuadamente. Además, se refiere en general a todas las madres con lo cual eleva estas características a universales porque no especifica un caso concreto que él conozca.

También se escucha esto mismo en Onda Cero cuando se lanza un comentario sobre la agresión a un árbitro a quien se le dice que: “Tu madre, se ha preocupado muchísimo por ti, como es normal”.

Por su parte, Luis Del Val se refiere a las madres, no a los padres, en referencia al dolor que deben padecer cuando ven a sus hijos sufrir en un atentado terrorista.

Son las madres quienes se encargan de cocinar en el ámbito doméstico según nos cuentan quienes participan en una tertulia política cuando se les pregunta por quienes preparan en sus hogares la cena de Nochebuena. Encontramos un caso que supone la excepción. Nicolás Sartorius cuenta que él prepara dicha cena aunque explica que copiará lo que hacía su madre. Una representación que se ve reforzada específicamente con el discurso de Carlos Herrera cuando se refiere a las madres que cocinan en casa:

“Para eso están las madres el día de Nochebuena, no hay que quitarles protagonismo”. Así, entendemos que la posibilidad que la naturaleza ha otorgado a las mujeres para dar a luz está relacionada de forma natural, como si fuera un mandato biológico, con cocinar. Ante esto nos preguntamos, ¿no puede un padre cocinar en el ámbito doméstico? Porque lo que sí es conocido es que los grandes chefs de la cocina de élite, la que es reconocida públicamente y por la que se obtienen grandes remuneraciones económicas, son varones.

Son unas madres a quienes se posiciona en un ámbito privado y acotado, como es el del hogar, del que no deben salir porque según dice un tertuliano a una de sus compañeras: “Tú vas a ser madre. Tú en casa”. Y a quienes, como escuchamos en la cuña de un banco, se le otorga la categoría de la bondad, mientras que al padre la de la perfección.

Por su parte, en la radio especializada, concretamente en la plataforma que se dirige específicamente a una audiencia femenina, hemos encontrado también audios en este sentido.

Así escuchamos que a las personas delgadas les falta comer, pero no cualquier cosa, sino los platos que prepara una madre.

También en este medio se realiza una representación discursiva de las madres que no ejercen correctamente su función. Son aquellas que porque no cocinan, trabajan de noche, no limpian la casa o no son ordenadas las denominan explícitamente como malas madres. Estos son discursos que asocian el ejercicio de la maternidad con unas funciones específicas que implican actividades que se desarrollan en el ámbito doméstico.

Por su parte, en ondaarcoiris escuchamos que es la madre quien se convierte en la confesora de un hijo porque cuando este sufre una agresión es a la primera persona a quien se lo cuenta.

Mediante la escucha de los discursos se puede observar que se establece una relación entre la mujer y su papel como madre que, por otra parte, no los hemos escuchado

atribuidos a los varones lo que refuerza una asignación determinada de un rol determinado a un género.

Es el papel de la maternidad que va asociado a unas propiedades y comportamientos que van más lejos del hecho físico de dar a luz. Son unos valores que le son negados al varón, aunque sea padre, porque él tiene otros por ello. Es una forma de vinculación de una actividad no remunerada a la mujer.

Así, hemos escuchado que el papel de suministradora de afectos y cuidados es atribuido a la mujer porque ella posee un don, el de la maternidad, a través del cual se ha de sentir realizada como persona, como mujer. Son cualidades que toda madre ha de poseer reconocidas como tal de forma natural y exclusiva que van más lejos de la su propia consideración por ejercer la maternidad.

Según los audios hemos comprobado la relación establecida de forma implícita entre la maternidad, la mujer y una serie de comportamientos y atribuciones porque es la madre quien prepara la comida en casa. Es quien se preocupa porque su hijo, ya independizado del hogar familiar, coma y se abrigue, aunque él sea suficiente adulto para hacerlo por sí mismo. Si un árbitro adolescente sufre una agresión la madre se le pregunta si su madre ha sufrido por ello y, sin embargo, no se le pregunta por su padre. Es quien padece si sus hijos sufren un atentado en Pakistán ofreciendo una imagen desconsolada y angustiada a la sociedad que no podrá transmitir nunca su padre. También hemos oído que una madre aporta bondad y un padre perfeccionismo. Un homosexual es agredido y a la primera persona a quien se lo cuenta es a su madre, no a un amigo ni a su padre. Una mujer es mala madre si no tiene tiempo para ejercer como tal, sin embargo, de un padre no se cuestiona que se dedique a sus cosas personales.

En el análisis de estos valores entra en juego la conceptualización de los humanos como seres sexuales. Así, podemos interpretar a través de la observación de los discursos que han sido reproducido que se asocia al varón con la figura del macho-alfa y a la mujer con la de la hembra-sumisa.

Se ensalza la maternidad. Se niega la paternidad. Cuanta más maternidad, más madre se es, mejor mujer se es.

### 7.8.2.- Las amas de casa y las limpiadoras

En este valor han sido incluidas aquellas alocuciones que hacen referencia tanto al rol de actividades relacionado con el trabajo en el interior del hogar o aquel por el que no se percibe ningún recurso económico.

#### AUDICIONES

Raquel Martos le cuenta a Julia Otero que Soraya Sáez de Santamaría: “Hoy está en Afganistán. Y a ti no te pega, Julia, que saliendo hacia Afganistán ha bajado la basura y ha dejado un traje de Mariano en el tinte”, las dos se ríen, y Otero añade: “Es muy doméstico y muy casero pero la verdad es que no cuesta nada imaginarse así a la vicepresidenta”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

Carlos Alsina lee una publicidad de jamones *Redondo Iglesias* y para reclamar la atención de la audiencia grita: “¡Señora!” a lo que los tertulianos le reprochan que no diga: “Señora y caballeros” porque como le dice una tertuliana: “Te ha quedado muy de mercado”. Alsina se defiende diciendo que la expresión *señora* es muy utilizada en la venta ambulante, por ejemplo, por los chatarreros que pasan por su barrio, porque: “Los señores no atienden al chatarrero”. (ONDA CERO, *La brújula*, 15 de diciembre).

Cuentan que un oyente ha enviado una foto de un árbol de Navidad formada por un cesto en el que hay una pila de ropa sucia que forma la figura y en cuyo pie de foto se lee: “El árbol de Navidad de mi tía Manoli”, los periodistas que se encuentran en el estudio se ríen y uno de ellos afirma: “Este tío es un fenómeno”. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

Jose Antonio García entrevista a Javier Ikaz y Jorge Díaz, autores de los libros *Yo fui a EGB* y *Yo fui a EGB 2* en los que se describe cómo era la vida de los estudiantes de la educación básica desde 1970 a 1995. Cuando se refieren a la publicidad televisiva el presentador afirma: “Te mandaba tu madre a comprar algo” al ultramarinos, y: “Hay señoras que van a la tienda y piden un *Mister Proper*”. También se refieren a los diferentes regalos que se hacían en aquella época a padres y madres: “Corbatas para ellos y electrodomésticos para ellas”. (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).



Un vehículo se empotra contra la sede del PP en Madrid, al respecto escuchamos que: “El susto ha sido grande a primera hora de la mañana sobre todo para las dos trabajadoras de la limpieza que estaban en el interior de la sede”. (RNE, *Diario de las dos*, 19 de diciembre).

Cristina López trata el tema de la contratación de *aupairs* para lo que entrevista a Eva Colasch, a la que presenta como madre de 3 niños de 13, 12 y 11 años, a Larisa Mayerhofer una estudiante austríaca que trabaja como *au-pair* en Madrid y a Tatiana Navarro directora de la agencia de *au-pairs* que se llama *Spanish Teachers*. López dice que quiere: “Preguntar cómo buscan a las candidatas”. Durante todo este espacio las cuatro mujeres se refieren en femenino a las candidatas, y se escuchan frases como: “Hablar con ella”, y: “Nos mandaron 6 perfiles de candidatas”, “Decidimos entrevistar a dos, a Larisa y a otra chica”. (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

Si los cortes anteriores se referían a la radio de formato convencional, a continuación, exponemos los que hemos analizado de la de formato especializado:

Durante esta cuña publicitaria escuchamos una voz femenina que anuncia un salón de celebraciones para amas de casa, entre otros grupos. (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 17 de DICIEMBRE).

Entrevista a la *coach* Cris Moltó quien aconseja a las mujeres para que planifiquen mejor su tiempo y puedan compaginar su vida profesional y la personal tanto en: “El trabajo, en la familia, con los niños, en casa”. (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 28 de enero).

## INTERPRETACIÓN

Hemos podido escuchar que no cuesta nada imaginar a la vicepresidenta primera del gobierno, es decir a una mujer que ejerce una labor profesional de alto rango jerárquico, haciendo sus propias labores domésticas y además también las del presidente, del que se supone que no las realiza porque para eso está ella.

También hemos escuchado que, componiendo un discurso especulativo, se supone que quienes trabajan en la limpieza de unas oficinas son mujeres ya que así se informa a la audiencia sin tener la información exacta de dichas personas. Según este caso sí que es aceptado que la mujer trabaje fuera del hogar, pero entendiendo esta labor como una prolongación de la propia que le corresponde como ama de casa, es decir, que aunque se le permita realizar una actividad institucionalizada y remunerada, como la atribuida al varón, carece de reconocimiento profesional.

En este sentido, también escuchamos que es una mujer, la tía Manoli, la que se encarga de lavarle la ropa a su sobrino, el periodista que es quien lo cuenta. Y que, también atribuyéndole las funciones de la limpieza del hogar a una mujer, es una madre la que se encarga específicamente de comprar el detergente para ello.

Además, cuando se realiza una entrevista a la persona que tiene como función realizar la selección de quienes van a trabajar en su empresa como *aupairs* directamente se le pregunta por las características que ha de poseer la candidata, es decir, que implícitamente se entiende que ha de ser una mujer porque lo correcto habría sido utilizar el término candidatura que no hace referencia sobreentendida al género de la persona nombrada.

Una situación similar a la anterior se produce cuando escuchamos que una *coach* aconseja a las mujeres la forma de compaginar su vida laboral con la familiar. Un discurso que además se difunde en una plataforma especializada en mujeres. Sin embargo, no escuchamos que estos consejos se los ofrezca a un varón.

En otra plataforma de contenido especializado, en *ondaarcoiris* escuchamos que es una voz femenina la que anuncia un salón en el que se pueden realizar reuniones para amas de casa.

Así, con este lenguaje que se utiliza para referirse al entorno, se establece una asociación entre la mujer, por un parte, y el trabajo en un ámbito privado como es el del hogar, por la otra. Es una forma de relegar a la mujer a una actividad que carece de reconocimiento público y que es económicamente dependiente de otros que, en una sociedad patriarcal y androcéntrica como la nuestra, suelen ser los varones.

Se decreta de esta forma una relación entre la mujer y la actividad privativa del hogar y también por extensión se la asocia con una actividad laboral, que, aunque en el caso de las limpiadoras sea remunerado y se desarrolle fuera del hogar familiar, es entendido como una prolongación del mismo porque es la misma actividad, que aunque se cobre por ejercerla consiste en limpiar lo que ensucian los demás, como en casa.

### 7.8.3.- Las cuidadoras

Otra ocupación o rol de los que damos cuenta es la que consiste en el cuidado de los demás.

#### AUDICIONES

Relativo a la radio convencional hemos escuchado los siguientes cortes de voz que incluimos en este valor:

Raquel Martos se refiere a los papeles que encarnarían perfectamente Mariano Rajoy y Soraya Sáez de Santamaría: “Son la pareja consolidada, son la pareja tranquila, donde cada uno sabe muy bien cuál es su papel. Mariano está en la mecedora leyendo el Marca y Soraya está organizando la vida de toda la familia”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

Sara Gallardo, directora de la cátedra Santa Teresa De Jesús de estudios sobre la mujer de la Universidad Católica de Ávila, es entrevistada por José Luis Restán, ella dice: “Interesarse por todo lo que le afecta es algo que, digamos que es propio de la naturaleza femenina y que quizás hoy necesitamos, también las mujeres, redescubrir de qué manera podemos vivirlo no sólo dentro de la familia, que es el lugar privilegiado, para el que hay que abrir un espacio también desde el punto de vista de la organización laboral”. (COPE, *El espejo*, 15 de diciembre).

Durante esta cuña de los cursos CEAC se escucha una voz femenina que dice: “¡Niños!, ¿os acordáis de María, la profesora que me sustituyó el mes pasado? Pues va a ser vuestra nueva profe”, a continuación, se escuchan voces infantiles que gritan de alegría

y posteriormente una voz masculina que dice: "Un profesional sin formación, no es un profesional". (SER, *Hora 25*, 28 de enero).

Pepa Fernández entrevista Javier Moro, autor de la novela *A flor de piel. La aventura de salvar al mundo* que cuenta una expedición filantrópica que consistió en enviar una corbeta con veintidós niños huérfanos inoculados con la recién descubierta vacuna de la viruela desde España a los territorios de Ultramar. Pepa Fernández cuenta que la enfermera: "Isabel Zandal fue la que se encargó de cuidar a los chavales y esa entrega le ha valido el título de la primera enfermera de la historia de la medicina hispana, ¿no? Pero de ella no se sabía nada, es más, ni siquiera se sabía su nombre real o cómo se escribía su apellido". (RNE, *No es un día cualquiera*, 4 de julio).

En la radio de contenido especializado tenemos la siguiente alocución:

La presentadora de este espacio pregunta, a modo de introducción del mismo: "¿Cuántas veces nos hemos encontrado con que no tenemos tiempo para nosotras, vamos con los pelos de aquella manera, eh..., no nos hemos depilado desde..., bueno..., desde la época del rey Carolo y, luego ya, lo que viene siendo tú y tú misma, pues, dices pa qué, pa qué, tengo los niños, tengo que ir al trabajo te arreglas por el trabajo porque tienes que salir y si trabajas en casa ya ni te cuento, vas todo el día en pijama (suspira). Necesitamos nuestro propio espacio, nuestro tiempo, el dejar a los niños, el dejar al marido, el dejar a los amigos..., (se ríe) *empaquetao*, dejar al jefe y a los compañeros y dedicarte a ti, a ti misma y a tus circunstancias, ¿no?". A continuación, entrevista a la *coach* Cris Moltó quien dice: "En estos momentos las mujeres somos todoterreno multitareas Tenemos que tener tiempo para todo, estar a todo y con todos: en el trabajo, en la familia, con los niños, en casa". La entrevistadora, en referencia al papel de las mujeres en la sociedad afirma que: "Somos buenas haciendo el *putching-ball*", la entrevistada desconoce el significado de este término y la entrevistadora se lo explica afirmando que consiste en recibir golpes como en el boxeo: "Los amigos nos cuentan sus problemas, tu pareja te viene y te cuenta sus problemas, los niños vienen y te cuentan sus problemas, tú eres el *putching-ball*, pero no terminamos nosotras mismas de escucharnos". (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 28 de enero).

## INTERPRETACIÓN

En estos discursos hemos escuchado que las funciones de un varón y de una mujer se encuentran diferenciadas y marcadas por su género independientemente de cuales sean sus funciones profesionales. Así, según nos cuenta la periodista Raquel Martos en Onda Cero, en una hipotética pareja entre Mariano Rajoy y Soraya Sáez de Santamaría ambos tendrían diferentes roles. Él estaría leyendo y ella organizando la vida familiar, es decir, a él se le otorga un papel intelectual y a ella relacionado con la intendencia.

En la COPE nos cuentan que el universo de los afectos pertenece al ámbito femenino. Un discurso que de forma explícita nos cuenta que esta es una característica de las mujeres porque la naturaleza así se lo otorga, es decir, que la biología enmarca a la mujer como proveedora de la afectividad de la familia. De esta forma se puede llegar a entender que al varón se le es negada.

Una cuña publicitaria que anuncia unos cursos de *CEAC* se desarrolla con el contexto de una escuela infantil en el que varios niños se alegran porque una profesora les dice que otra la va a sustituir. Al final se escucha una voz masculina que a modo de *voice over* dice: “Un profesional sin formación, no es un profesional”. Con esto podemos deducir que a la mujer se le otorga el rol de cuidado de los demás, en este caso de orden profesional, porque el contexto no es el de una universidad u otro espacio educativo de alto nivel, sino un jardín de infancia. Además, esta idea se ve reforzada porque si bien en esta publicidad se referencia a dos profesoras la voz masculina hace referencia a un profesional, no una profesional.

Pepa Fernández en RNE comenta el libro *A flor de piel. La aventura de salvar al mundo* del que nos cuenta que el personaje Isabel Zendal es quien se encargó de cuidar a unos niños. Por esta labor fue reconocida como la primera enfermera de la historia de la medicina hispana. Este discurso establece una relación entre la función de cuidadora de una mujer y su reconocimiento profesional públicamente.

Los discursos en los que encontramos una relación entre la mujer y la función de cuidadora de los demás también se difunden en la plataforma especializada en mujeres. En ella escuchamos a una locutora quien relata en su espacio aquellas funciones que ella

considera asociadas al género femenino que son las que tienen relación con la atención hacia los demás, es decir las que se sitúan en la pasividad. Entre ellas encontramos el cuidado de la propia familia o las que se utilizan para añadir valor estético a la propia mujer. Llegamos incluso a escuchar explícitamente durante una entrevista que se califica a la mujer como si fuera el saco que utilizan quienes practican el boxeo porque todo su entorno la utiliza para descargar sus problemas.

Es así como se vincula a las personas de género femenino con el cuidado de los demás entre los que se incluye a la propia familia.

Ella es relegada al ámbito privativo de los afectos y las relaciones familiares porque es la cuidadora oficial.

Una actividad que no está reconocida profesionalmente y por la que no se obtiene nada a cambio. Todo porque todas y cada una de las mujeres que pisan la Tierra son poseedoras de esta propiedad de forma inherente e innata por lo que han de entregarse al resto de la ciudadanía para sentirse realizadas.

Una atribución que por ser de índole exclusivo es ajena al universo masculino *per se*.

#### 7.9.- La representación de las mujeres en los espacios radiofónicos

En esta categoría han sido incluidos aquellos discursos en las que se realiza una representación del universo femenino mediante su referencia de forma explícita.

Este trabajo de observación y análisis ha sido clasificado atendiendo a los siguientes casos que se han producido y difundido en aquellos espacios radiofónicos que forman parte de la muestra y con los que se ha conformado la siguiente ordenación de carácter emergente:

- ✓ El Día Internacional de la Mujer celebrado el 8 de marzo.
- ✓ Las mujeres en el mundo deportivo.

- ✓ La forma discursiva en la que las mujeres se refieren a sí mismas.
- ✓ La representación de las mujeres en el espacio de la política y la literatura.
- ✓ El uso de la expresión: "*La mujer de...*".
- ✓ Las informaciones que versan sobre la violencia hacia las mujeres.
- ✓ Otros discursos de representación de la mujer.

#### 7.9.1.- 8 de marzo. El Día Internacional de la Mujer

El 8 de marzo de 2015 se celebra el Día Internacional de la Mujer, por ello relatamos a continuación los discursos radiofónicos que se producen al respecto de esta información, ordenados según la emisora en la que se producen.

#### AUDICIONES

Las audiciones que pertenecen a esta categoría han sido agrupadas atendiendo a la emisora o plataforma radiofónicas en las que se han emitido ya que todas se han difundido durante el transcurso del mismo conglomerado:

1.- En primer lugar, vamos a escuchar lo que se dice en la Cadena COPE:

Cristina López Schlichting, directora y presentadora del magacín de las mañanas del sábado y del domingo realiza varios comentarios en su programa acerca del acontecimiento que se celebra este día al que se refiere como *Día de la Mujer Trabajadora* utilizando para calificarlo con el término cansinismo: “Qué *cansinismo!*, Oye, qué *cansinismo*, hay algo manido peñazo, repiqueteante, publicitario y falso en estas reivindicaciones del día de la mujer trabajadora. Algo como de *Oye, ponte en la foto que me vas a quedar estupenda. Ponte que me aprovecho*”.

En concreto, acerca de una información sobre la celebración de este día en Andalucía, alude a la candidata a la presidencia de la Junta Susana Díaz como: “Es mujer joven, es cabeza de familia, es madre embarazada y presidenta de la Junta”.

Se dirige a las mujeres diciendo que son: “Un ser minucioso, cálido, bello, capaz de conciliar y abrazar, capaz de dar vida. Esa cosa tan desconcertante y asombrosa ¡oye! Ese asomarse entre las piernas y ver gente saliendo de dentro de ti. Porque yo siempre digo que parir es ver salir de ti a un señor o una señora, ¡qué cosas!”. Añade: "Sumemos ahora, fíjate, pongamos juntos los dos conceptos: mujer y trabajadora, una doble hermosura. La capacidad de sumar a la sociedad laboral la de sumar a la empresa o el negocio esa otra de abrazar. La posibilidad de dar vida incorporada a la producción. Es bello ser mujer y trabajadora".

Termina toda esta reflexión ofreciendo un dato a la audiencia: “Las mujeres españolas cobran un 17% menos que los hombres, y merece pena recordarlo en este día de la mujer trabajadora”. (COPE, *Fin de semana*, 8 de marzo).

En otro espacio de esta misma cadena de emisoras, concretamente durante el tiempo de la información deportiva, el presentador Pepe Domingo Castaño comienza el programa diciendo: “Aquí, en COPE. En el día de la mujer, Día Internacional de la Mujer, un gran hombre, también los hombres tienen derecho...” y de esta forma presenta a su compañero Paco González quien afirma: “Y una gran mujer soy”. Posteriormente este último solicita a la audiencia que opine sobre la celebración de este día: “El que quiera hacer cualquier tipo de homenaje a la mujer de su vida, a su madre, a su hija, a su mujer, a su esposa, a su novia, a... su vecina, a quien sea, a una mujer que le cae bien, eh..., si quiere participar con nosotros”. (COPE, *Tiempo de juego*, 8 de marzo).

2.- A continuación, vamos a exponer cuál es el tratamiento que recibe el día de la mujer en Onda Cero Radio.

El programa del que nos ocupamos es el que dirige y presenta Isabel Gemio. En su boca podemos escuchar que esta periodista se refiere a la fecha de hoy como “Día Internacional de las Mujeres” explicando que fue un 8 de marzo de 1910 cuando se aprobó la Real Orden que daba validez a los títulos universitarios conseguidos por mujeres, ya que anteriormente podían acudir a las clases de la universidad pero sin la posibilidad de obtención de un título por ello. En conmemoración a esta efeméride hoy



se celebra el día de la mujer, según cuenta Gemio, quien añade que muchas mujeres han permanecido invisibles en la historia de la humanidad: “Nombres, nombres perdidos en la historia perdida de las mujeres”, como lo que ocurre concretamente con la primera compositora de ópera contemporánea Francisca Caccini que ha sido invisibilizada mientras que sí se habla de su coetáneo Claudio Monteverdi: “Él, claro, aparece en los libros” y añade: “Hay que sospechar de lo que escriben los hombres sobre las mujeres porque son, al mismo tiempo, juez y parte”. Explica que lo mismo sucede con Simone de Beauvoir, que mientras no figura en la historia de la filosofía, sí lo hace: “Su compañero, cómplice y amante Jean Paul Sartre”.

A continuación escuchamos una canción con la siguiente letra:

*“Mujer que no puedes frenar,  
Mujer de armas tomar que se lo piensa, pero se declara en guerra,  
Mujer que elige libertad, mujer sin puertas,  
Mujer que se anima a todo y algo más, mujer que baila Macarena,  
Mujer que entiende que el amor es algo más que un buen piropo, unos bombones o una flor”.*

Posteriormente, se ofrece a la audiencia datos estadísticos sobre la situación de las mujeres con respecto a la de los varones en ámbitos como el laboral, social y cultural de los que se puede concluir que ambos géneros se encuentran en una relación de desigualdad asimétrica que relega a las primeras a posiciones de sumisión con respecto a los segundos.

También se escucha otra canción interpretada por una mujer a ritmo de rap:

*“Hay diferentes estilos de mujer,  
La que trabaja fuerte sin mantener un horario,  
La que está en el barrio subiendo escaleras a diario,  
La que está viviendo duro sola con sus muchachos, después que la abandonó el que dijo  
que era muy macho,  
Si un hombre monta cacho,  
Dice: no fue nada, fue un desliz,*

*Pero si una mujer lo hace entonces es una meretriz,  
No señor, esa no me la trago no lo permito,  
Como el hombre, la mujer tiene derecho igualitario,  
Soy mujer, agárrate tu pantalón,  
Soy mujer y te dedico esta canción”.*

Tras la canción Gemio afirma que: “Las mujeres todavía no ocupan el poder”.

Se radia una sección musical en la que el crítico Ramón Miravittlas afirma que como: “El mundo de la música es mercado, es lo que vende, vende el sexo. Si una mujer tiene una imagen sexual potente y exhibicionista tiene bastante ganado”, y añade que las mujeres que quieren triunfar en el panorama musical internacional: “Si hoy en día no le acompaña el físico, está perdida. Ese es el mundo de fracaso social que hemos creado”, además alude a la opinión del eurodiputado Miguel Arias Cañete quien afirmó que no discutía con las mujeres porque son intelectualmente inferiores.

Gemio dice que todavía hay mucho por conseguir para la igualdad de derechos y entrevista a la psicoanalista Mariela Michelena de la que dice que: “Es guapa”, y afirma que: “Cuando oigo en un grupo de mujeres un comentario contra otra mujer que acaba de llegar o que acaba de irse, la verdad es que..., suelo rechazarlo”. La entrevistada cuenta que: “En una mujer guapa, inteligente, encantadora no sirve de modelo de identificación, pero a la vez es punto de competencia, de *yo querría ser como ella*, y a ver cómo hago y.... Somos muy..., no somos simples”, Gemio responde: “No, no, no. No somos nada simples, evidentemente”, y añade: “Cuando en una pareja el hombre se va con otra, con otra mujer, el entorno, hasta el femenino, suele echar la culpa al hombre siempre, ¿no?... ¡digo a la mujer! A la mujer, no al hombre”. Las dos entablan una conversación en la que se refieren al mundo femenino reduciéndolo a “La vena maternal que tienen las mujeres” y al “Aspecto emocional de la mujer”, se refieren a la figura de la malquerida. La entrevistada cuenta que como la mujer es la que siempre está presente en el momento del parto por eso la naturaleza se encarga de que ella: “Esté siempre enamorada de ese bebé”. (ONDA CERO, *Te doy mi palabra*, 8 de marzo).

3.- Con respecto a la radio pública podemos escuchar los siguientes discursos:

En este espacio de género informativo nos cuentan que hoy se celebra el Día Internacional de la Mujer, al respecto ofrecen cifras de la situación de las mujeres en el mundo y dicen que: “*Amnistía Internacional* ha denunciado que no hay sólo un país en el mundo en el que se haya conseguido la plena igualdad de género y que cada vez son más los que retroceden”, y realizan conexiones informativas con periodistas que nos informan sobre las distintas manifestaciones que hay para celebrar este día. Sobre la campaña electoral en Andalucía una periodista nos cuenta desde la capital hispalense acerca de los actos de la candidata socialista Susana Díaz en el día de hoy que ha estado: “Recibiendo muchos besos, muestras de cariño y regalos para el hijo que espera”, a continuación, se escucha un corte de voz de una mujer que, en uno de estos actos públicos entre la multitud, dice: “Hola hija, toma esto, que te vaya bien”. (RNE, *Diario de las dos*, 8 de marzo).

4.- En la Cadena SER escuchamos que Jesús Gallego, director y presentador de este espacio dice al principio del mismo que como hoy es el Día Internacional de la Mujer: “Queremos dedicarle este Carrusel de hoy a todas nuestras madres, abuelas, esposas, hermanas, tías, primas, hijas, nietas, amigas, compañeras, colegas, novias, y especialmente a todas nuestras oyentes” se dirige a las oyentes para sigan sintonizando con este espacio deportivo, les desea feliz día y les dedica el programa. (SER, *Carrusel deportivo*, 8 de marzo).

5.- Sobre los programas radiofónicos que la radio especializada ha dedicado a la celebración del Día Internacional de la Mujer encontramos este espacio. Este es el único dedicado a ello, su duración es de cinco minutos. En él una locutora critica los estereotipos que la sociedad dedica a las mujeres relegándolas al ámbito de la belleza o tratándolas como objetos sexuales de deseo de los varones o considerándolas en su dedicación maternal o al cuidado de los demás. Al finalizar ella reflexiona: "Sabemos que ser mujer es complicado. A día de hoy ser mujer es una mierda, pero el primer paso es aceptarlo para poder cambiarlo. Feliz día de la mujer a todas". (ONDAMUJER.COM, *Especiales. Ser mujer es una mierda*, 8 de marzo).

## INTERPRETACIÓN

Los análisis que se pueden obtener de los audios anteriores son los que se detallan a continuación:

En la Cadena COPE hemos escuchado que la celebración del Día Internacional de la Mujer suena a *cansinismo*, y además, este término tan coloquial lo pronuncia una mujer, Cristina López, que es la directora y presentadora del espacio en el que se difunde. Y añade que además esta celebración es un peñazo, es falsa y es un producto publicitario.

Ella misma define a la mujer como un ser bello y capaz de dar vida, es decir, reduce la categoría mujer a objeto de atracción y a su capacidad maternal, una reflexión que se ve reforzada cuando, como parte del mismo contenido, describe a Susana Díaz, presidenta de la Junta de Andalucía diciendo de ella que es una madre, es decir, obviando su capacidad de actuación profesional en la gestión política que ejerce. Sin embargo, en otro discurso escuchamos que la situación laboral de las mujeres es inferior a la de los varones porque tienen sueldos inferiores.

Por su parte, en *Tiempo de juego* también de la COPE, un espacio de información deportiva con gran tiempo dedicado al fútbol, se dirigen a los oyentes, de los que se entiende implícitamente que son varones ("El que quiera...") para que dediquen este programa a las mujeres que quieran.

Con respecto a Onda Cero escuchamos las reflexiones que realiza la presentadora y directora del espacio *Te doy mi palabra* que es Isabel Gemio. Estas circulan en un lado opuesto al de las anteriores, aunque desde el punto de vista discursivo caen en contradicciones. Esto se observa cuando mientras se reivindica un papel inclusivo y equitativo de la mujer con respecto al del varón en diferentes ámbitos como son el social, cultural económico, etc., se utilizan para ello estereotipos cargados de prejuicios hacia ella.

Esto acontece porque mientras se reivindica la visibilización de ciertas mujeres que han sido ocultadas aunque hayan sido ejemplares a lo largo de la Historia en diferentes contextos como Francisca Caccini y Simone de Beauvoir, mientras se cuenta que existe

una brecha de género muy grande en el aspecto económico en detrimento de la mujer, mientras se critica que una cantante sólo triunfará si a su calidad artística le acompañan unas cualidades físicas y estéticas, mientras esto se cuenta se pueden oír discursos contradictorios al respecto. Así escuchamos que Gemio presenta a una psicoanalista de la que dice que: “Es guapa”, entre otros ejemplos.

Estos son lo que caen en considerar como formas de comportamiento y actitud naturales y universales propios del género femenino aquellas que se vierten desde el uso de los estereotipos. Son unos prejuicios convencionales, arcaicos y tradicionales que considera que las mujeres son envidiosas y celosas de sus amigas, chismosas, preocupadas en demasía por su aspecto estético, las únicas en poseer el aspecto emocional como forma del comportamiento humano *per se*. Unas cualidades que se les otorga a ellas y que no se incluyen como propias de los varones, o en cualquier caso, de los seres humanos en general. Entre los que también se encuentran los concernientes a la maternidad.

Con respecto a Radio Nacional de España escuchamos en el informativo *Diario de las dos* una alusión a este día en la que se cuenta la desigualdad de género que existe en detrimento del femenino en el mundo entero según una denuncia de *Amnistía Internacional*. Como parte de esta misma información también nos cuentan que la candidata a las elecciones andaluzas Susana Díaz ha celebrado varios actos de campaña electoral. En este caso no se nos informa de cuáles son sus planteamientos sociales futuros, una cuestión que sería lógica dada su condición de candidata, sino que su figura política se ve reducida a su condición de futura madre. Esto se ve reforzado porque escuchamos el corte de voz de una mujer que, según nos cuentan, le ofrece un regalo para su futuro hijo mientras le dice: “Hola hija, toma esto, que te vaya bien”. Todo esto conforma una construcción discursiva en la que una mujer que ocupa, y que podrá seguir ocupando, un cargo de alta responsabilidad es definida y conceptualizada por su condición maternal.

En referencia a la SER la actualidad del día de hoy se reduce a un caso similar al de la COPE, es decir, a la realización de una alusión en un programa futbolístico como es *Carrusel deportivo* que se dedica a las mujeres, en este caso, también oyentes de este espacio.

Con respecto a las radios especializadas sólo se ha encontrado una alusión a esta celebración. Es el espacio de cinco minutos titulado *Especiales. Ser mujer es una mierda* de la plataforma dirigida específicamente a las mujeres como es *ondamujer*.

La interpretación que podemos observar es que parece una contradicción que una radio cuya temática concreta sea la mujer y su universo que solamente se ocupe del Día Internacional de la Mujer durante un único programa y además tan breve. Además para pronunciar frases como: "A día de hoy ser mujer es una mierda pero el primer paso es aceptarlo para poder cambiarlo. Feliz día de la mujer a todas".

### 7.9.2.- Las mujeres en el universo del deporte

A continuación, se exponen los discursos en los que se hace algún tipo de alusión al deporte femenino en alguna de sus diferentes prácticas.

En primer lugar, vamos a ocuparnos de los que nombran al universo del deporte femenino en general y posteriormente se va observar un caso concreto que es la entrevista que se realiza a la campeona de natación Mireia Belmonte.

#### AUDICIONES

En la radio pública se comenta la derrota de la selección femenina de balonmano. (RNE, *Esto me suena*, 15 de diciembre) y (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

Un periodista lee al final de este espacio: "Y terminamos con una buena noticia para el deporte y para nuestro país porque la FIBA ha anunciado que España va a ser sede del mundial de baloncesto femenino que se va a disputar en septiembre del año 2018", a lo que Josefa Larrañaga comenta: "Mira qué bien". Esta información no se desarrolla a lo largo de la evolución de este programa, exclusivamente se ofrece el titular. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

Escuchamos que España vence a Montenegro en fútbol femenino. (RNE, *24 horas*, 19 de diciembre).

La primera noticia que se ofrece al principio de este programa cuenta que: “España jugará la final del europeo de balonmano femenino porque ha ganado, hemos ganado 19 a 18 a Montenegro”, y: “Hemos conseguido el objetivo, al menos ser subcampeonas del mundo”. (RNE, *Radiogaceta de los deportes*, 19 de diciembre).

Durante el resumen de prensa una periodista al final de su intervención comenta: “Y no quiero terminar, Pepa, sin destacar un tema deportivo a pesar de que no va en portada. Es el pase a la final de la selección femenina de balonmano, España luchará por el oro en el Europeo”. (RNE, *No es un día cualquiera*, 20 de diciembre)

#### 7.9.2.1.- Un caso: la entrevista a Mireia Belmonte

En el proceso de la escucha de los espacios que han sido difundidos durante la muestra que ha sido seleccionada para este trabajo de investigación y referente a esta categoría, es decir, a la observación de la representación de la mujer en el universo del deporte, se ha detectado el caso que en este epígrafe se expone.

Es una entrevista realizada a la campeona mundial de natación Mireia Belmonte.

#### AUDICIONES

Se realiza una entrevista a la nadadora olímpica Mireia Belmonte quien se encuentra en la entrega de los premios a los mejores deportistas que concede el diario deportivo *As*. La misma la realizan José Miguel de la Morena desde los estudios de la Cadena SER en Madrid, y David Alonso y Laura (de la que no se anuncia su apellido) que se encuentran junto a la deportista en el lugar en el que se entrega dicho galardón.

En este desarrollo se escuchan frases como la que pronuncia Alonso quien dice que se siente como el personaje zarzuelístico Don Hilarión porque: “Estoy acompañado por, por dos bellezas, las reinas de las noches...” al encontrarse entre: “A mi izquierda una rubia, a la derecha una morena” en alusión a la deportista y a su compañera periodista. Presenta a la primera como: “Brillante, guapísima”, y añade: “Esta chica que tengo al lado con vestido negro de espalda descubierta, de gasa...”.

Posteriormente De la Morena le pregunta a Belmonte si está harta de nadar y de medallas, ella dice que no, pero él insiste: “Tendrá ganas de hablar de..., de moda, de vestidos, de, de compras, de *cotis*, ¿no?”, y añade: “¿Te ha costado, te ha costado mucho decir *qué me pongo, qué me pongo, qué me pongo?*”, a lo que ella contesta que lleva ropa de diseñadores de marca, y a continuación describe su peinado: “Un moño recogido arriba”.

Alonso describe la ropa que lleva la deportista: “Lleva un vestido negro realmente espectacular de gasa”, “De Roberto Verino, la espalda descubierta”, “Rubia, el pelo así..., ¿cómo se llama?, ondeado ¿no? Tiene ondas, bueno, sonrisa permanente, ojos claros preciosos, así que hoy Mireia de verdad está realmente radiante”.

De la Morena le pregunta: “Mireia, y ¿te gastas mucho en ropa?”, a lo que ella contesta que le gusta mucho ir de compras. Él le pregunta el tiempo que se ha tirado en la peluquería, y ella dice: “Nada, quince minutos” y como él dice que no se lo cree, la deportista pone de testigo a la periodista que está junto a ellos. Posteriormente escuchamos que De la Morena cuenta que dicha periodista ha estado toda la mañana en la peluquería a lo que esta responde que tienen diferente tipo de pelo y eso: “Son temas ya, de, de mujer tan no sé qué”, y añade que Belmonte: “Está guapísima”.

Durante el resto de la entrevista Belmonte se queja de la poca consideración de su deporte con relación a la que tiene el fútbol. (SER, *El larguero*, 16 de diciembre).

Queremos comparar esta entrevista anterior que hemos escuchado, realizada a una mujer de competición elitista, con otra que se realiza en el mismo espacio deportivo, pero durante otro conglomerado, al futbolista inglés Christian Karembé que juega en el Real Madrid. En este caso todas las preguntas que se le plantean giran en torno a su labor profesional. Ninguna de las cuestiones, o comentarios o reflexiones que se exponen, están relacionadas con su vida personal o con su estética. (SER, *El larguero*, 28 de enero).



## INTERPRETACIÓN

Hemos podido escuchar que los espacios radiofónicos deportivos que ofrecen contenido informativo sobre esta actividad lo anuncian bajo la denominación *deporte femenino* para referirse al que es practicado por mujeres exclusivamente.

Consecuentemente cuando lo que se ofrece a la audiencia es un contenido de corte deportivo, sin ningún tipo de adjetivación de género, se entiende implícitamente que es el practicado por los varones ya que en este caso no se anuncia como *deporte masculino*.

Son estos discursos en los que se implícita que el deporte pertenece al mundo masculino.

Esta es una forma más de segregación de estos dos universos que además se corresponde con una clasificación asimétrica y de subordinación del que es de índole femenino con respecto al masculino porque sus alocuciones al respecto ocupan un segundo plano. Es el primero el que queda representado en una posición de desvalorización bien porque el lugar que ocupa es el dedicado al final de cada espacio, bien porque es ofrecido a las audiencias como un caso de extraordinariedad, o incluso porque es invisibilizado.

La excepción la encontramos en el espacio *Radiogaceta de los deportes* de la radio pública. En él su presentador lanza un discurso en el que, aunque él sea un varón, se incluye como elemento perteneciente al equipo femenino de balonmano: “Hemos conseguido el objetivo, al menos ser subcampeonas del mundo”, además, feminizando el lenguaje.

Si las reflexiones anteriores son relativas a los discursos que han sido escuchados que versan sobre el deporte femenino en general, ocupamos ahora nuestra atención sobre el caso específico que acontece en *El larguero* de la SER durante la entrevista a Mireia Belmonte.

Este se conforma como un caso específico de representación del universo femenino deportivo en la radio española en el marco de este trabajo de investigación.

En el momento de abordar la interpretación de su entrevista lo primero que observamos desde una perspectiva general de la misma es que prácticamente en su totalidad tanto las preguntas que se le realizan como los comentarios al respecto por parte de quienes la entrevistan versan sobre asuntos de su estética, de su apariencia física, de su peinado y su forma de vestir, entre otros, es decir, se encuentran muy alejados de aquellos que serían los propios para realizar en durante una entrevista a campeona mundial de natación.

Ante estas circunstancias nos preguntamos: ¿Si la entrevista hubiera sido a un deportista las preguntas serían similares? Para contestar a esta cuestión hemos incluido en este mismo epígrafe una que se le realiza al futbolista Christian Karembé en la que podemos escuchar que todas las preguntas y los comentarios formulados durante la misma giran en torno a su labor profesional.

### 7.9.3.- Las mujeres representadas por sí mismas

Una forma de representación de la mujer desde el punto de vista lingüístico es a través de los discursos que ella misma construye y transmite.

Consecuentemente en este valor vamos a observar estas circunstancias desde tres perspectivas:

- ✓ La que se refiere a la circunstancia en la que una mujer se cita a sí misma utilizando la palabra *uno*, es decir, un vocablo de género gramatical masculino.
- ✓ La mujer que se nombra a sí misma utilizando para ello palabras de género gramatical masculino excepto *uno*.
- ✓ La forma en la que una mujer se refiere a otras mujeres.

### 7.9.3.1.- La mujer que se refiere a sí misma mediante la palabra *uno*

Durante el período de escucha de los discursos que han sido radiados durante el período seleccionado como muestra de este trabajo de investigación se han observado algunos producidos cuando una mujer se refiere a sí misma utilizando para ello el término *uno*, es decir, una palabra de género gramatical masculino que se utiliza para referenciar un universo también masculino.

#### AUDICIONES

Durante la entrevista que realiza Ramón García a la psicóloga Patricia García sobre los efectos de la ingesta de alcohol en la conducción ella opina que: “Uno se siente pletórico y pierde los límites”. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

Julia Otero lee una mención publicitaria de la venta de capones de Cascajares, que como ya cocinados: “Uno se ahorra muchísimo trabajo”. (OC, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

Ángel Expósito entrevista a Soraya Sáez de Santamaría. Como respuesta a una de las preguntas la segunda comenta: “Pues mire, donde uno le ponen tiene que considerar que es lo más importante y hacerlo lo mejor posible”. (COPE, *La mañana*, 8 de enero).

Una periodista realiza un comentario sobre la responsabilidad que cada persona tiene en cuanto a la publicación de sus vidas privadas en internet: “La precaución a veces comienza por uno mismo”. (COPE, *La tarde*, 28 de enero).

Noelia López es entrevistada por ser la autora del blog *Me niego a ser la agenda de mi hija por el watsap* quien explica las consecuencias que conlleva la autoexclusión de un grupo de una red social: “Cuando uno se va”. (SER, *La ventana*, 28 de enero de 2015).

Isabel Gemio entrevista a Alice Fauveau fundadora de *Focus on women* la primera agencia de viajes para mujeres quien afirma que: “Cuando uno viaja, pues, es que no está en contacto con mujeres, no conoce la realidad, porque la percepción que uno tiene

normalmente cuando viaja es a través de una mirada masculina porque son quienes están presentes en el sector turístico". (OC, *Te doy mi palabra*, 8 de marzo).

El comentario que pronuncia la directora del espacio Cristina López mientras suena una canción en plano de fondo haciendo alusión a las altas temperaturas que hay ese día: "Sí que se puede uno poner a cantar con el calor". (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

Por su parte, en las radios especializadas hemos encontrado los siguientes casos:

En una entrevista a la psicóloga Neus Calleja sobre las compras compulsivas en Navidad, esta cuenta: "Vamos con nuestras tarjetas de crédito y uno tiene la sensación de que gasta". (ONDAMUJER.COM, *Familia*, 15 de diciembre).

Manuela Battaglini, presidenta de *Aerocon*, durante una entrevista dice: "Cuando uno comunica" refiriéndose en primera persona a las acciones que se han de emprender desde su empresa. (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 17 de diciembre).

Durante la entrevista a Magdalena Rodríguez, desarrolladora de la aplicación *GPSGay*, ella se refiere a sí misma: "Cuando uno", y añade que su red social de contactos LGTB es: "Donde uno se puede expresar libremente". (ONDAARCOIRIS.COM, *Tecnología*, 19 de diciembre).

La actriz Evlin Pérez opina sobre las oportunidades de la soltería a la que se refiere diciendo: "Cuando uno está soltero". (ONDAMUJER.COM, *Pareja*, 20 de diciembre).

Las presentadoras del espacio de motor Ángela Fernández y Verónica Márquez dicen: "Si eres uno de los que lleva soñando toda la vida con tener uno, este es tu momento" sobre una subasta de automóviles de la película *Batman*, y añaden: "Estás de suerte si eres uno de los fans de la serie". (ONDAMUJER.COM, *Ocio*, 21 de diciembre).

Durante una entrevista a la coach Cris Moltó, la entrevistada reflexiona sobre lo: "Que uno tiene que hacer y uno debe de hacer". (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 28 de enero).

### 7.9.3.2.- La mujer que se refiere a sí misma utilizando términos de género gramatical masculino

Otra forma en la que la mujer queda representada es a través de los discursos que ella misma difunde mediante su masculinización, es decir, utilizando términos masculinos aunque existan otros en su variedad gramatical femenina.

#### AUDICIONES

Los audios referentes a las radios convencionales son:

Pepa Fernández opina sobre una canción de Luis Mariano que suena en este momento sobre la que dice que sirve: "Para despertarse no sé, pero para sentirse arrulladito, sí". (RNE, *No es un día cualquiera*, 21 de diciembre).

La directora de cine Gracia Querejeta reflexiona acerca del interés que la ha cautivado para rodar filmes: "Los que tenemos voluntad y ganas y pasión". (SER, *A vivir que son dos días*, 8 de marzo).

Con respecto a las radios especializadas:

Beatriz Amilibia, CEO de una empresa de telemedicina afirma que: "Los pacientes somos...". (ONDAMUJER.COM, *Salud*, 16 de diciembre).

Una periodista entrevista a la *coach* Elena López Casares a quien le dice: "Como compañeros que somos de los medios de comunicación". (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 18 de diciembre).

La directora de marketing Adriana Arias se refiere así sobre los emoticonos que son utilizados en las redes de mensajería: "Es diferente si estás pletórico [...]. Nos sentimos orgullosos de ser pioneros de seguir desarrollando y seguir innovando en este tipo de..., de lenguaje". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 19 de diciembre).

Una periodista al entrevistar a Ana Torregrosa sobre su empresa *The Shopping State* afirma que: "Nosotros somos consumidores". (ONDAMUJER.COM, *Especiales*, 19 de diciembre).

La presentadora Rosetta (de la que no se dice su apellido) nos anuncia el tema del espacio del día con el título: "Cómo ser tu marketing manager", y posteriormente explica que es una condición esencial para tener éxito: "Cómo se quiere posicionar uno". Da varios ejemplos de marcas comerciales de empresas y cómo han llegado a posicionarse en el mercado: "Hay compañías de seguros que se posicionan como un amigo". Da consejos en el modo de actuación frente a los demás: "Si eres bueno y no lo pareces, malo. Pero si eres malo y pareces bueno, yo creo que es mucho peor ", "Al que aparenta y no lo es...", "Si la gente..., el consumidor ya tiene muy aprendido que...", "Lo más importante es tener claro quién eres y cómo quieres ser percibido", "Aunque uno llegue a tocar el suelo remontará el vuelo [...]. Uno no tiene por qué ser el fin de una etapa profesional". Posteriormente realiza una entrevista a Beatriz Recio creadora de la página *Woman Talent* quien afirma que para salvar los obstáculos que se nos presentan en la vida dependemos de nuestra: "Actitud, de madurez, [...] de ti mismo, de seguridad en ti mismo", "Uno al final es el que decide", "Se trata de apostar por uno mismo". (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 19 de diciembre).

#### 7.9.3.3.- Mujeres que nombran a otras mujeres

En este caso damos cuenta de aquellos discursos en los que una mujer se refiere no a ella misma, como en los casos anteriores, sino a otras. Es una forma más de representación del universo femenino construido por las propias mujeres.

#### AUDICIONES

Escuchamos que una periodista entrevista a una hacker y le pregunta: "¿Eres un hacker, no?". La invitada al final de la entrevista y aun sabiendo que la entrevistadora es mujer le da las gracias diciendo: "A vosotros". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 15 de diciembre).

Entrevista a Paloma Llana, abogada experta en tecnología sobre los ataques informáticos, se despide: "Gracias a vosotros". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 15 de diciembre).

Entrevista a Patricia Moreira, directora general de Ayuda en Acción, se despide: "Muchas gracias a vosotros". (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 15 de diciembre).

Entrevista a María López Herranz, *coach* profesional, sobre cómo gestionar las emociones negativas, se despide: "Felices fiestas para vosotros". (ONDAMUJER.COM, *Formación*, 17 de diciembre).

Entrevista a la *coach* Elena López Casares que participa como tal en varios programas de televisión, se despide diciendo: "Muchísimas gracias a vosotros". (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 18 de diciembre)

Entrevista a Ana Torregrosa sobre su empresa *The Shopping Stage*, se despide: "Muchas gracias a vosotros". (ONDAMUJER.COM, *Especiales*, 19 de diciembre).

La presentadora de este espacio anuncia que hablará de la red de mensajería *Line* y dice: "Para los que no lo conocáis". (ONDAMUJER.COM, *Tecnología*, 19 de diciembre).

Un periodista, durante una entrevista a Mireia Mambo que es la protagonista del musical *Sister Act*, cuenta que: "Hay un elenco de artistas catalanes inmejorables, ¿no?, que llevan muchos años encima de las tablas.", "Tienes como compañeras a Angels Goyalons, a Fermín Reixach y a Silvia abril, que yo creo que son unos de los protagonistas indiscutible siempre de la escena catalana. ¿Cómo es compartir el escenario con gente tan importante como ellos?", a lo que la entrevistada contesta: "Estoy aprendiendo muchísimo de cada uno de ellos". (ONDAARCOIRIS.COM, *Entrevista*, 21 de diciembre).

Las presentadoras del espacio de motor Ángela Fernández y Verónica Márquez aunque saludan a la audiencia diciendo que son: "Bienvenidas" y reclaman su atención: "Estad muy atentas", posteriormente al anunciar el contenido de este espacio dicen: "A los

apasionados del cine y del motor les va a gustar". (ONDAMUJER.COM, *Ocio*, 21 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Analizando todos estos espacios que hemos relatado nos damos cuenta de que son muchos los casos en los que las propias mujeres elaboran discursos que utilizan el género masculino para nombrarse y designarse.

Nos referimos a aquellos en los que una mujer se refiere a sí misma utilizando para ello la palabra *uno* en vez de *una* que sería la correcta porque esta es de género gramatical femenino, como aquella persona a la que nombra, que es ella misma.

También hemos escuchado que una presentadora se masculiniza porque se siente *arrulladito* por *arrulladita*, y una directora de cine dice *los que tenemos voluntad*, por *las que* ya que ella se incluye en este discurso al utilizar la primera persona del plural del verbo tener y es una mujer.

Hemos observado otros discursos que, aun produciéndose por mujeres para referirse a otras mujeres en un contexto formado exclusivamente por ellas, también se construyen utilizando una estructura lingüística masculina. Por ejemplo, una presentadora le dice a una invitada *como compañeros que somos*, por *como compañeras*.

Un caso específico es el que se produce en el espacio *Formación* de la plataforma radiofónica de mujeres *ondamujer*. En ella se utiliza el anglicismo *manager* en vez de *manageress*. Su presentadora lo anuncia diciendo que es para conocer *Cómo se quiere posicionar uno*, cuando tratándose de una mujer que se dirige a una audiencia formada por mujeres debería haber dicho *Cómo se quiere posicionar una*. Añade que *Hay compañías de seguros que se posicionan como un amigo*, por *amiga* porque *compañía* es de género gramatical femenino. Y continúa diciendo: *Si eres bueno y no lo pareces, malo, pero si eres malo y pareces bueno, Uno no tiene por qué ser el fin de una etapa profesional*, todas estas frases están construidas desde una estructura masculina, aunque se refiera a mujeres.



Los casos más relevantes al respecto del uso del masculino para referirse a un universo femenino se producen precisamente en una plataforma radiofónica como *ondamujer* cuyos espacios están realizados por mujeres y dirigidos también a mujeres como se anuncia conveniente y reiteradamente durante sus emisiones.

Así escuchamos que tanto por parte de las mujeres que acuden a sus programas en calidad de invitadas como por parte de sus profesionales del medio, como son las presentadoras y periodistas, se despiden dando las *gracias a vosotros*, cuando quienes se encuentran en el estudio de radio son exclusivamente mujeres, por lo que deberían pronunciar *gracias a vosotras*. Por ello, creemos que deberían ser conocedoras de un uso correcto del lenguaje y de su poder de influencia sobre las audiencias, que, en este caso específico, está formado por mujeres en su mayoría.

En todas las descripciones que hemos expuesto en este valor se trata de mujeres que de una u otra forma reproducen los esquemas tradicionales masculinos al referirse a ellas mismas. Es otra de las versiones en las que se manifiesta el uso del masculino genérico como consecuencia del contexto social androcéntrico en el que se producen estos discursos en el que el centro de rotación y de gravedad está valorizado en el mundo masculino, también para las mujeres que hacen girar su lenguaje en torno a él.

#### 7.9.4.- Las mujeres en la política y en la literatura

En el mundo de las representaciones discursivas que se han producido en los espacios radiofónicos hemos encontrado dos contextos en los que se nombra lo femenino.

De esta manera, se conforma este valor de análisis en el que se da cuenta de cómo se construyen las alocuciones que referencian tanto a la política como a la literatura desde el género en tres perspectivas:

- ✓ La formación del nuevo gobierno en Grecia.
- ✓ Las alusiones a políticas que han destacado en el panorama internacional como son Margaret Thatcher, Michelle Bachelet y Hillary Clinton.
- ✓ El personaje Rosalinda Fox de la novela *Un jardín al norte*.

#### 7.9.4.1.- El nuevo gobierno griego

El nuevo gobierno griego que preside Tsipras no incorpora a mujeres en su gabinete. Esta noticia se incorpora a los espacios de actualidad.

#### AUDICIONES

Durante la entrevista a Blanca Estrella Ruiz presidenta de la *Asociación Clara Campoamor*, ella afirma que la sociedad ha dado marcha atrás en los derechos de la mujer y pone como ejemplo el nuevo gobierno griego en el que no hay mujeres, y que comete una ilegalidad porque la ley exige una representación igualitaria. (COPE, *La mañana*, 28 de enero).

Alfredo Menéndez explica en este espacio que: “No hay ni una sola mujer. En el nuevo gobierno de la nueva Grecia, viejas políticas porque son todo hombres. Tsipras se ha olvidado de la corbata pero también de la falda, es la crítica que más se repite en el país”. Al respecto, en la tertulia de actualidad política posterior de este mismo espacio Menéndez se dirige a Tonia Etxarri, la única mujer que participa en la misma junto a dos varones, para que haga: “Una primera reflexión al respecto”. Ella opina que le: “Parece un atraso” y que “Es denunciante”, añade que no le extraña porque los griegos son muy machistas: “Es muy probable que a muchas amigas mías, las que viven en Grecia no les haya extrañado nada aunque sí indignado”, “igual son las prisas” porque ha sido una: “Coalición tan express...”. Otro tertuliano, Miguel Ángel Gozalo, dice: “Es una herencia otomana”, a lo que Etxarri responde: “Esto es ironía, esto es ironía”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

Carlos Herrera dice que no le parece bien que los partidos de izquierda no critiquen al nuevo gobierno griego porque: “En ese gobierno no aparece ninguna señora”, y Ramón Tamames añade: “Ninguna Minerva”. Herrera dice: “En unos lugares las listas debían ser cremallera por imposición, a mí me parece, y ¿por qué no puede ser del todo de señoras?”. Otro tertuliano comenta: “A mí me parece muy bien que haya una izquierda que no sea tan fetichista y tan inútil como decir no, no..., lo ideal, se demuestra que uno es de izquierdas si hace una lista cremallera chico, chica, chico, chica”, a lo que Herrera

comenta: “A mí me parece muy bien, como si quieren hacer un gobierno de mujeres nada más”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 28 de enero).

Carlos Alsina informa que Pedro Sánchez al respecto de esta información: “Ha recriminado a Tsipras que sólo haya confiado a varones sus ministerios”, inmediatamente después se escucha al líder del PSOE diciendo que de la nueva formación de gobierno en Grecia: “Lo que me ha llamado la atención en negativo, es precisamente la ausencia de mujeres en el Consejo de Ministros Griego”. (ONDA CERO, *La brújula*, 28 de enero).

#### 7.9.4.2.- Margaret Thatcher, *La Dama de Hierro*

En esta categoría se ha incluido un espacio radiofónico a través de cuyos discursos queda representada Margaret Thatcher, conocida como *La Dama de Hierro*, entre otras políticas destacadas del panorama internacional como Michelle Bachelet y Hillary Clinton.

#### AUDICIONES

Una periodista entrevista a Angélica Fuentes, CEO del grupo *Omnilife*, luchadora por los derechos de las mujeres. Durante la misma ella nombra a Margaret Thatcher de la que dice que aun siendo una mujer no apoyó su lucha ni contribuyó a la igualdad, aunque ella la admiró porque trabajó muchísimo y comenta: “Le tocó a esta mujer vivir un momento en donde la mujer casi, casi, tenía que comportarse como hombre para ser tomada en cuenta. No se permitía reír, ahora y aunque fuera una mujer femenina, porque siempre vestía de una forma muy elegante”, añade: “Su comportamiento y... todo.... su forma de proyectarse era de una dama de hierro, con una fuerza interior absolutamente que podrías más bien asociarla con esa energía masculina, que todos tenemos, además, energía masculina y femenina, pero la parte masculina creo que la vivía con más presencia por lo mismo, porque segura estoy que en ese momento el haber sido un poco más... sensible se le hubiera visto como... una... dirigente débil, tristemente [...]. Yo creo que la sensibilidad que hoy podemos vivir las mujeres con la fortaleza que también nos caracteriza podemos resolver problemas de una forma mucho más pacífica y mucho más positiva en todo sentido”.

La entrevistada dice que admira a muchas otras mujeres, entre ellas las que destaca a presidentas de gobierno como Michel Bachelet o a Hillary Clinton porque dice de esta última: “Es una mujer sensible pero una mujer con una fortaleza impresionante”. (ONDAMUJER.COM, *Entrevistas*, 17 de diciembre).

#### 7.9.4.3.- Rosalinda Fox en *Un jardín al norte*

Durante el período de las emisiones radiofónicas que ha sido seleccionado en este trabajo de investigación se han producido dos entrevistas a un personaje mediático muy conocido popularmente como es Boris Izaguirre con motivo de la presentación de la novela que ha escrito titulada *Un jardín al norte* sobre la vida de Rosalinda Fox.

Ambas han sido incluidas en dos categorías diferentes ya que los discursos que se producen al respecto tratan diferentes asuntos. Concretamente en este epígrafe vamos a exponer la forma en la que quedan representados los personajes de dicha obra observándolo desde una perspectiva de género al prestar especial atención al tratamiento con el que, quienes participan en las entrevistas, se refieren al personaje principal de dicha novela que es una mujer. Posteriormente, en las categorías específicas referidas a la orientación del deseo, nos referiremos a la representación que se realiza sobre la homosexualidad también durante la emisión de los discursos vertidos en dichos contenidos.

La primera entrevista transcurre en el espacio *Esto me suena* de RNE el lunes 15 de diciembre y la segunda el martes 16 en *Hoy por hoy* de la Cadena SER.

#### AUDICIONES

Con respecto a la primera entrevista, realizada por José Antonio García, que es el presentador y el director del espacio, destacamos los siguientes discursos que lanza Boris Izaguirre sobre Rosalinda Fox a la que se refiere como *señora*:

- ✓ “Es una novela de una mujer que se enamora del hombre de su vida”,

- ✓ “Es una mujer, como ella bien dice, que no es que sea guapa, sino que sabe hacerse atractiva, ¿no?, todavía más interesante, todavía más... para que guste a otras mujeres...”,
- ✓ “Ella detestaba que se supiera su fecha de nacimiento”,
- ✓ “¿Qué niña no está enamorada de su padre?”,
- ✓ “Es que una persona pelirroja llama mucho la atención, y ser una espía pelirroja es lo máximo”,
- ✓ “No siempre estamos acostumbrados a que los súper héroes puedan ser mujeres, pero en este caso es un súper héroe femenino”.
- ✓ Sobre la relación de Fox con el político español de la época Juan Luis Beigveder, Izaguirre cuenta:
- ✓ “Juan Luis Beigveder la enamoró”,
- ✓ “Escoge a España como su patria porque es la patria de su verdadero amor”, en referencia a la elección por parte de Fox,
- ✓ “Sin embargo nunca fue su verdadero marido porque los dos estaban casados”, se refiere a que estaban casados con terceras personas,
- ✓ “Es una mujer *destrozahogares*”, en referencia a que tuvo relaciones sexuales con Beigvedere.
- ✓ “A Beigvedere le costó el cargo, le costó [...]. A Beigvedere lo apartaron porque tenían la sensación que la relación con Rosalinda Fox lo estaba a él haciéndose más partidario de los ingleses [...]”, “Beigvedere perdió el cargo y cayó en desgracia por ella”.
- ✓ Izaguirre añade, sobre la decisión que debería tomar la protagonista de su novela en el momento de contarle a su pareja su condición de espía, que: “Era una decisión increíble para una persona, y para una mujer”.
- ✓ Durante toda la entrevista tanto el presentador como Izaguirre se refieren en bastantes ocasiones al personaje femenino de la novela como Rosalinda, es decir, por su nombre de pila y al masculino como Beigvedere, es decir, por su apellido. (RNE, *Esto me suena*, 15 de diciembre).

En el caso de la segunda entrevista, radiada en el espacio *Hoy por hoy* de la Cadena SER, Izaguirre cuenta:

- ✓ “Una historia divina, una mujer tan estupenda como Rosalinda Fox hay que compartirla”,
- ✓ “En la ficción tenemos que ver a Rosalinda Fox como una mujer guapa. Pero es probable que ella misma, eh..., se creara esa guapura, como todas las cosas de Rosalinda Fox. Y es lo que yo creo que es el gran atractivo de Rosalinda Fox como heroína”,
- ✓ “Yo creo que Rosalinda es una héroe”,
- ✓ “Es una mujer que lucha por ser mujer”,
- ✓ “Yo he creado un súper héroe [...] sin capa pero con bolso”.

Gemma Nierga, presentadora y directora del espacio, al respecto de estas reflexiones realiza los siguientes comentarios:

- ✓ “Una mujer que fue una espía, una espía británica que se enamoró de un franquista”,
- ✓ “Una mujer que se enamora, primero del marido equivocado, con él tuvo un único hijo, un hijo muy querido, pero después, y esta es la parte de la novela que a mí me fascina, se enamora de un ministro franquista”,
- ✓ “Hablamos de una espía, de una mujer muy atractiva [...]. Más atractiva que guapa, pelirroja”.

Sobre ellos, uno de los periodistas que se encuentra en el estudio de radio dice: “No tan guapa como la actriz de la serie”.

Sobre el personaje Beigveder, Toño Fraguas, quien se encuentra en el estudio de radio aportando sus opiniones durante la entrevista, dice: “Tengo entendido que es bastante mujeriego”.

Izaguirre destaca el primer momento en el que se encuentran Rosalinda Fox y Beigveder en Berlín en 1936 cuando este le dice a ella: “Usted tiene que ir a Marruecos

porque en Marruecos está la hierba, y en la hierba está la esencia del hombre y el resto es asfalto”. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

En los discursos que hemos podido escuchar en los que se analiza la forma en la que quedan representadas las mujeres en los ámbitos de la política y de la literatura destacamos los aspectos que desarrollamos a continuación.

En cuanto a la formación del gobierno en Grecia hemos detectado que los comentarios que se vierten son críticos con la misma porque no incluye el número de mujeres que se esperaba de un estado democrático e igualitario.

Por regla general los comentarios que se vierten al respecto cuestionan esta circunstancia. Así oímos que se produce un atraso al respecto, que se ha dado marcha atrás en los derechos de las mujeres e incluso que con todo ello se comete una ilegalidad.

Destacamos la forma en la que Carlos Herrera, que también critica esta posición de desigualdad de la representación de la mujer en este ejecutivo, designa a las ministras que no han sido nombradas, utiliza para ello la palabra *señora*. Ramón Tamames las llama *minervas*.

Con respecto los comentarios que realiza Angélica Fuentes, que se presenta como luchadora por los derechos de las mujeres, sobre Margaret Thatcher en una radio especializada en mujeres destacamos que si bien elogia su figura como mujer luchadora hace alusión a su forma de vestir, es decir, parte del discurso que vierte alrededor de esta política lo dedica a informar sobre su estética. ¿Sucedería de igual forma si se tratase de un varón?

Fuentes también elabora un discurso con el que construye una representación masculinizada de esta política. Esto sucede porque dice de ella que era una mujer que tenía mucha energía masculina, es decir, que adjetiviza el vocablo *energía* con

características propias de un varón. A esto añade que tuvo que ocultar su carácter sensible para no ser tachada de debilidad.

Sobre la forma en la que queda representada el personaje Rosalinda Fox en la novela *Un jardín al norte* interpretamos lo siguiente:

Su valor como persona está vinculado al de la afectividad que siente hacia un varón, Juan Luis Beigveder. Ella es lo que siente por él. Ella vale lo que vale él. Ella es la que se enamora de él, de este no sabemos nada al respecto. De esta forma la mujer representa la pasión mientras que el varón la acción.

Se establece una relación sentimental extramatrimonial entre estos dos personajes de los que se cuentan que ya estaban casados, aun así, ella es calificada como: “Es una mujer *destrozahogares*”, de él no se dice nada al respecto aun encontrándose en la misma situación que Fox. También oímos al respecto: “Beigvedere perdió el cargo y cayó en desgracia por ella”. Ella se presenta como la responsable de la perdición de él.

Su descripción es sobre todo física: sus ropas, peinado, color de su pelo: "Ser una espía pelirroja es lo máximo". De esta forma ella adquiere la categoría de objeto de atracción.

Cuando se relaciona con una acción como es el de la heroicidad, su figura se masculiniza porque se dice de ella que es una súper héroe, cuando lo correcto sería haber dicho *súper heroína*. Esta circunstancia acontece en el espacio de la Cadena SER, sin embargo, en el de RNE sí se pronuncia correctamente.

#### 7.9.5.- La mujer de...

Los casos que se incluyen en esta categoría son aquellos discursos en los que se incluye la palabra *mujer* con el significado de esposa, es decir, no para nombrar a un género sino para designar un estado civil.



## AUDICIONES

Un periodista dice que: “Un matrimonio ha fallecido en Collado Villalba por la inhalación de gas procedente de una caldera defectuosa, el hombre falleció mientras intentaba ayudar a su mujer cuando ya estaba desvanecida”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 15 de diciembre).

Durante la lectura de los titulares de prensa del periódico *El Mundo* escuchamos: “La mujer del terrorista De Juana hace de puente entre Sortu y Venezuela. La esposa del terrorista huido...”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 15 de diciembre).

Escuchamos que en *Los Estados Unidos de Norteamérica* un asesino ha matado a varias personas: “La primera víctima sería su esposa”. (RNE, *24 horas*, 15 de diciembre).

El locutor pregunta: “Si hay algo del que no se puede salir es cuando tu novia o mujer te suelta aquello de... ¿qué tal me queda este vestido?”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

El crítico de televisión Ferrán Monegal se refiere “la esposa” (2 veces sin pronunciar su nombre) del personaje televisivo Frank de la Jungla y al representante de actores Mario Vaquerizo al que presenta a la audiencia como “el esposo” de la cantante Alaska. De todos los casos analizados este es el único en el que se nombra a un varón citándole con la categoría de *esposo*, es decir, relacionándolo sentimentalmente con otra persona. (ONDACERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

Ramón García pronuncia que: “La mujer de Jordi Pujol recibe una pitada a las puertas de su casa”. Además, en este caso se produce la invisibilización de esta mujer porque no pronuncia su nombre ni apellidos en la entradilla de la noticia, aunque sí en su desarrollo. (COPE, *La tarde*, 17 de diciembre).

Encontramos que en la radio pública dicen: “Jordi Pujol, su mujer Marta Ferrusola, ...”, añaden que: “Su mujer se negó a declarar”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

Por su parte, Paloma Tortajada lee en antena algunos comentarios que han enviado los oyentes por correo sobre la actualidad del día: “José Martínez dice que Pujol y su mujer...”. (COPE, *La mañana*, 28 de enero).

El director y presentador Juan Diego Guerrero entrevista a Michi Capriles a quien presenta como: “La esposa de Antonio Ledesma que es el alcalde de Caracas”. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 4 de julio).

Una periodista comenta la entrevista que le realiza Jesús Mariñas a Tamara Falcó en *La Razón*. Acerca de la misma se refiere Isabel Preysler como “la mujer” de Mario Vargas Llosa. (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

## INTERPRETACIÓN

Todos estos casos se conforman como ejercicios lingüísticos en los que lo femenino se presenta expuesto como dependiente de lo masculino. Es un uso asimétrico del lenguaje porque en vez de utilizar el término *mujerde* debería usarse *esposa*. El primero tiene el valor del segundo y además adquiere la connotación de dependencia de él.

### 7.9.6.- La violencia contra las mujeres

Aquí se da cuenta de los contenidos radiofónicos que giran en torno a informaciones relacionadas con la violencia hacia las mujeres.

## AUDICIONES

Alfredo Menéndez entrevista a la Inspectora Jefa Elena Palacios para hablar de la creación de un nuevo cuerpo de la Policía que tratará específicamente la violencia de género, violencia doméstica y violencia sexual. (RNE, *Las mañanas de rne*, 16 de diciembre).

En este espacio realizan varias entrevistas para hablar de la violencia de género. Blanca Estrella Ruiz, presidenta de la *Asociación Clara Campoamor*, comenta que la labor

educativa para prevenirla es fundamental y dice que: “Internacionalmente el único término legal es violencia de género”. (COPE, *La mañana*, 28 de enero)

Escuchamos una información que cuenta que tres jóvenes afganas han sido rociadas con ácido por acudir a la escuela (COPE, *Mediodía Cope*, 4 de julio) y (RNE, *14 horas*, 4 de julio).

## INTERPRETACIÓN

Hemos observado la escasa información que existe acerca de los contenidos radiofónicos que tratan específicamente sobre la violencia que se ejerce hacia las mujeres por el hecho de pertenecer a este género.

### 7.9.7.- Otros discursos de representación de la mujer

En este epígrafe se recogen aquellos audios con lo que se representa a la mujer que no se encuentran catalogados en los casos descritos anteriormente.

## AUDICIONES

Javi Nieves y una periodista entrevistan a Darío Villanueva, secretario de la Academia de la Lengua y director electo sobre el nuevo diccionario de la RAE. La periodista pregunta: “¿Va a haber más mujeres en la Academia?”, a lo que el invitado contesta: “Sin duda alguna, sin duda alguna. Es un déficit que la Academia tiene”, y a continuación cuenta que ha habido 5 mujeres integrantes en la institución. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre)

En este espacio se cuenta que las policías española y marroquí detienen a varias terroristas cuyo objetivo era la captación de mujeres para enviarlas a zonas de conflicto: “Su misión era captar a otras mujeres para enviarlas a zona de conflicto ya fuera para convertirse en terroristas suicidas o para satisfacer los deseos sexuales de los muyahidines”. Posteriormente escuchamos al respecto: “Y por supuesto para lavarles la ropa, cocinarles y engendrar hijos para la causa”. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 16 de diciembre).

En este otro programa se relata que: “La ONU advierte que en España las políticas de igualdad están amenazadas por la crisis”. Esta información es acerca de un informe de Naciones Unidas sobre la discriminación de la mujer que está afectando a la conciliación de la vida y a la igualdad de oportunidades, de esta forma y para evitar estas consecuencias, nos dicen que los expertos recomiendan no modificar la ley del aborto y para ilustrarlo radian un corte (en inglés, con traducción simultánea al castellano) de Francesca Drake que es la directora de la delegación internacional en el que se escuchan frases como: “En el caso de que la chica no quiera seguir con el embarazo y de acuerdo con las recomendaciones de la OMS y de otros organismos, la chica debería de poder interrumpir ese embarazo y además se le debería de nombrar un tutor legal para que pudiera estar bajo su protección”. (RNE, *24 horas*, 19 de diciembre).

Acerca de la noticia que nos cuenta que: “España es el tercer país del mundo en consumo de prostitución, después de Tailandia y Paraguay”, los periodistas Pablo Muñoz y Cristina López se refieren siempre a las prostitutas, en ningún caso hablan en masculino. La segunda afirma: “Es una forma, digamos, de esclavitud que mueve enormes cantidades de dinero, además”. (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

Juan Diego Guerrero despide a la periodista que ha terminado su sección con un resumen de noticias y, al leer la entradilla de la siguiente noticia, dice: “Ha sido un resumen de Mónica Cartes a la que tal vez le interese esta noticia. Vuelven las caravanas de solteros” y da paso a una periodista que amplía esta información desde la redacción de Castilla-León, cuenta entre otras cosas que: “Una caravana con 55 mujeres llega al pueblo de tan solo 264 habitantes, y quién sabe, quizás alguno de los mozos casaderos encuentre en ella al amor de su vida”, posteriormente se radia un corte de voz de Aída Rodrigo que es una de las organizadoras que cuenta que a raíz de haber hecho otras veces se han establecido relaciones de amistad. La periodista continúa: “los galanes de la montaña leonesa tendrán hasta la madrugada, baile de por medio, para intentar llegar al corazón de una de las cotizadas solteras”. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 5 de julio).

## INTERPRETACIÓN

Las formas en la que la mujer queda representada en los espacios radiofónicos giran en torno a labores de sumisión y de dependencia de un varón. Así escuchamos que "por supuesto" las que han sido captadas por una organización terrorista no lo son para emprender acciones de este tipo, es decir, causar el terror utilizando la violencia, sino que van a ser degradadas a meros objetos sexuales de los varones de la misma. También lo serán en labores domésticas, de cuidado de la familia y como proveedoras de hijos.

Cuando se comenta una información sobre prostitución la referencia se realiza hacia las mujeres, es decir, las prostitutas, lo que de forma implícita vincula a su clientela con los varones.

Otra representación es la que se realiza de aquellas mujeres que emprenden un viaje en una caravana que, simulando el filme que se ha convertido en un referente en este asunto, pretenden casarse porque este es el objetivo de su vida.

En el sentido contrario también hemos escuchado que la Real Academia de la Lengua tiene un déficit en cuanto al número de mujeres que la integran y que la ONU advierte que las políticas de igualdad de género en España están en riesgo.



## **CAPÍTULO 8. Análisis cualitativo del discurso radiofónico desde la perspectiva de la orientación del deseo**

Si en el capítulo anterior hemos realizado un análisis del discurso radiofónico desde la perspectiva del género, en este procedemos a ejecutarlo desde la orientación del deseo desarrollándolo en los siguiente epígrafes.

### **8.1.- La estereotipación que atiende a la orientación del deseo**

En este epígrafe nos ocuparemos de aquellos discursos en los que se detecta algún tipo de estereotipación relacionada con la orientación del deseo.

Para ello se observarán las referencias que se establecen en la difusión de alocuciones que respondan a esta circunstancia concreta, es decir, desde el uso de los prejuicios y de las imágenes convencionales con los que se conforma la conceptualización de la orientación de cada persona aludida.

Todo esto será abordado desde varias perspectivas:

- ✓ La primera contemplará los tipos de perfil, es decir, la personalidad, forma de actuación y comportamiento con los que se representa a la población homosexual desde su estereotipación.
- ✓ Posteriormente se describirán aquellos audios específicos que, contruidos según unos parámetros articulados desde la sociedad heteronormativa, vinculan desde ciertos aspectos a la población homosexual masculina con los propios de la mujer heterosexual. Todo desde una otorgación social y cultural, además de manera implícita.

#### **8.1.1.- El gay es blando y se mueve en un mundo de color y fantasía**

En este valor nos ocupamos de observar aquellos contenidos radiofónicos en los que se establece una relación entre las personas homosexuales y el tipo de comportamiento con el que se les asocia desde planteamientos culturales estereotipados.

## AUDICIONES

Uno de los dos locutores que intervienen en este espacio se despiden de la audiencia diciendo: "Un besito para las *mariliendres*". (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 17 de diciembre).

Durante una entrevista al cantante y actor Frank Romero este opina que después de haber anunciado públicamente su homosexualidad: "Si ahora si digo que soy gay, ya no me van a llamar para hacer galanes, no me van a llamar para hacer de chico..., el tipo duro de la película tal, o que se enrolla con la actriz tal, o no sé qué", y añade que su compañero, que también es actor, Hugo Silva: "Que es un tipo heterosexual" tiene: "Un comportamiento completamente normal" refiriéndose a que interpreta papeles de varón heterosexual. (ONDAARCOIRIS.COM, *Especiales*, 19 de diciembre).

Durante la entrevista a Mireia Mambo, protagonista del musical *Sister Act*, el periodista que la realiza dice que dicha obra: "Me parece un poco gay" y añade: "Te voy a decir el gay, por qué. Porque si no me equivoco sacáis más de 190 trajes sobre el escenario, 40 pelucas, o sea, esto supone más que el *Priscilla* dado que *Priscilla* en sí es un espectáculo de ver, pero claro, todo lo que sacáis es como muy brillantina al aire". La actriz contesta: "Muy cierto todo". El entrevistador concluye preguntando directamente: "¿Hay un poco gay en la obra?", ella: "Sí, sí, sí, yo creo que sí". (ONDAARCOIRIS.COM, *Entrevista*, 21 de diciembre).

Un periodista entrevista al *Dj* Thiago de Oliveira quien afirma que: "Me gusta la música electrónica, me gusta, las fiestas gays porque, la comparación entre las fiestas gays y las fiestas de hetero, para mí es que las fiestas gay son más tranquilas [...] la gente está ahí más [...] para disfrutar, eh", y añade: "No hay peleas, ¿sabes? No hay mal rollo". El entrevistador le pregunta si el estilo gay y el heterosexual de música son diferentes a lo que el entrevistado afirma que sí aunque no explica cuáles son dichas diferencias. (ONDAARCOIRIS.COM, *Música*, 28 de enero).



## INTERPRETACIÓN

Hemos podido escuchar que el comportamiento asociado a la población masculina homosexual, porque no escuchamos referencias a la femenina, es el que se corresponde con el propio de una persona cobarde. Así, según escuchamos al actor Frank Romero, que se declara homosexual en la entrevista, si públicamente anuncia que es gay se le va a negar la posibilidad de interpretar un papel que se corresponda con el perfil del personaje duro de la película. Tampoco lo podrá realizar si el personaje de ficción tiene una orientación del deseo heterosexual. También se puede deducir del discurso de este mismo actor que la orientación homosexual se considera como propia de un comportamiento anormal ya que explica que otro actor muy conocido popularmente, como es Hugo Silva, tiene: “Un comportamiento completamente normal” porque es heterosexual e interpreta papeles en la ficción como tal.

En este sentido también hemos escuchado que un *Dj* explica que las fiestas gays en las que trabaja son más tranquilas que aquellas a las que acude población heterosexual porque en ellas: “No hay peleas, ¿sabes? No hay mal rollo”. Con este discurso se realiza una representación del universo homosexual originada a través del uso de un estereotipo, o prejuicio, que considera que las personas que tienen esta orientación son más blandas o que tienen un comportamiento más pacífico y calmado, es decir, más pasivo que el resto de la población porque se aleja de la acción. Ante todo esto nos preguntamos: ¿se puede conocer la orientación del deseo de las personas que participan en una fiesta? Además, este entrevistado aunque no sepa definirlo cuenta que la música que escuchan los gays es diferente a la que escuchan los heterosexuales. ¿Cómo se conoce esta circunstancia? Consideramos aquí que este es un caso más en el que se prejuzga a un grupo de personas.

En correspondencia con la construcción de este estereotipo también encontramos un discurso en el que se relaciona a los gays con un universo de fantasía y de color. Así, durante la entrevista a la actriz Mireia Mambo quien participa en el musical *Sister Act* tanto entrevistador como entrevistada afirman categóricamente que dicha obra teatral es gay porque en ella se sacan: “Más de 190 trajes sobre el escenario, 40 pelucas, o sea, esto supone más que el *Priscilla* dado que *Priscilla* en sí es un espectáculo de ver, pero

claro, todo lo que sacáis es como muy brillantina al aire". Este caso se conforma con el estereotipo que relaciona al universo homosexual con un mundo de superficialidad.

Por último, se quiere destacar que todos los audios que se han encontrado con respecto a esta categoría se han producido en una plataforma radiofónica especializada que se dirige precisamente a una audiencia concreta que es la que pertenece a los grupos LGTBI. Y además, que insonoriza a las lesbianas porque no las nombra.

### 8.1.2.- Los varones gays y las mujeres heterosexuales

En este valor se han incluido aquellos discursos en los que se relacionan la conducta y la forma de actuación de los varones homosexuales con el que la sociedad heteronormativa ha establecido como propio y característico de las mujeres heterosexuales.

#### AUDICIONES

Durante una entrevista el cineasta Carlos Durrif cuenta que: "Mira, todos los chicos gays, cuando éramos niños nos encantaban las *barbies*, nos encantaban, o sea, el ser gay desde un punto de vista de un hombre tiene un punto de idealización de la mujer, de tu madre, de tu hermana mayor, de tu, o sea, yo creo que todos los niños hemos estado muy unidos a nuestras madres, los niños gays, y de alguna manera pues idealizamos a la mujer, pues, y las *barbies*, ¡las *barbies* nos encantaban!, y todo lo que fuera, que además era lo prohibido porque no podías jugar con ellas, una cosa escondida". (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 18 de diciembre).

#### INTERPRETACIÓN

Hemos podido escuchar cómo en una radio que se autodefine como de contenido homosexual un varón difunde un discurso en el que cuenta que a los niños gays les gusta jugar con las muñecas. De esta forma y mediante esta alocución se establece una relación entre el comportamiento de estos con respecto al de las niñas heterosexuales porque ambos tienen las mismas aficiones. Todo esto, además, acontece en un programa cuyo título es *Cultura*.

## 8.2.- La representación de la población LGTBI en los espacios radiofónicos

En esta categoría han sido incluidas las alocuciones en las que se realiza alguna referencia de la población LGTBI mediante su alusión de forma explícita con el objetivo de exponer cómo es representada desde el discurso radiofónico.

Como este valor incluye numerosos casos ha sido clasificado atendiendo a los siguientes epígrafes en los que se recogen aquellos discursos que se han difundido en los espacios radiofónicos que forman parte de la muestra de esta investigación. Con ellos se ha conformado la siguiente ordenación de carácter emergente:

- ✓ Los contenidos en los que se referencia a la homosexualidad como su objeto principal informativo desde diferentes perspectivas.
- ✓ Informaciones que referencian lo *queer* y a las *drag queens*.
- ✓ Cómo es la representación radiofónica que se realiza de la celebración del Orgullo LGTBI en España.
- ✓ Contenidos en los que se declara la heteronormatividad como modelo exclusivo y universal con respecto a las relaciones y la convivencia.
- ✓ La reivindicación de la visibilidad LGTBI en nuestro contexto contemporáneo heteronormativo.
- ✓ El estudio de una circunstancia que ha sido detectada: el silenciamiento del lesbianismo en la representación del universo homosexual.
- ✓ Alocuciones en las que se referencia a la homofobia, la transfobia y la lesbifobia.

### 8.2.1.- Informaciones que referencian a la homosexualidad específicamente

Se van a describir aquellas alocuciones en cuyo contenido se nombra de forma directa y evidente a la orientación del deseo homosexual realizando consecuentemente una representación mediática de la misma.

Como el material obtenido es cuantioso para su mejor exposición se ha realizado una clasificación de los discursos atendiendo a las siguientes subcategorías:

#### 8.2.1.1.- Persecución de los delitos de odio

En este caso se han observado aquellos contenidos que versan sobre la siguiente noticia: “El Ministerio del Interior ha dado a conocer las nuevas instrucciones que tienen los miembros de Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado para perseguir los delitos de odio”.

#### AUDICIONES

Escuchamos que los delitos de odio son: “Las agresiones con nuevas tecnologías y se investigará insultos que se produzcan en eventos deportivos”. (COPE, *La mañana*, 15 de diciembre).

Acerca de esta información la radio pública cuenta que: “La mayoría de estos delitos están relacionados con la orientación sexual de las víctimas”, posteriormente durante el desarrollo de esta noticia no se referencia este tipo de delito sino otros también de odio como son el racismo, la violencia en el deporte o hacia los discapacitados. Al final de esta información se radia un corte de voz del Secretario de estado de Seguridad Francisco Martínez que hace referencia exclusivamente al: “Odio religioso”. (RNE, *Diario de las dos*, 15 de diciembre).

En este otro espacio cuentan: “Cómo erradicar la violencia en el deporte. Delito de odio lo llaman que también incluye los motivados por racismo, orientación sexual o religión” y desarrollan la información centrándose en los delitos de odio que se producen en el entorno futbolístico. (OC, *Noticias mediodía*, 15 de diciembre).

Carles Francino comienza su programa contando: “La agresión sufrida por una pareja homosexual a manos de un grupo cuyos integrantes tenían toda la pinta de neonazis” y añade que las víctimas de este tipo de agresiones son: “Gays, lesbianas, transexuales, pero también inmigrantes, indigentes, incluso discapacitados”, posteriormente cuenta que todas tienen en común el odio porque: “Son delitos de odio”. A continuación, entrevista a María Teresa Verdugo, fiscal delegada de igualdad contra la discriminación que se refiere en todo momento a los delitos de odio en general, y a Ronnie de la Cruz vicepresidente de *Cogam-Madrid* que denuncia los delitos de odio hacia la población homosexual específicamente. (SER, *La ventana*, 15 de diciembre).

Nos cuentan que los delitos de odio están cuantificados en su mayoría por la orientación sexual, seguidos por los de racismo y por los de discapacidad, sin mencionar los delitos de odio por la orientación del deseo específicamente. (COPE, *La tarde*, 15 de diciembre).

En este espacio dicen que la mayoría de delitos de odio fueron por: “Orientación sexual”, y que: “Se quiere sensibilizar a la policía ante los ataques homófobos y dar una protección especial a las víctimas para que denuncien porque ahora mismo muchas de ellas no lo hacen por temor a represalias”. Radian dos cortes de voz de Francisco Martínez en los que se refiere a los delitos de odio en general. (SER, *Hora 25*, 15 de diciembre).

#### 8.2.1.2.- Agresiones

Se ha creado esta categoría para dar cuenta en ella de aquellas informaciones en las que son referenciadas las agresiones a homosexuales por razón de su orientación del deseo exclusivamente.

#### AUDICIONES

Con respecto a esta categoría escuchamos: “Dos jóvenes, uno menor, sufren una agresión homófona en Madrid. La pareja formada por dos chicos de 17 y 23 años fue agredida por un grupo de 10 jóvenes de estética neonazi cuando estaban en un parque cogidos de la mano” (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 15 de diciembre).

En la sección *La Mesa de redacción* se tratan diversos asuntos de forma desenfadada y tono distendido, entre ellos la directora y presentadora del espacio Julia Otero cuenta que: “En este fin de semana se ha vuelto a producir una agresión homófona en Madrid, que esta vez ha acabado con un menor en el hospital”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 15 de diciembre).

En este mismo espacio, pero perteneciente a otro día de emisión Julia Otero nos cuenta que: “Esta mañana se ha celebrado una besada gay en Madrid para protestar contra las agresiones homófobas” y añade que es por solidaridad: “Con la agresión terrible que sufrió una pareja de chicos que iban cogidos de la mano”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

#### 8.2.1.3.- Un caso: las entrevistas a Boris Izaguirre

Durante el período que compone la muestra seleccionada de las diferentes emisiones radiofónicas se han producido dos entrevistas a Boris Izaguirre del quien sabemos que es un personaje mediático muy conocido popularmente.

Como se trata de un varón que ha reconocido públicamente que su orientación del deseo es homosexual, hemos considerado incluir aquí sendas entrevistas ya que pueden ser consideradas como un modelo de representación de dicho colectivo. Todo por el poder de influencia que posee esta persona sobre quienes consumen tanto los programas de radio, como los de televisión, en los que participa con carácter de habitualidad.

Ambas se desarrollan como acto de promoción de la novela *Un jardín al norte* sobre la vida de Rosalinda Fox cuyo autor es el propio Izaguirre. Sus contenidos han sido catalogados en diferentes categorías, de tal manera que, si bien aquellas referencias que se realizan sobre la forma en la que queda representada Rosalinda Fox, que es el personaje principal de la novela, son incluidas en el epígrafe correspondiente a la representación de la mujer en los espacios radiofónicos, en este que aquí relatamos vamos a realizar una exposición de cómo queda representada la homosexualidad a través de los comentarios y reflexiones que realiza el propio Izaguirre.

## AUDICIONES

La primera entrevista transcurre en el espacio *Esto me suena* de RNE el lunes 15 de diciembre y la segunda el martes 16 en *Hoy por hoy* de la Cadena SER.

En la primera, el presentador y director del espacio José Antonio García al definir a Rosalinda Fox como: “Elegante, pelirroja, la pelirroja del Austin rojo”, le pregunta a Izaguirre: “¿Es el tipo de mujer que te hubiera gustado conocer,... o... incluso ser?”, a lo que él contesta: “Lo que pasa es que una persona pelirroja llama mucho la atención, y ser una espía pelirroja es lo máximo”, y añade: “Me hubiera encantado ser ese tipo de mujer que no le tiene miedo a nada o ese tipo de persona que no le tiene miedo a nada y que sabe conducir...”. (RNE, *Esto me suena*, 15 de diciembre).

Por su parte, la entrevista en la Cadena SER no empieza comentando sobre la novela sino que entre Gemma Nierga, Pepa Bueno y Boris Izaguirre comienzan a hablar de estética, técnicas de adelgazamiento, aspecto físico de ellos, dietas, etc., Pepa Bueno, al respecto dice: “Yo que venía preparadísima para hablar de glamour con Boris y acabamos hablando de lentejas”.

En un momento del transcurso de la misma Boris Izaguirre le dice a Gemma Nierga que es “divina”.

En el estudio además de Nierga e Izaguirre hay dos periodistas varones, Toño Fraguas y Carles Peña, entre ellos se dicen que: “Están guapos” y añaden: “Que van al gimnasio”, a lo que Nierga llama *momento gay friendly*.

Nierga pregunta a Izaguirre: “¿En tu novela no hay nada gay?”, a lo él contesta que uno de sus personajes varones se encuentra en una fiesta con mujeres y varones pero este reconoce que es el: “Único varón de la fiesta”, y añade: “Esto hoy sonaría fatal”.

Durante el transcurso de la entrevista Nierga reflexiona: “Cuando me encuentro con Boris me gusta decirle: “¿Qué tal?, ¿te gusta cómo voy vestida?”. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

### 8.2.1.4.- Otros discursos

Se incluyen aquí el resto de contenidos radiofónicos que, no perteneciendo a las subcategorías anteriores, se referencia en ellos a la homosexualidad de forma directa.

## AUDICIONES

La siguiente alocución es acerca de una información aparecida en el periódico *El País* de la que se da cuenta leyéndola: “Con la Guardia Baja. Un comentario que alerta sobre el repunte del SIDA entre los jóvenes homosexuales por una relajación en las medidas de protección”. (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 15 de diciembre).

En este programa radiofónico se relata que: “La fiscalía pide tres años y medio de cárcel para dos jóvenes que difundían presuntamente canciones contra judíos, gitanos, comunistas, y homosexuales”. (SER, *Hoy por hoy*, 16 de diciembre).

En una tertulia de actualidad política de la radio pública escuchamos las siguientes afirmaciones que vierte la periodista Toni Etxarri sobre el partido político griego *Amanecer Dorado* del que dice que: “Tiene gente homófona”, y añade que algunos nuevos ministros del mismo: “Que se mofaban hace muy poco en sus *tweets* del matrimonio..., del matrimonio homosexual y por eso ahí han comenzado, yo creo, que con paños calientes”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

## INTERPRETACIÓN

Varios son los aspectos que destacamos en el análisis de esta categoría discursiva.

Empezamos por observar el relato de la información que cuenta a la audiencia radiofónica que el Ministerio del Interior instruye a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado para que persigan los delitos de odio entre los que se encuentran las agresiones a la población LGTBI.

En este caso, si bien se incluye a la población LGTBI entre quienes potencialmente sufren dichas agresiones solamente el espacio *La ventana* de la SER lo especifica de esta manera ya que el resto alude de forma exclusiva a los homosexuales obviando las otras orientaciones.

Además, en la mayoría de los contenidos discursivos queda incluso invisibilizada la propia homosexualidad en cuanto a que se informa de otros tipos de delito de odio como



son hacia la población discapacitada, la violencia que se ejecuta en eventos deportivos o los de índole racista o xenófoba, de forma exclusiva.

Con respecto a los contenidos radiofónicos que cuentan las agresiones que sufre la población homosexual podemos escuchar que los comentarios que se realizan al respecto son de rechazo y de denuncia hacia ellos, por ejemplo, Julia Otero califica una de ellas con los términos "Agresión terrible".

Acerca de la representación discursiva que se realiza específicamente sobre la orientación del deseo de Boris Izaguirre destacamos los siguientes aspectos:

- ✓ Se le pregunta si le hubiera gustado ser una mujer, como el personaje de su novela, en lugar de un varón, es decir, se confunde su orientación del deseo con su identidad de género.
- ✓ Pepa Bueno adelanta al principio de la entrevista que ella estaba ya preparada para hablar de *glamour* por tratarse de este personaje, hemos de recordar que Izaguirre acude como escritor para promocionar su novela. En este caso se realiza una representación de su homosexualidad vinculándola no con un contexto cultural, el propio de la escritura, sino con un aspecto superficial y banal.
- ✓ Nierga denomina momento *gay friendly* el que se produce durante la entrevista y añade que los periodistas que la acompañan durante el transcurso de la misma son guapos y además acuden al gimnasio. Es una manera más de relacionar el universo gay con la superficialidad, la estética y la forma, no el fondo.
- ✓ La propia Nierga dice que cuando se encuentra con Izaguirre le gusta preguntarle si va bien vestida. Recordemos nuevamente que él es invitado como escritor, no como asesor de imagen o de estética.

### 8.2.2.- Informaciones que referencian a lo *queer* y a las *drag queens*

Los discursos que se han observado en los que se nombra o realiza algún tipo de referencia a las personas que pertenecen a los colectivos *queer* o a las *drag queens* y sobre quienes se realiza una representación radiofónica son los siguientes:

#### AUDICIONES

En referencia a la denominación *queer* hemos escuchado los siguientes audios:

En este primero dos periodistas varones entrevistan a Antonio Heras, periodista y escritor, ganador del concurso de literatura *Queer Luhu Editorial* al que él mismo denomina: "Marica o rara". Además de comentar con él la actualidad de programas de televisión como *Sálvame* o *Mamma Mía*, el entrevistado cuenta que está intentando averiguar desde hace muchos años si existe una literatura gay que definiría como: "La literatura que escriben gays, [...], la literatura que se escribe para gays, la literatura que contiene personajes gays. Es tan amplio", y añade: "Entonces si hay literatura gay hay literatura hetero, que sería toda la demás". (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 17 de diciembre).

En este otro espacio un periodista entrevista a Diego Manuel Béjar sobre la red social *Universo Gay* quien cuenta que esta plataforma de contactos es novedosa porque, al contrario de lo que sucede con otras, reconoce las diferentes identidades de género y la diversidad de las orientaciones sexuales como él mismo señala: "Con las teorías *queer* hay muchas definiciones distintas y a veces incluso se..., se contradicen entre ellas porque son corrientes distintas. Hay tantas maneras de definirse que, que, no tenía sentido seguir encorsetándolo en unas opciones limitadas, ¿no?". Y añade que hasta el momento de la aparición de esta red social las únicas opciones que aparecían en las mismas eran las de hombre o mujer. (ONDAARCOIRIS.COM, *Tecnología*, 18 de diciembre).

Sobre la denominación *drag queen* escuchamos que en este espacio Julia Otero describe a las *ave-frías*, que son unas aves que indican la llegada del frío invierno, diciendo: "Son como mariposas grandes que tuviesen unas alas negras y el pecho blanco. Son

preciosas y tienen un moño hacia atrás muy bonito”, sobre este asunto la propia Otero lee el comentario que ha enviado un oyente al respecto: “Tal como has descrito las *avefrías* parecen *drag queens*”. (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 19 de diciembre).

Incluimos también en esta categoría el siguiente contenido en el que se radia una canción de David Bowie del que se cuenta que ha intervenido en una película: “Muy rara” porque él es: “Raro como un demonio”, en referencia al personaje que interpreta en la película, de la que no se dice su título, dicen que: “Es una histérica, un poquito andrógina, un poquito ambigua”. (RNE, *Esto me suena*, 8 de enero).

## INTERPRETACIÓN

Los audios que se han escuchado en los que se nombre o referencie a lo *queer* solamente se han emitido en la plataforma de radio especializada ondaarcoiris.

En primer lugar, en ella escuchamos al ganador del concurso de literatura *Queer Luhu Editorial*, un escritor que lo denomina utilizando las palabras *marica* o *rara*, es decir, que vincula estos dos adjetivos a los que les otorga una significación equivalente. Además, durante la entrevista que se le realiza explica que existe una literatura específicamente gay a la que él mismo califica como tal explícitamente, de esta forma y según él mismo dice, el resto de obras que no lleven esta adjetivación es la de tipo heterosexual. Mediante el análisis de este discurso entendemos que si no se nombra la orientación del deseo es porque pertenece a la de tipo heterosexual de forma implícita. Hemos de añadir que, aun tratándose del ganador de un concurso literario, durante la entrevista se le pregunta por su opinión acerca de programas de televisión cuyo contenido son cotilleos como *Sálvame* o *Mamma mía*.

El segundo audio que escuchamos al respecto del uso del vocablo *queer* también se produce en la misma plataforma que el anterior. En este otro espacio se nos cuenta como novedad que debido a la interpretación de la teoría *queer* se reconocen diferentes identidades de género quedando de esta forma representadas en las redes sociales.

No se han encontrado discursos en los que se nombre lo *queer* en la radio convencional.

Con respecto al uso de *drag queen* hemos escuchado que en Onda Cero se establece una relación de representaciones entre esta denominación y un tipo de ave denominada *avefría* que son como mariposas y con una estética preciosa. Con ello se establece un paralelismo discursivo entre estas definiciones.

También se ha incluido en esta categoría un discurso escuchado en la radio pública en el que se realiza una referencia al cantante David Bowie a quien se denomina como “Raro como un demonio” porque es: “Es una histórica, un poquito andrógina, un poquito ambigua”.

### 8.2.3.- La celebración del Orgullo LGTBI en la radio

La semana que transcurre desde el lunes 25 de junio al domingo 5 de julio de 2015 se celebra la semana del Orgullo LGTBI. La mayoría de los actos reivindicativos suceden durante el fin de semana del 4 y 5 de julio.

#### AUDICIONES

Vamos a exponer a continuación cómo la radio convencional ha contado la celebración del Orgullo LGTBI. En primer lugar, nos referiremos a los espacios emitidos el sábado 4 y posteriormente al domingo 5 de julio.

En este espacio su directora y presentadora Cristina López relata que se celebran 10 años del: “Mal llamado matrimonio homosexual”, añadiendo que ella se decanta: “A favor del matrimonio entre el hombre y la mujer”. Realiza una entrevista a Ginés García Beltrán, obispo de Guadix y representante de los obispos con relación a los medios de comunicación, quien afirma: “El mundo de la homosexualidad es muy plural y complejo donde no se puede caer en las frivolidades. No todo es el Orgullo gay” y recuerda que el catecismo dice abiertamente, según ha recogido el Papa en sus declaraciones, que: “Las personas que tienen inclinación homosexual deben ser acogidas con respeto, con pasión y delicadeza”, ya que aunque: “La iglesia no juzga a nadie, [...] dice, pues, que los actos homosexuales son contrarios a la ley natural, ¿no? O que los actos homosexuales son intrínsecamente desordenados”. (COPE, *Fin de semana*, 4 de julio).

Escuchamos que: “Más de un millón de personas, según los organizadores, está previsto que salgan a las calles de Madrid para reivindicar las leyes para la igualdad”. (SER, *Hora 14 fin de semana*, 4 de julio).

Por su parte, la radio pública cuenta que: "Un Orgullo en el que van a estar muy presentes los diez años de matrimonio igualitario pero que también es momento para continuar reivindicando, una manifestación que este año lleva por lema leyes por la igualdad real ya y que está centrada en los retos pendientes, ley integral de transexualidad, un pacto de estado frente al VIH, medidas contra el acoso escolar y una ley por la igualdad contra la homofobia", esta información se ilustra con un corte de voz de Isabel Gómez de la Federación LGTB en el que demanda: “Una ley integral para la igualdad de lesbianas, gays, transexuales y bisexuales que incluya medidas de promoción. Hay intolerancia sobre todo en la escuela, que nos lleven a disminuir los delitos de odio”. (RNE, *14 horas fin de semana*, 4 de julio).

En Onda Cero podemos escuchar la siguiente alocución: “Madrid acoge esta tarde la manifestación del Orgullo. Acto central de la semana dedicada a gays y lesbianas con el lema de *Leyes por la igualdad real ya*”, al finalizar este espacio su director y presentador Juan Pablo Guerrero hace referencia a cantantes como Freddy Mercury, Elton John, Pet Shop Boys y Georges Michael del que se radia una canción, afirmando de ellos hay que destacar: “Su talento que es lo que de verdad importa”, y añade que este: “No entiende de orientación sexual”. Esta misma alocución la repite al día siguiente en el mismo programa y a la misma hora. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 4 de julio).

Con respecto al domingo 5 de julio hemos encontrado un espacio de reportajes de actualidad cuyo contenido se centra en la celebración del Orgullo LGTBI como acto reivindicativo.

Es el programa *Punto de fuga* en el que su director y presentador Pablo Morán realiza 3 entrevistas en profundidad:

La primera es a Federico Armenteros, presidente de la fundación *26 de diciembre*, quien explica que este nombre es en conmemoración de la fecha en la que se deroga parcialmente la ley de peligrosidad social en 1978, una ley que se promulgó durante la

dictadura franquista en la que la: “Diversidad sexual” era: “Perseguida, vilipendiada y castigada con cárcel [...] electroshock y lobotomía”. Este invitado denuncia tanto: “La homofobia interiorizada y a la homofobia estatal” que padecen los homosexuales mayores, a los que se dedica la fundación que preside, ya que las residencias de ancianos: “No están adaptadas para una diversidad, ¿no? Entramos a una heteronormatividad, y parece ser que todo el mundo tenemos que ser hetero..., heterosexuales, ¿no? Y ahí empieza el primer choque. Tú entras y siempre ves cuadros de un señor y una señora muy felices, dándose la mano. Nunca has visto en una residencia dos personas mayores besándose, dos mujeres lesbianas agarradas del brazo o en una actitud cariñosa. Y eso sí lo ves en chico y chica, ¿no? Entonces, eso ya es lo primero que te..., te echa un poco para atrás”. Posteriormente a la realización de estas reflexiones hace una comparación entre la homofobia con la esclavitud, el racismo y la xenofobia.

La segunda entrevista es a David Guerrero, presidente de *Titanes*: “El primer club de rugby inclusivo de nuestro país” que se ha creado: “Para romper clichés” quien denuncia la falta de normalización y visibilización homosexual en el mundo del deporte ya que muchas estrellas mediáticas temen ser insultados como: “Maricón” y así perder los patrocinios publicitarios. Explica que entre los “*heteromachos*” que juegan al rugby utilizan un lenguaje coloquial en el que los delanteros son conocidos como “los gordos” y los tres cuartos como “las bailarinas” y recalca que este término se utiliza con género gramatical femenino, es decir, que se les denomina como bailarinas y no como bailarines aunque sean varones.

La tercera entrevista se realiza a Óscar Manuel Escolano del colectivo *Crismhom*, asociación de cristianos LGTB, quien reflexiona sobre: “La homosexualidad dentro de la Iglesia”, respecto a lo que opina sobre su causa: “La sexualidad se considera básicamente como un mecanismo de procreación [...] conducida únicamente a tener hijos”. (SER, *Punto de fuga*, 5 de julio).

En cuanto a las radios especializadas respecta hemos encontrado los siguientes discursos emitidos a través de formato *podcast* en ondaarcoiris:

En este espacio cuyo título es *Macho Glam, tendencias del orgullo gay, el espejito tiene la respuesta* dos locutores se refieren a la celebración del Orgullo Gay desde una perspectiva festiva, es decir, alejada de toda reivindicación ya que tratan asuntos como

tendencias de moda de ropa. Uno de ellos lanza la pregunta retórica: "Espejito, espejito... ¿qué estará de tendencia este año?", y a continuación le pregunta al otro: "¿Cómo ves tú desde tu perspectiva hetero este rollo de la fiesta del Orgullo Gay?", a lo que el segundo responde que es: "Una fiesta tremendísima en Madrid, que aporta muchísimo dinero a la ciudad y que se viene celebrando desde hace unos años y la verdad es que se está muy, muy bien. La verdad es que se lo pasa uno genial". Los dos anuncian que tras la fiesta acabarán *pedo*, y añaden que ser gay no es una enfermedad y que apuestan por su normalización. Al final del espacio explican que existe una cirugía para engordar los penes. (ONDAARCOIRIS.COM, *Macho Glam*, 29 de junio).

Por su parte, en este otro espacio se entrevista a la cantante Soraya quien opina que en la fiesta del Orgullo: "Me gusta ver a la gente disfrazada" añade que ella demanda del Orgullo: "Sobre todo lo que yo busco del Orgullo que se ponga un poco de color a la ciudad de Madrid, que se le quite la sobriedad, la seriedad, de ser una ciudad en la que todo el mundo viene a trabajar....Me gusta que durante esos días haya gente que nos haga felices. Y a mí es que me encanta la carrera de los tacones, las carrozas, la gente está de buen humor, se ponen músicas por las calles", termina añadiendo que lo que desea es que: "Todo el mundo cargue pilas para lo que queda de verano". (ONDAARCOIRIS.COM, *Entrevista*, 2 de julio).

## INTERPRETACIÓN

La Cadena COPE reduce las reivindicaciones de la celebración del Orgullo LGTBI a la consecución del matrimonio igualitario que, por otra parte, es calificado como "Mal llamado matrimonio homosexual" ya que el único tipo es el que se puede celebrar entre un varón y una mujer. En esta cadena de emisoras también se ha escuchado un discurso contradictorio al respecto de la valoración sobre la población homosexual. Este se produce cuando un obispo dice que, si bien la Iglesia no debe juzgar a nadie, los actos homosexuales son contrarios a la ley natural porque son desordenados. Aquí entendemos que, si no hay que juzgar, ¿por qué se juzga la homosexualidad?

Además, en este caso se utiliza la expresión *acto homosexual*, no homosexualidad, entendiéndolo de forma implícita una acción. Es este un discurso que reduce directamente esta orientación del deseo con un acto concreto, específico y aislado en el

tiempo alejándolo, consecuentemente, de cualquier posibilidad de considerarla como una forma de orientación que conlleva un conjunto de acciones y pasiones que permanecen estáticas a lo largo de toda una vida, como realmente es.

La radio pública especifica que se trata de una reivindicación social, entre la que destaca la que se desarrolla en la escuela, en la que incluye a los grupos LGTB a los que identifica con el desglose del significado de cada una de sus siglas. Hace referencia a los delitos de odio y a la necesidad de la promoción de una legislación igualitaria.

En Onda Cero, si bien se da cuenta del carácter reivindicativo de esta celebración, el discurso informativo al respecto se adorna con música de carácter festivo.

De las programaciones convencionales la emisora que dedica más tiempo a esta información es la Cadena SER. En ella se dedica un espacio completo de treinta minutos, *Tiempo de fuga*, a informar no tanto de las características y del sentido de esta celebración específica sino a hacerlo de forma general entrevistando a tres varones homosexuales que se declaran abiertamente y públicamente como tales y que aportan sus testimonios personales al respecto. Son un representante de una asociación de jubilados, uno de un club deportivo y otro de una organización religiosa cristiana. Sus entrevistas versan sobre la situación en la que se encuentran estos tres colectivos, una realidad que queda representada a través de las respuestas que ofrecen ellos mismos.

La novedad que introduce este programa es que escapa de los convencionalismos y estereotipos que existen al respecto de la población homosexual ya que dichas entrevistas se realizan sin que en ningún momento se aluda a afirmaciones, como sí ocurría en los casos anteriores, relativas al carácter festivo de esta celebración ni a su aspecto lúdico. Tampoco las preguntas ni las respuestas giran en torno a una vinculación discursiva que relacione a la población homosexual con adjetivos que la declaren en este sentido. Además, los tres reivindican la visibilización de lo homosexual en tres contextos, en los mismos que ellos se mueven, como son el de la tercera edad, el universo del deporte y el de la religión cristiana.



Por todo esto se puede interpretar que la Cadena SER es la única que rompe, a través de la difusión de este programa, con los estereotipos con los que los medios de comunicación impregnan a la población homosexual de manera simplista.

Con respecto a los discursos que se han producido en las plataformas de formato especializado pertenecientes a este valor encontramos que solamente aparecen en ondaarcoiris de las dos que componen la población de este trabajo de investigación.

De esta forma oímos en ambos espacios que una celebración como la que aquí referenciamos no es referenciada en ningún momento por su carácter reivindicativo o social, sino que lo es por el festivo y lúdico.

Así escuchamos que es una fiesta para pasarlo bien, en las que se acaba *pedo* e incluso se incluye como contenido de este mismo espacio unos comentarios sobre la cirugía para engordar el pene.

También, en el otro programa analizado se observan discursos en los que se relaciona estos días con una fiesta de disfraces, una fiesta con carreras de tacones y carrozas. Es, según se dice, una fiesta para cargar pilas durante el verano, es decir, alejada de cualquier característica social.

Hemos de recalcar además que estos programas se emiten en una plataforma como ondaarcoiris que se presenta a la audiencia dirigida a un público homosexual en la que se incluyen asuntos interesantes para ella.

Para finalizar hemos de exponer que en ninguna de las informaciones con las que se conforma esta categoría lingüística se nombra a las lesbianas. Ni en las radios convencionales ni en las especializadas. Las únicas referencias se realizan a través de la pronunciación de las siglas LGTBI.

#### 8.2.4.- El contexto heteronormativo como modelo exclusivo de convivencia

Los discursos que relacionamos a continuación son aquellos en los que la heterosexualidad, de una u otra forma, es concebida como un modelo exclusivo y

universal de las relaciones humanas lo que comporta la invisibilización de otras orientaciones del deseo como sucede con la población LGTBI.

Esta circunstancia es contemplada desde dos perspectivas.

La primera es aquella en la que se utilizan vocablos como *pareja, familia, matrimonio, casamiento* u otros desde una acepción implícita cuya significación es la unión de un varón y una mujer ambos con una orientación heterosexual, es decir, que sin especificar esta, se entiende que así es.

La segunda es en la que se presenta un modelo de relaciones entre dos personas heterosexuales en las que sí queda especificada explícitamente.

#### 8.2.4.1.- El matrimonio, la pareja y la familia implícitamente heterosexuales

En esta categoría han sido incluidas las alocuciones en las que se hace referencia a un modelo heterosexual de relaciones de forma implícita.

#### AUDICIONES

En las radios de programación convencional hemos escuchado las siguientes alocuciones:

Acerca de la lectura de los titulares de prensa del periódico *El Mundo* se realiza el siguiente comentario sobre una noticia localizada en Venezuela: “En los últimos seis meses a atender a irlandeses, a la pareja de un diputado venezolano y ordenar sus finanzas”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 15 de diciembre).

Entre los tres locutores que están en el estudio plantean situaciones comprometidas, una de ellas es la de: “Tus amigos recién casados te pillan por banda en su casa con fotos de su boda”. (COPE, *La mañana*, 16 de diciembre).

Juan Baño se refiere al principal sospechoso que ha sido detenido como presunto asesino de un hincha del fútbol en una reyerta: “Un hombre casado, con dos hijos, taxista y con empleo”. (COPE, *El partido de las doce*, 16 de diciembre).

La periodista Maika Navarro sobre el mismo detenido al que hace referencia el discurso anterior dice que: “Está casado y con 2 hijos”. En el transcurso de la tertulia todos entienden que es heterosexual por los comentarios que realizan al respecto. (SER, *Hoy por hoy*, 17 de diciembre)

Juan Pedro Colmenarejo lee: “Las familias españolas partidarias de que los jóvenes” trabajen y estudien. (COPE, *La linterna*, 17 de diciembre).

José Luis Restán lee un fragmento de la catequesis del Papa Francisco sobre la familia en Navidad: “Dios eligió nacer en una familia humana que él mismo se había formado en un pueblo perdido”. (COPE, *El espejo*, 17 de diciembre).

En este espacio se solicita que la audiencia llame para opinar sobre el tema *Qué hacer para fortalecer su relación de pareja*. Una oyente cuenta que va a bailar con su pareja y eso les mantiene unidos, el locutor sobreentiende que su pareja es varón porque le pregunta: ¿No te pisa tu marido cuando bailáis?, aunque ella no hace referencia en ningún momento a su género.

Un oyente dice que conversa mucho con su pareja para evitar problemas y mantenerse unidos a lo que García le pregunta: ¿Cómo se llama tu mujer?

A otro oyente, García le pregunta: ¿Cuántos años llevas casado?, a lo que le contesta que no está casado sino que: “Vive en pareja” y cuenta que para mantener dicha relación lo que hacen ambos es: “Poner verde a la gente”, García le pregunta sobre si también lo hacen de la familia de ambos: ¿Vale de uno o de otro?, posteriormente también pregunta: ¿Quién es más chungo ella o tú? (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

Una periodista cuenta que la policía ha detenido a varias personas que alquilaban habitaciones ilegalmente a inmigrantes: “Los detenidos son un joven de 24 años y su pareja de 20, ambos españoles”, en ningún momento se especifica el género de su pareja. (ONDA CERO, *Noticias mediodía*, 19 de diciembre).

Durante la entrevista al joven actor Ricardo Gómez sobre el personaje que interpreta en la serie *Cuéntame* de TVE una oyente participa para opinar que: “Ya es hora” de que su personaje se busque una novia. Uno de los tertulianos que se encuentra en el estudio dice que se puede buscar una novia o un novio pero en este último caso: “Sería un escándalo”, a lo que la oyente contesta que: “Carlitos ya se sabe que no..., no...” queriendo decir de manera implícita que no es gay, por lo que: “Carlos necesita ya mismo una novia”. (SER, *Hoy por hoy*, 8 de enero).

Una periodista cuenta que utilizar las tarjetas bancarias de empresa para gastos personales es delito: “Así lo ha asegurado una sentencia que condena a un matrimonio que cargó 450 mil euros a la VISA de la empresa en la que ambos trabajaban”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

Ángel Expósito lee un resumen del estudio sobre comportamiento de la juventud española en sus relaciones de pareja publicado por la Secretaría de Estado de Servicios Sociales: “Uno de cada tres jóvenes españoles de entre 15 y 29 años ve aceptable controlar la vida de su pareja” y añade: “Muchos de nuestros jóvenes consideran normal, por ejemplo, decirle a su pareja si puede trabajar o no”. (COPE, *La mañana*, 28 de enero).

Sobre este mismo caso anterior el periodista Miguel Ángel Campo afirma: “Fue condenado un matrimonio a cuatro años de cárcel, cada miembro de la pareja...”, en ningún momento se refieren al género de este miembro de la pareja. (SER, *Hora 25*, 28 de enero).

Escuchamos a Antonio Herráiz: “Investigan la muerte de una pareja en Pontevedra”, posteriormente una periodista añade: “Los cuerpos de los jóvenes de 30 y 36 años han aparecido en el interior de un coche en un monte cercano a la localidad de Arbo en Pontevedra. La expareja de la mujer ha sido detenida”. (COPE, *Mediodía Cope*, 4 de julio).

En cuanto a las radios especializadas se refiere hemos encontrado un único caso perteneciente a esta categoría discursiva:

Carlos Durrif, director novel de cortos, dice que sus historias: "Están llenas de mujeres" y que le interesan las historias: "De mujeres fuertes, de las mujeres que se enfrentan a problemas. Solas, o en una situación un poco de..., y por supuesto el mundo, el mundo gay también me resulta importante". (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 18 de diciembre).

#### 8.2.4.2.- El matrimonio, la pareja y la familia explícitamente heterosexuales

En este caso se han observado aquellas frases en las que se referencia un modelo heterosexual de relaciones de las personas especificado en el discurso.

#### AUDICIONES

Sobre la programación de radio convencional:

Julia Otero dice: "Imputados el matrimonio Pujol y tres de sus vástagos". (ONDA CERO, *Julia en la onda*, 16 de diciembre).

Un periodista dice que el exgobernador de Florida Jeb Bush anuncia que competirá por la candidatura presidencial: "Está casado con una ciudadana estadounidense de origen mexicano, que está bien visto entre la comunidad latina". (ONDA CERO, *Herrera en la onda*, 17 de diciembre).

Aimar Bretos lee el siguiente titular: "Un matrimonio ha muerto esta mañana en un incendio declarado en su casa de la localidad valenciana de Rafelbuñol" que desarrolla una periodista desde Valencia haciendo mención explícita en su discurso a que dicho matrimonio está compuesto por una mujer y un varón. (SER, *Hoy por hoy*, 17 de diciembre).

Sobre la Semana de la *Fashion Week Mercedes Benz* un experto en moda: "Ahora hay muchísimas chicas que abren el armario de su pareja, de su chico, para quitarles la cazadora de cuero, la cazadora vaquera" (RNE, *Esto me suena*, 18 de diciembre).

Andrés Aberasturi comenta que el grupo musical *El barón y la baronesa Van Pallandt*: “Era una pareja como muy perfecta, porque eran guapos, altos, cantaban bien”. (RNE, *No es un día cualquiera*, 20 de diciembre).

Escuchamos que: “Los tres hijos del matrimonio imputados: Marta, Mireia y Pere han explicado que [...]”. (RNE, *Las mañanas de rne*, 28 de enero).

Juan Diego Guerrero, presentador y director de este espacio, dice: “En Galicia se ha encontrado a una pareja asesinada en el interior de un coche situado en una zona apartada del municipio de Arbo en Pontevedra”, una periodista continúa: “Las víctimas tenían entre 36 y 30 años y mantenían una relación sentimental. El hombre presenta heridas por arma blanca y la mujer falleció por impactos de bala. La policía ha detenido como sospechoso a su expareja sentimental”. (ONDA CERO, *Noticias fin de semana*, 4 de julio).

El corresponsal en Japón le cuenta a Cristina López que hay hoteles en los que: “Se permite, por ejemplo, que el huésped pueda dormir abrazado a una mujer durante un rato. [...] Y esto no tiene nada, no tiene nada sexual, es simplemente para personas que no tienen novia o que están solos. [...] Pueden dormir abrazados a una mujer para tener cierto contacto humano”. (COPE, *Fin de semana*, 5 de julio de 2015).

En cuanto a las radios especializadas encontramos el siguiente caso que versa sobre la violencia intragénero:

Un periodista entrevista al jurista Luis Javier Sánchez para que aporte una opinión formada sobre la violencia dentro de las parejas del mismo género a raíz de la información aparecida en los medios que cuenta el asesinato de un actor vasco: “A manos de su pareja varón”. Sánchez recalca que la violencia de género es: “Desde un punto de vista legal, sólo y exclusivamente, la violencia que existe del hombre hacia la mujer”, añade que dicha violencia no es patrimonio: “De las parejas heterosexuales”. (ONDAARCOIRIS.COM, *Asesoramiento*, 16 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

Mediante la escucha de los audios que componen esta categoría discursiva se puede interpretar lo siguiente:

En los casos en los que se hace referencia a una familia, un matrimonio o una pareja, u otros conceptos relacionados con estos mismos significados, se establece de forma implícita una imagen mental que representa a estos grupos de personas compuestos por una mujer y un varón, es decir, ambos con una orientación del deseo heterosexual. Y esto sucede sin que en ningún momento se explique, utilizando algún término o recurso lingüístico para ello, que directamente nos lo especifique.

Así entendemos que el taxista acusado de asesinato es heterosexual porque está casado con una mujer aunque no se especifique el género de esta, de igual forma una oyente entiende que el personaje Carlitos de la serie Cuéntame es heterosexual por lo que ha de buscarse una novia, no un novio.

También sucede de igual forma cuando la audiencia interviene vía telefónica en un espacio radiofónico para contar qué actividades lúdicas ejercen con sus parejas. Así se da el caso en el que cuando un oyente hace referencia a su pareja, sin pronunciar cuál es su género, el presentador directamente se refiere a una mujer porque establece que ambos son heterosexuales.

Esta circunstancia acontece en varias ocasiones al respecto de los audios escuchados, sin embargo, en ninguno sucede, al contrario, es decir, que de forma implícita sea representada una pareja formada por dos varones o dos mujeres de orientación homosexuales.

Todo esto se conforma porque el imaginario colectivo establece una vinculación, que no deja de ser virtual, entre el uso de vocablos como pareja, familia, matrimonio con la heterosexualidad.

### 8.2.5.- Reivindicación de la visibilidad LGTBI

Los discursos incluidos en esta categoría son aquellos en los que se visibiliza una representación LGTBI de la sociedad.

#### AUDICIONES

Los casos que hemos encontrado pertenecen de forma exclusiva a la radio especializada en temas LGTBI:

La periodista que entrevista al realizador de audiovisuales LGTB Carlos Durrif reflexiona sobre la visibilización de la homosexualidad: "Yo creo que eso también se da aquí en Onda Arco Iris. Es decir, hay gente que nos escuchará pues porque eh..., le parece que es una radio que visibiliza y otra gente pues que dirá que, que nos falta no sé qué o que nos falta no sé cuál. Es decir, yo creo que es un discurso que todo el colectivo, todo el mundo LGTB pues debería de..., de tomar en cuenta y creo que lo que hay que hacer, el siguiente paso ya es visibilizar, es decir, estamos aquí, reivindicar lo nuestro, sí, por supuesto, pero hay que visibilizar y ¿cómo?, pues normalizando y dando espacio a lo que hacemos nosotros".

Al respecto, el entrevistado opina que los filmes que no tengan personajes gays o los que sí traten a estos "De una forma natural" no deben participar en los festivales LGTB porque: "Ya es otra historia. Ya estás normalizándolo. Los festivales que tienen esta temática, yo sinceramente creo que deberían seguir apoyando la crítica, la denuncia, la especialización de ese campo". Durrif también cuenta que tiene que empezar a haber películas con personajes gays pero que: "La historia sea completamente diferente" y critica la inclusión en muchas películas del personaje gay gracioso, y añade que debe haber historias cinematográficas en las que incluso: "El príncipe que en vez de ir a rescatar a la princesa vaya a rescatar a otro príncipe". (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 18 de diciembre).

Un periodista entrevista a Magdalena Rodríguez, desarrolladora de la red social de contactos LGTB que se denomina *GPSGay* quien comenta que en esta red social se puede visibilizar la orientación y el deseo sexuales de cada perfil sin necesidad de



ocultarlo como ocurre en otras como *Facebook*. (ONDAARCOIRIS.COM, *Tecnología*, 19 de diciembre).

Durante la entrevista el actor y cantante Frank Romero se declara gay y dice que le gustaría formar una familia tradicional y "formalizarla" porque le gustaría tener un marido y unos hijos para celebrar juntos la Navidad al estilo tradicional. (ONDAARCOIRIS.COM, *Especiales*, 19 de diciembre).

Entrevista a la actriz Mónica Aragón quien interpreta el musical *El otro lado de la cama* cuya trama es las relaciones que tienen varias parejas y amigos, ella deja claro: "Todo tipo de parejas". (ONDAARCOIRIS.COM, *Entrevista*, 20 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

La conclusión principal a la que llegamos con la observación de estos audios es que la reivindicación de la visibilidad LGTBI se realiza de forma exclusiva desde una plataforma radiofónica especializada en asuntos que afectan a este grupo de población.

### 8.2.6.- El silenciamiento del lesbianismo en un universo homosexual masculinizado

Se han incluido en este nivel discursivo aquellos comentarios y reflexiones que se han realizado en los espacios radiofónicos seleccionados en los que, si bien se visibilizan tanto el género como la orientación LGTBI, esto se acomete en el entorno de un contexto en el que lo femenino queda relegado a una segunda posición con respecto a lo masculino. De esta forma nos referimos a aquellas alocuciones en las que las lesbianas sufren una ocultación son respecto a los varones homosexuales.

## AUDICIONES

Todos los discursos escuchados pertenecen a la radio especializada [www.ondaarcoiris.com](http://www.ondaarcoiris.com):

En la entrevista a la fotógrafa Sara Sánchez y a la colaboradora Irene Alcalde sobre la cuestión: "¿Existe una fotografía feminista comprometida con el mundo femenino y no

tan sometida a los mercados?", tanto la entrevistadora como las dos participantes se refieren en todo momento al feminismo reivindicativo relacionándolo con el lesbianismo. (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 15 de diciembre).

Entrevista a Jordi Sánchez, defensor del pueblo catalán, sobre la noticia de que un concejal del PP en Barcelona se niega a casar a dos lesbianas. Durante todo el desarrollo se refieren a "boda homosexual". (ONDAARCOIRIS.COM, *Política LGTB*, 16 de diciembre).

Un periodista entrevista a Mili Hernández, propietaria de la librería LGTB *Berkana* de Madrid y copropietaria de la editorial *Lega-Les*, sobre novedades editoriales, quienes se refieren durante su transcurso al universo gay sin nombrar específicamente al lesbianismo. (ONDAARCOIRIS.COM, *Cultura*, 17 de diciembre)

Otro caso similar al anterior es el de otro periodista que entrevista a Magdalena Rodríguez, desarrolladora de la red social de contactos LGTB *GPSGay*, quienes también se refieren al mundo gay sin referenciar en ningún momento al lesbianismo. (ONDAARCOIRIS.COM, *Tecnología*, 19 de diciembre).

Dos periodistas mujeres entrevistan al director de teatro Carlos de Matteis sobre la obra *Cállate y bésame* que cuenta la historia de amor entre dos lesbianas. Durante su desarrollo las referencias son constantes hacia "una relación homosexual" sin especificar que es lesbiana. (ONDAARCOIRIS.COM, *Entrevista*, 20 de diciembre).

## INTERPRETACIÓN

De esta forma, al igual que hemos comprobado que en el contexto heteronormativo la mujer es posicionada en la sumisión con respecto al poder que ejerce el varón, en el homosexual sucede algo similar.

Así, escuchamos por regla general que las lesbianas son silenciadas en los espacios radiofónicos cuando se trata de referenciar la homosexualidad. Es una forma de ocultación de lo femenino independientemente de la orientación del deseo.

### 8.2.7.- La homofobia, la transfobia y la lesbifobia

Los espacios en los que se realiza algún tipo de referencia tanto a la homofobia como a la transfobia y a la lesbifobia son los siguientes.

#### AUDICIONES

Un locutor entrevista a Ronnie de la Cruz, vicepresidente de *COGAM (Colectivo Gay de Madrid)*, sobre agresiones homofóbicas ocurridas en Madrid, quien denuncia la invisibilidad de este tipo de violencia. (ONDAARCOIRIS.COM, *Política LGTB*, 15 de diciembre).

Dos locutores entrevistan Joan Girón, psicólogo y coordinador del equipo educativo de *Colega* (colectivo LGTB de la Comunidad de Madrid) sobre la homofobia y la transfobia que existe en los centros educativos. (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 15 de diciembre).

En este espacio que trata el tema: *¿Cómo se vive la homofobia y la transfobia en las escuelas?* dos locutores varones entrevistan a Joan Girón, psicólogo y coordinador del equipo educativo de *Colega* (colectivo LGTB de la Comunidad de Madrid), sobre la homofobia y la transfobia en los centros educativos quien cuenta que uno de sus objetivos es: "Normalizar la orientación sexual de los alumnos" o salir del armario. Tanto los entrevistadores como el entrevistado utilizan siempre vocablos de género masculino como son: "Un adolescente, un alumno, los profesores, los tutores, los chavales, los estudiantes" para generalizar. Incluso los primeros llegan a decir: "Este estudiante, los estudiantes, sus alumnos" y "los AMPAS". No se refieren en ningún momento a la transfobia aunque el título del espacio sí lo refiera (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 15 de diciembre).

Entrevista a Eugeni Rodríguez, Presidente del Observatorio Contra la Homofobia, quien denuncia la existencia de este tipo de odio en la sociedad en general. (ONDAARCOIRIS.COM, *Política LGTB*, 16 de diciembre).

Dos periodistas comentan noticias de actualidad como la que aparece en el diario *20 minutos* en el que se relata que la revista *Science* ha realizado un estudio cuya conclusión principal es que una persona puede modificar su opinión sobre el matrimonio homosexual, desde una posición favorable sobre el mismo hacia otra en contra, en un corto espacio de tiempo, circunstancia que ellos definen como homofóbica. (ONDAARCOIRIS.COM, *Frecuencia gay*, 17 de diciembre).

Una periodista entrevista a Isabel Gómez, vocal de igualdad de la *FELGTB (Federación Española LGTB)* con motivo de la exclusión del acceso a las técnicas de reproducción in vitro de las mujeres que no tienen una pareja varón. La entrevista se centra en las acciones tomadas por parte de la población ante esta medida discriminatoria. (ONDAARCOIRIS.COM, *Entrevistas*, 18 de diciembre).

Una periodista entrevista a un concejal de Novelda, Alicante, que recibe es insultado como *maricón* por otro del PP. (ONDAARCOIRS.COM, *Actualidad*, 8 de enero).

## INTERPRETACIÓN

Si hemos comprobado con la gran cantidad de cortes radiofónicos que hemos expuesto en este trabajo de investigación que, en un universo de representaciones y relaciones heteronormativas, lo femenino se encuentra posicionado en una categoría de orden inferior con respecto lo masculino, podemos concluir que esta realidad también acontece en el que respecta al universo homosexual.

De esta forma, ante el relato de los discursos que hemos observado en los que se trata el tema de la homofobia comprobamos que la lesbifobia se encuentra silenciada.

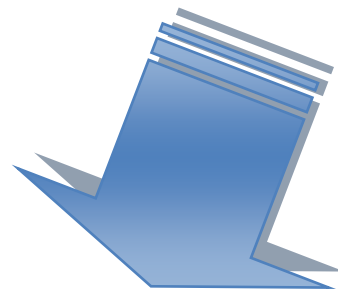
Es un caso más de invisibilización de la mujer ya posea esta una orientación del deseo homosexual o heterosexual.

Por otra parte, también hemos observado que todos los casos escuchados pertenecen a ondaarcoiris y son con carácter de denuncia y de reivindicación.



**BLOQUE 4. EL ANÁLISIS DE LA  
NARRATIVA DE TRES GRUPOS DE  
DISCUSIÓN. LAS OPINIONES DEL  
PROFESORADO, EL ALUMNADO Y LA  
AUDIENCIA RADIOFÓNICA**

Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica



“Through producing a turn hearable as an answer, for example, a speaker shows that she has heard the prior turn as a question; or through producing (appropriately-timed) laughter, a speaker shows she has recognized – and appreciated – the punchline of a joke. Such displayed understandings of prior talk are referred to as “participants’ orientations”.

(Wilkinson & Kitzinger, 2008:5).

Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica



En este bloque se presentan las reflexiones que han surgido durante el desarrollo de los grupos de discusión.

Una técnica que, utilizada a modo de instrumentalización y ejecutada como análisis de trabajo, ya ha sido justificada y explicada convenientemente en el apartado correspondiente en el que se han incluido las consultas bibliográficas y las validaciones académicas requeridas para ello.

La observación de lo narrado se desarrolla en los dos capítulos siguientes. En el primero se ofrece su discusión y en el segundo las conclusiones.

La redacción de ambos se ha ordenado según los temas que se han tratado identificando a cada uno de los hablantes. Es esta una forma de contextualizar aquello que dice y en qué grupo lo hace<sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> La organización y disposición de los grupos, los asuntos tratados así como su cualificación y cuantificación se puede consultar en el epígrafe 6.5.2.1.- *Realización de tres grupos: composición, ubicación espacio-temporal y moderación.*

Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

## **CAPÍTULO 9. La discusión acerca de las reflexiones vertidas sobre la radio, la educación, el género y la orientación del deseo**

Para un mejor entendimiento de su redacción, la discusión de la discursiva grupal se ha clasificado según los asuntos tratados<sup>15</sup> ordenándola en los siguientes apartados:

1. Asuntos generales planteados a los tres grupos:
  1. Significados y conceptualización del sexo, el género y la orientación del deseo.
  2. Vinculación entre ellos y el medio radiofónico.
  3. Reflexiones obtenidas a partir de casos concretos mediante la reproducción de cortes de radio.
2. Cuestiones que afectan al profesorado exclusivamente en su ejercicio docente sobre el género y la orientación del deseo.
3. Temas dirigidos al alumnado exclusivamente acerca de la forma en la que la contemplan su educación sobre el género y la orientación del deseo.

### **9.1.- El género y la orientación del deseo. Las formas en las que se manifiestan**

En este epígrafe se van a exponer los comentarios realizados en la primera parte. En ella se han planteado asuntos de carácter general a los tres grupos.

Durante la misma se realizan diferentes preguntas con el objetivo de conocer cómo se interpretan y conceptualizan los significados de tres categorías humanas como son el sexo, el género y la orientación del deseo. Todo a partir de la formulación de las siguientes cuestiones con las que se quieren conocer las opiniones sobre estos aspectos:

---

<sup>15</sup> El relato completo de las cuestiones que se plantean a cada uno de los grupos se puede consultar en el apartado 6.5.2.2.- *Los asuntos a discutir. Reflexiones sobre la educación, la radio, el género y la orientación del deseo.*

Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

- ✓ Cuáles son los significados de: el sexo, el género y la orientación del deseo. Qué tipos hay y si su existencia se debe a un orden natural o social.
- ✓ La relación que existe entre el sexo que posee una persona y su género. Si hay algún tipo de correspondencia entre ambos y desde qué planteamientos están vinculados.
- ✓ De qué manera se manifiestan y expresan estas categorías humanas.
- ✓ Qué factores o agentes influyen en su adopción y la forma en la que se desarrollan.
- ✓ Si existe un comportamiento asociado a cada una de ellas, ¿cómo se adquiere?

#### 9.1.1.- El sexo es biológico y el género una manifestación cultural. La orientación del deseo queda reducida a la atracción sexual

Sobre la formulación de las primeras preguntas:

- ✓ ¿Sabéis lo que es el sexo, el género y la orientación del deseo de una persona?
- ✓ ¿Qué relación existe entre el sexo de una persona, su género y su orientación?

se ha observado que todos los participantes establecen una clara y evidente diferenciación entre lo que es el sexo y el género, es decir, que se reconocen adecuadamente sus significados. Es de esta forma como el primero se relaciona con unas características biológicas, las mismas que son otorgadas por la naturaleza y quedan expresadas en unos genitales concretos, mientras que el segundo se desarrolla a través de una adquisición cultural obtenida con el aprendizaje.

Sobre el significado de la orientación del deseo, todos excepto una profesora, opinan que se corresponde con el deseo sexual que, además, está condicionado por el género. De esta manera, la definen reduciendo su significación a una atracción explícitamente

carnal aunque sabemos, según se ha explicado en el marco teórico de este mismo trabajo<sup>16</sup>, que actúa también sobre los afectos y los sentimientos.

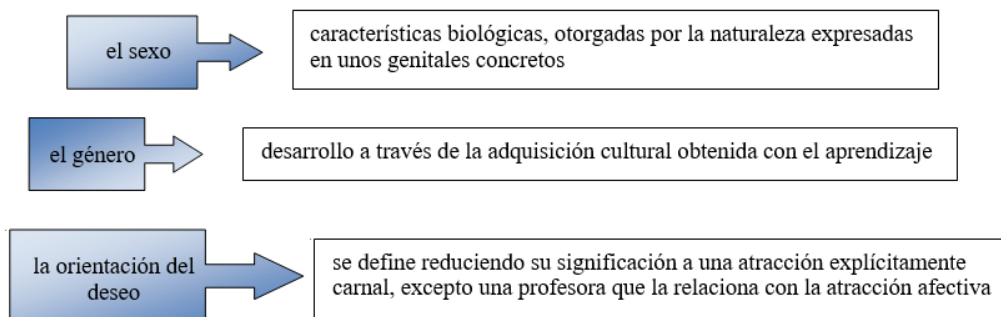
De este modo, esta participante es la única que hace referencia a la orientación del deseo como la forma humana de sentir una atracción afectiva por alguien. Un comentario que desarrolla de la siguiente forma:

PROFESORA-3: En la medida en que culturalmente está mal visto determinadas orientaciones sexuales, entonces hay muchas personas que se sienten reprimidas y que no exteriorizan sus propios sentimientos, su propia orientación por miedo a la sociedad en general, a la familia, a su cultura, a su forma de vida y eso es negativo para las personas. Luego eso crea mucho conflicto.

En el mismo observamos que relaciona discursivamente la orientación del deseo, sin especificar su tipo, con la opresión y la represión social. Por ello, deducimos que se refiere a la de tipo homosexual exclusivamente porque la heterosexual no sufre de esta marginación a la que ella se refiere.

El resumen acerca de dichas reflexiones las vemos reflejadas en la siguiente figura:

Figura 14. Definiciones y conceptualizaciones vertidas en los grupos acerca de los términos: sexo, género y orientación del deseo. Elaboración y fuente propias.



<sup>16</sup>La exposición de las definiciones y significados se encuentra convenientemente redactada en el apartado *CAPÍTULO 3. La orientación del deseo* de este mismo trabajo.

### 9.1.2.- La binariedad como expresión exclusiva

Durante el tratamiento, como tema de debate, de la forma en la que las tres categorías se manifiestan, hemos detectado que en la mayoría de los comentarios se establece una concepción que las instala en la binariedad. Así, son planteadas entendiéndolas como una expresión extrema, excluyente y exclusiva de algo con respecto a su contraria.

Esto lo podemos verificar en una discursiva que explícitamente explica que:

- ✓ El sexo: o bien se nace hombre o bien se nace mujer,
- ✓ El género: o se adopta una identidad masculina o una femenina,
- ✓ La orientación del deseo: o se es homosexual o heterosexual.

Es así como comprobamos que toda esta discursiva rechaza o invisibiliza implícitamente otras posibilidades, como escuchamos en el grupo del profesorado sobre el género:

PROFESOR-3: O de cara a la sociedad: masculino y femenino, es lo que te ponen en la declaración de la renta...

[...]

PROFESORA-4: Es que siempre desde pequeña género masculino o femenino. Es verdad, no lo sé. Siempre parto de ahí. El género masculino o femenino, por lo menos esa es la educación que he tenido yo.

PROFESORA-1: Además, parece como obligatorio...

PROFESORA-4: Pertenecer a uno de los dos que si no, no me siento identificada.

En el grupo de la audiencia también se opina en este mismo sentido:

OYENTE VARÓN-1: El género es la diferencia entre un hombre y una mujer.

Las excepciones a las consideraciones de la binariedad las encontramos en boca del profesorado. Es de este modo como una mujer y un varón introducen en sus discursos la visibilización de otras alternativas:

PROFESOR-2: Aparte de esos dos géneros principales pues tendríamos con otras alternativas de género eh..., también incluso con esos estereotipos, o sea, eh...

PROFESOR-1: Ahora empieza a haber un debate en el que sexo y género no tienen por qué ir a la par y posiblemente hay más géneros que sexos.

También la orientación del deseo, en todos los grupos excepto en el que está formado por la audiencia, es planteada desde una dicotomía binaria. La misma que la representa de forma exclusiva conceptualizándola como heterosexual u homosexual.

La excepción a la que nos referimos la encontramos en las reflexiones del grupo formado por la audiencia expresadas por un varón y dos mujeres. En ellas se explica que, lejos de ser binaria, puede incluir otras posibilidades, las que aparecen en un continuo en el que posiciona también la bisexualidad, un discurso que introduce por primera vez este término de manera explícita. Esto se produce en un discurso producido por un oyente que dejó claras las diferencias entre *sexo* y *género* aunque ahora utilice el primer término en vez del segundo:

OYENTE VARÓN-3. Yo creo que estaría la heterosexual y la homosexual y a partir de ahí, yo lo entiendo como un continuo de si esto es la heterosexualidad y esto es la homosexualidad, que me gustan las personas del sexo contrario o me gustan mucho las personas del mismo sexo, eso es un continuo de me van a poder gustar, voy a poder ser bisexual, es decir, que me gustan tanto los tíos como las tías, siendo tío o tía, pero puede que me gusten más lo tíos o puede que me gusten más las tías, es decir, en un continuo no tengo que estar en un extremo o en otro, puedo estar entremedias.

Este comentario es apoyado por una oyente que, mezclando la orientación con el género en la misma frase, introduce la *intersexualidad*, lo que es ratificado por otra que cree que existen una gran cantidad de tipos de orientación:

OYENTE MUJER-3: Bisexual, eh..., asexual, intersexual.

OYENTE MUJER-4: Muchísimas.

Con respecto al grupo del alumnado, también en él se refieren a la intersexualidad en un discurso en el que introduce este término del que sabemos que no se ciñe a la binariedad sexual:

ALUMNA-4: Eso por ejemplo es intersexual creo, es que hay conceptos que realmente no..., a veces, a mí me dijeron lo de intersexual y no sabía ni que existía esa palabra que, yo era como, mmm, no sé lo que es, sabía que era lo de *me siento binario, no binario* y luego ya descubrí que, por ejemplo, existía esa palabra. Palabras que están ahí y lo conoce, eso es lo que he dicho, lo conoce la persona que busca la información de *me siento así*, entonces, encuentra una definición con lo que etiquetarse, con lo que definirse, pero es que los demás, si no estás metido en ese mundo a lo mejor no sabes realmente lo que es.

ALUMNA-3: Pero la diferencia de esas personas son las que cuando tú les dices, por ejemplo, *soy intersexual* son las personas que ni siquiera se interesan, o las personas que te dicen *oye, quiero saber qué es eso, ¿sabes?*

### 9.1.3.- La transexualidad también existe

A raíz de los comentarios anteriores, es decir, de aquellos en los que a través de la interpretación implícita de la discursiva tanto el género como la orientación quedan expresados desde la binariedad, los participantes introducen referencias al transgénero y a la transexualidad.

Un profesor explica lo que él entiende por el primero:



PROFESOR-2: Sí porque, cuando se habla de personas transgénero es, de alguna manera es por eso, tienes una percepción de ti mismo que es distinta.

Sobre el mismo, también se vierten comentarios en el grupo del alumnado en el que un varón se refiere a la transexualidad en los siguientes términos, además incluyéndola como una diversificación del género:

ALUMNO-3: [...] Tú naces con una serie de órganos sexuales y ese es tu sexo, eh..., pero a lo largo de tu vida van desarrollando una personalidad que no puede, no tiene que ser acorde al sexo que se te ha puesto, entonces es donde ya entran los, los, los transexuales, los diversos géneros que hay, es decir, actualmente en esta sociedad no se puede, no nos podemos quedar con tú eres niño, tú eres niña, y ahí toda la vida, no se puede, no sé yo lo veo así.

Al respecto, una alumna introduce y define el término *agénero*:

ALUMNA-2: Hombre, en principio la sociedad lo que nos impone, *eres chica, rosa, vestido*, no puedes hacer ciertas cosas y al chico *puedes hacer totalmente lo contrario*, pero como ahora estamos en la época de la diversidad cada vez se está viendo que no, que a lo mejor eres chica, y eres agénero, es decir, que no eres ni chica ni chico, o eres un chico trans, o, o..., mil historias más. Sabes?, es que es increíble, y al final la persona se va dando cuenta aunque la sociedad nos imponga algo, tú sabes quién eres, por mucho que te digan.

De esta manera, estos participantes explican lo que ellos entienden por *transexualidad* aunque observamos que la reducen a un aspecto quirúrgico. De esta manera es valorada por su calidad física y determinada por los órganos genitales exclusivamente, y no como una identidad de género<sup>17</sup> *per se*. Así se escucha en estos dos ejemplos de dos grupos diferentes:

ALUMNA-1: Yo, por ejemplo, tengo una amiga que ella ha nacido con un cuerpo de mujer pero ella se siente identificada como un hombre pero

---

<sup>17</sup> La bibliografía consultada en la que se explica que la transexualidad es una identidad que escapa al condicionamiento social que impone un género determinado según el sexo biológico de la persona está explicada convenientemente en el apartado 2.3.2.- *La transexualidad*.

no se quiere operar para ser hombre pero ni nada por el estilo pero quiere que le llamen de chico que le digan *el* y que le digan esas cosas.

OYENTE VARÓN-1. Pero a día de hoy el sexo también se puede cambiar, es decir, te puedes operar.

#### 9.1.4.- Los convencionalismos y el uso social influyen poderosamente en la adquisición de la identidad de género y la orientación del deseo

Después de escuchar en los comentarios anteriores que las características propias del género son fruto de una adquisición cultural o aprendida, queremos saber qué factores influyen en ello.

Las respuestas coinciden en apuntar que son los convencionalismos que la sociedad impone los que intervienen en mayor medida, como lo explica explícitamente una oyente:

OYENTE MUJER-3: Al final si es un, lo que te impone la sociedad, es lo que te impone la sociedad, los comportamientos que se supone que tú tienes que tener por haber nacido mujer o hombre.

En este mismo sentido opina este alumno, quien explica cómo cree él que se manifiestan las imposiciones sociales:

ALUMNO-4: [...] El problema es el..., la..., los pensamientos de esta sociedad que, que es súper clasista, o sea, hombre si has nacido hombre es hombre, mujer y si quieres ser mujer pues, ah, pues te aguantas y eres hombre porque lo eres y ya ahí te van a machacar como, como siempre por la sociedad de mierda que estamos viviendo.

Este comentario abre un debate que se ve reflejado en las siguientes reflexiones:

ALUMNA-3: Pues, normalmente por culpa de la sociedad en la que vivimos la gente se siente identificada con el sexo por ejemplo que tiene, aunque no siempre es así.

ALUMNO-2: Yo creo que una persona cuando nace le viene asignado biológicamente un sexo y crece y mediante la sociedad se recalca que el sexo femenino y masculino son distintos pero en la sociedad que estamos ahora pues se está viendo que, que, el sexo es un estado mental no es un estado biológico. Tú puedes ser biológicamente un chico, no tiene absolutamente nada que ver con que tú, tú te sientas otra cosa porque tú eres libre de ser lo que tú quieres y viceversa [...].

Por su parte, en el grupo del profesorado también se vierten comentarios en este mismo sentido. Este profesor así lo manifiesta aunque no refiriéndose explícitamente a los convencionalismos sociales, sino utilizando para ello una expresión sinónima. Dice que es el *uso social* el factor impositivo que actúa sobre la adopción del género:

PROFESOR-2: En principio entiendo que históricamente el nacer con un aparato reproductor determinado determina cuál es tu género, entonces hay, entiendo que hay un uso social que al final es el que estipula que, claro, tú eres educado desde pequeño pues si tienes colita eres un niño y si no pues eres una niña.

Sobre la orientación del deseo, también los comentarios que se vierten giran en el mismo sentido. Nos explican que es el contexto social imperante el que condiciona su adopción:

PROFESOR-1: Pero tiene que encajar. Tiene usted genitales masculinos por lo tanto el género masculino, por lo tanto la orientación sexual tiene que ser *que me gusten las mujeres*. Y a partir de ahí cualquier variación empieza a generar problemas, pero también menos ahora que hace años.

PROFESORA-1: Tú eres un chico y te tienen que gustar las chicas. Y el conflicto entra cuando surge ese deseo *a mí las chicas me dan exactamente lo*

Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

*mismo, me parecen unas tías majísimas, como personas..., pero es que no me gustan, no me gustan físicamente, que es a lo que vamos con el deseo.*

#### 9.1.5.- La educación, una herramienta determinante que actúa sobre el género y la orientación

Como hemos observado, los comentarios realizados en los tres grupos concuerdan en opinar que las imposiciones y los usos sociales, como ellos mismos denominan, determinan la manera y la forma en la que se manifiestan tanto el género como la orientación del deseo.

Consecuentemente, continuando con este hilo argumental, ahora queremos conocer qué factores, agentes o instrumentos son los determinantes.

Para ello, lanzamos unas cuestiones concretas. Las mismas que quedan planteadas en los siguientes términos:

- ✓ ¿Qué factores influyen en su adopción y de qué orden son?
- ✓ ¿De qué dependen el comportamiento y la actitud que una persona tiene en lo referente a estas categorías?, ¿en qué lugar y de qué modo se adquieren?, ¿qué referentes existen que puedan ser tomados como modelos a copiar?

Sobre las respuestas obtenidas se observa que coinciden en un punto de inflexión. Es el que valoriza la educación como una herramienta fundamental en su proceso.

Esta opinión, que podría alcanzar la categoría de máxima reflexión como resumen de la discursiva vertida, se produce en los tres grupos en boca de todos sus participantes excepto en uno. Es el discurso de una profesora, es decir, de una profesional docente, quien cree que, más allá del proceso de aprendizaje, son los aspectos biológicos con los que una persona nace, los que determinan el comportamiento asociado a su género:

PROFESORA-2: Yo creo que sí influye lo biológico en el comportamiento. Yo creo que el sexo sí influye en el género. No creo que sea algo matemático, no

creo que alguien que nace con unos genitales concretos tenga que corresponderle ese género por narices pero sí creo que influye el que en cierto modo es determinante. Aparte, por supuesto, de la educación que también, que también...

Si nos detenemos en el análisis, es en el grupo formado por el alumnado en el que el aspecto educativo queda ensalzado de manera considerable como el factor más influyente.

En él se establece un pequeño debate entre un alumno y dos alumnas en el que explican la capacidad que poseen tanto los juguetes como los juegos que se ejecutan durante la infancia en ello. Con esta práctica discursiva observamos cómo son los más jóvenes de los tres grupos quienes relatan su influencia de manera tan determinante. Unas reflexiones que no referencian al género exclusivamente, sino que también se extienden con respecto a la orientación del deseo, como podemos escuchar:

ALUMNO-3: Yo creo que nada más nacer ya te lo van enseñando, tus regalos si eres chico ya van siendo, a lo mejor, un balón, un coche, si eres chica ya empieza a ser una *Barbie*... te van diciendo *tú el fútbol* o las chicas más el baile, eh, cosas que a lo mejor cuando eres pequeño no te das cuenta. Pero bueno, ¿esto por qué?, hay chicas a las que les gusta el fútbol, cuando eres chico te dicen *no llores eso es de nenas*, cuando ven a una chica jugando al fútbol igual, se ponen a, a decirla marimacho y al chico cuando está bailando le dicen igual, que si eres un mariquita o si eres una nena, y eso aunque hemos ido evolucionando está muy presente.

ALUMNA-3: Eso también se nota sobre todo en la infancia, por ejemplo, yo cuando me ponía a jugar con mis amigos chicos, las chicas se metían conmigo porque según ellas era un marimacho por estar jugando con los chicos.

ALUMNO-4: A mí me pasaba lo mismo cuando jugaba con las chicas. Bueno, pues que digan lo que quieran.

ALUMNA-3: La sociedad desde que somos pequeños es como, ummm, cocina, maquillaje para chicas, pelota de fútbol y coches para chicos, entonces vas

creciendo con eso, vas creciendo con eso y a medida que eres adolescente se van diferenciando, por ejemplo para mujeres empieza maquillaje, moda, para chicos *te hemos comprado... vas al fútbol y no sé qué*, y ya vas creciendo con eso en la cabeza y llega un punto en el que te empiezas a plantear tu propio género, tu propia sexualidad y con lo que has llegado a conocer es como *no soy yo, no soy normal, no soy una persona normal porque esto es lo que no me han enseñado*.

#### 9.1.6.- La educación formal segrega a los géneros: ellas enfermeras, ellos ingenieros

A partir de las afirmaciones anteriores en las que se expresa de manera explícita y categórica que la educación ejerce una influencia determinante en el género y la orientación del deseo, surgen de manera espontánea los siguientes comentarios.

Son aquellos en los que se explica, manifestándolo con ejemplos representativos testimoniales, que en la enseñanza formal, la que se imparte a través de las instituciones académicas, existe una relación muy directa entre el género de su alumnado y el tipo de formación en la que se matriculan.

Así, se narra una realidad, que es de hecho, la misma que puede ser observada cuantitativamente. Es la existencia que se produce en nuestro contexto, además sistemáticamente, en la que los chicos se matriculan en un tipo de estudios y las chicas en otro diferentes. Una segregación que determina, ya desde la adolescencia y juventud, las funciones que unos y otras ejercerán profesionalmente. La misma que marca diferentes roles en función del género según el trabajo que potencialmente desempeñarán.

Es así como los discursos del profesorado explican que esta diferenciación también influye en el aprendizaje del género:

PROFESORA-2: Vete a la facultad de enfermería o vete a una ingeniería. Y ahí yo sí creo que es educacional. Las mujeres valemos para cuidar, por supuesto entre comillas ¡eh!, y los hombres para traer el alimento a casa. Cada vez menos, eh.

PROFESORA-1: Sobre todo en profesiones mucho más vinculadas, y yo, por ejemplo, en una que lo veo como muy estereotipado es en educación infantil, que a mí me parece fundamental esos años de educación son muy pocos los referentes masculinos que tienen los niños en esa primera etapa de educación infantil de cero a tres años. Son casi todo las chicas, jóvenes, alegres, maravillosas o ya un poco más mayores como la figura materna, pues igual, es que ese va a ser su referente en una etapa, insisto, educacional y emocionalmente súper importante. Entonces, parece que intentan sustituir a la madre pero no a la figura paterna, o sea, si se tiene que identificar un niño en esa edad con alguien, con alguna de las dos personas de su pareja, entonces, claro si tú tienes dos papás ¿con quién te identificas en el cole? Con nadie.

En el grupo del alumnado también se producen discursos en este sentido pero, en este caso, relacionando el género con la orientación del deseo. De este modo, una alumna explica que la elección que realiza una persona para matricularse en un tipo de formación reglada, o en otro, está en función de lo que la sociedad ha impuesto como lo apropiado para su género, y que cuando transgrede esta norma no escrita es tachada de homosexual. Así expresa, de manera implícita, que cada género queda asociado culturalmente con un tipo de rol como fruto de un aprendizaje social, y a su vez, cada género con un tipo de orientación del deseo.

Se introduce de este modo el poder del valor de las representaciones sociales impuestas sobre el género y la orientación en ámbitos como el de la educación formal, y el rechazo social que produce su quebrantamiento. Así lo escuchamos con el ejemplo de la mujer que, por intentar hacer las cosas que la sociedad ha decretado como las propias de un varón, es acusada de practicar el lesbianismo, como cuando quiere practicar deporte:

ALUMNA-4: A lo que me refiero sobre todo es que todo lo de *esto es de hombre, esto es de mujer* se nota en trabajo, y a la hora de trabajo los estudios, o sea, tú ahora mismo vas a esta misma escuela a Caracterización hay un chico ¿sabes?, hay dos chicos. Luego es *hobbies* ni se te ocurra hacer deporte eres un, un machorro. Da igual eres machorro. No puede ser que te guste el deporte, eh...., porque no, eres machorro y ya está porque eso es de hombres.

### 9.1.7.- Los roles se establecen según unas imposiciones marcadas por los prejuicios

Como los participantes ya han expresado claramente que tanto el género como la orientación se manifiestan desde aquellos modelos que se transmiten mediante su aprendizaje, en este punto del desarrollo de los grupos y por nuestro deseo de avanzar en su transcurso, queremos conocer ahora cuáles son los referentes que se utilizan. Para ello hemos formulado la siguiente cuestión:

- ✓ ¿Creéis que existen roles, papeles, estereotipos y patrones de comportamiento asociados a cada uno de los géneros y de las orientaciones?, ¿por qué son de ese tipo y no de otro?

Con ella deseamos conocer, además, si existe estereotipación al respecto y de qué tipo.

Nuestro análisis nos lleva a observar que todos los participantes comentan el valor que adquieren los prejuicios sobre los papeles que la sociedad otorga a cada persona, siempre en función de su género y su orientación, que, además actúan de manera diferenciada y segregadora.

Estas consideraciones son expresadas en los siguientes términos. Con respecto al grupo del profesorado de la siguiente manera:

PROFESOR-2: Fruto de esa educación que decíamos antes pues al final se estereotipa lo que se espera de un hombre, lo que se espera de una mujer.

En este mismo colectivo queda expresado, una vez más, que lejos de ser de orden biológico, es una cuestión aprendida:

PROFESORA-1: No es por naturaleza.

PROFESORA-2: Por tradición, por educación.

También son dos profesores quienes establecen un debate sobre la importancia que tiene en ello la transmisión intergeneracional. Acerca de la misma señalan que es la que



determina que las representaciones sean difundidas por costumbre social, sin que exista ninguna clase de sustentación científica en ello, y que también sean reproducidas, por lo que cuestionan su fundamentación:

PROFESOR-3: Pero incluso nos podemos remontar antiguamente en la prehistoria que ya estaba estereotipado, el hombre salía a cazar porque era físicamente más fuerte, ¿no?, la mujer se quedaba cuidando al niño y a lo mejor eso en la actualidad, bueno, puede chocar pero se intenta igualar en ese sentido. Es una tradición casi...

PROFESOR-2: De todas formas incluso en todo eso yo creo que incluso a lo mejor se podría hacer una revisión de si eso ha sido así históricamente porque hemos asumido que históricamente era el hombre el que iba a cazar y la mujer la que se quedaba en casa con los niños, entonces, eh..., cuando a lo mejor no necesariamente...

PROFESOR-3: Íbamos a cazar...

PROFESOR-2: Entiendo que a lo mejor incluso en esa situación tenía más lógica que si esto era una situación de escasez de alimentos todo el mundo arrima al hombro, ¿no?, sería mucho más lógico que lo otro.

En cuanto a la influencia que ejerce la tradición en la transmisión de unos roles determinados, en este caso en el grupo de la audiencia, un oyente explica que la misma deriva en que el lenguaje sea machista, además, convirtiéndolo en un uso cotidiano y normalizado sin que sufra su cuestionamiento:

OYENTE VARÓN-3: Eso es, yo creo que es como el problema del machismo, eh..., somos todos, tanto hombres como mujeres somos muy machistas pero no por el hecho de que nos sintamos ser machistas sino porque es algo con lo que hemos crecido, muy interiorizado, nos salen, pues barbaridades más grandes o más pequeñas, pero que soltamos de forma inconsciente, no porque pensemos en la inferioridad de la mujer, sino porque hemos asumido que era un rol que era así.

Esta misma sistemática que exponemos sobre el género, también afecta a la orientación del deseo.

De esta manera, en el grupo del alumnado, se refieren a la forma en la que homosexualidad es representada socialmente utilizando para ello su estereotipación:

ALUMNA-4: Pero, eso es por ejemplo, la idea de que cuando dice alguien *soy gay* y está el concepto de que el gay es como súper promiscuo, no sé qué, y ya es como *ah, ¿eres gay? Pues ya no podemos ser amigos porque es que te voy a gustar*, como, si es igual, o sea, perdona, yo puedo ser hetero ver un chico y que no me guste, que no me guste físicamente, que no me guste personalmente o que me caiga mal ¿sabes?.

ALUMNO-3: Va en función, va en función, a lo mejor de, de, de tu visualidad, es decir, una chica lesbiana ya automáticamente van a pensar *pues es una chica machorra*, como se suele decir, eh., si es un, si es gay pues *es un chico muy afeminado* y si no es afeminado le dicen *es que tú no pareces gay*, es decir, cuando, cuando de repente chocan los estereotipos con las personas reales se produce ese, ese..., *ah tú no pareces gay, tú no pareces lesbiana*, es, es algo duro pero que permanece ahí.

En este mismo grupo, acerca de los estereotipos, otro alumno explica por qué cree él que se utilizan y se reproducen, estableciendo en el mismo discurso una crítica al respecto:

ALUMNO-2: Yo creo que lamentablemente sí existen estereotipos dependiendo del género al que pertenezcas y yo creo que están muy potenciados por las redes sociales dado que las redes sociales acaban mostrándote cómo te quieren ver y por la aceptación que quieres sentir acabas mostrándote como al grupo que sientes, eh., no sé si se me entiende,... Todo humano busca pertenecer a un grupo y al final, si de repente tú te sientes, voy a poner un ejemplo, eh..., transexual, eh..., para sentirte aceptado buscas tener esa pinta de transexual y al final acabas cerrándote y, al final estos son gente, por lo general, por lo que han

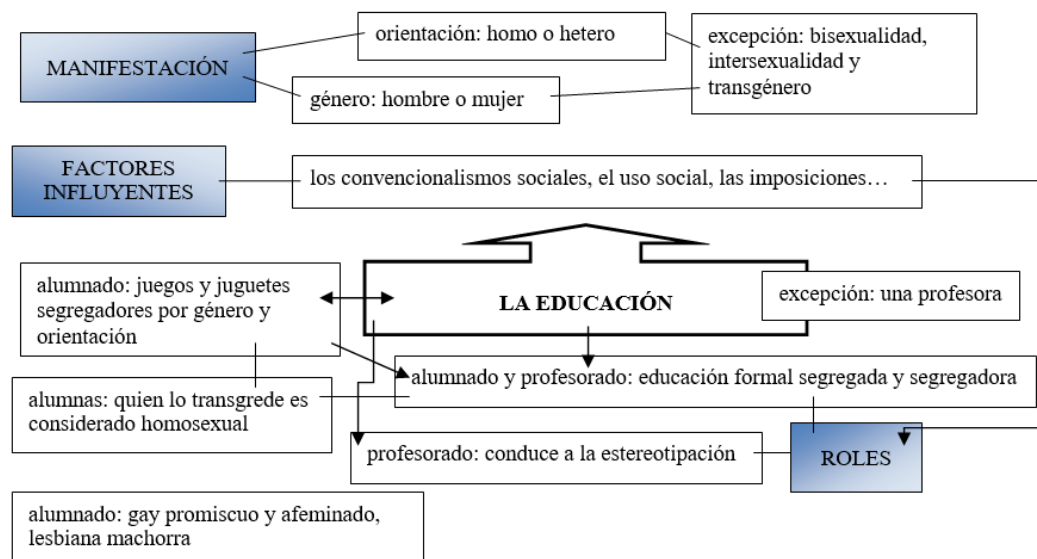
sufrido por aceptarse a ellos mismos con bajas autoestimas intentan refugiarse en los estereotipos para sentirse aceptados.

Es así como el comportamiento asociado a cada género y orientación se relaciona con el aprendizaje adquirido que actúa según los convencionalismos sociales. Una relación que, como fruto de la cultura, no responde a ninguna característica natural porque es diferente según en la que se habite. Son estas unas reflexiones que se producen en el grupo formado por la audiencia radiofónica en boca de uno de sus participantes:

OYENTE VARÓN-3. De hecho si te vas a otras culturas vas a ver que no siempre es igual el patrón masculino. Vas a países del este y los hombres van dados de la mano, aquí ver a dos hombres dados de la mano sigue siendo algo homosexual, algo muy femenino, entonces vemos que la cultura sí que marca unos patrones femeninos o masculinos.

El esquema conceptual que representa gráficamente la narración de la discursiva grupal de este epígrafe se puede observar en la siguiente figura:

Figura 15. Formas en las que se manifiestan el género y la orientación del deseo, factores que influyen en ellos y su determinación en la adquisición de roles. Elaboración y fuente propias.



## 9.2.- El género y la orientación del deseo en el medio radiofónico

En este epígrafe se exponen las reflexiones que se han vertido durante el segundo tramo de la primera parte del desarrollo de los grupos. En la misma se han planteado las mismas cuestiones a los tres. Son las que giran en torno a los siguientes aspectos:

- ✓ El nivel de influencia que alcanza sobre la ciudadanía el contenido que el medio radiofónico difunde.
- ✓Cuál es el tratamiento que reciben el género y la orientación en él a través del uso del lenguaje y de las representaciones que utiliza para ello.
- ✓ Si hay algún tipo de asociación entre los diferentes géneros periodísticos radiofónicos y el género (locutor o locutora) de quienes los presentan a sus audiencias.
- ✓ Si existe algún tipo de asociación entre el nivel de credibilidad de una noticia según sea presentada por un varón o una mujer.
- ✓ Si se produce sexismo, y de qué tipo, en las informaciones que se radian mediante la construcción discursiva. En qué nivel. Cómo se puede deducir.

Como se puede observar, las mismas son en torno al tratamiento y la representación que el medio radiofónico realiza tanto del género como de la orientación del deseo. Así, queremos conocer el papel que ejerce la radio como agente social a través de su carácter de informalidad.

### 9.2.1.- El relato radiofónico influye sobre la ciudadanía

Para conocer las opiniones acerca de la primera cuestión, hemos lanzado la siguiente pregunta:

- ✓ ¿Pensáis que lo que se narra a través de la radio, los contenidos que escuchamos cuando sintonizamos una emisora, el tipo de lenguaje que utiliza para ello y cómo lo cuenta influyen en la población?

De forma generalizada, en los tres grupos, se desarrollan opiniones en las que se considera que los medios de comunicación ejercen una gran influencia sobre la ciudadanía.

De ellas destacamos la que se produce en el grupo del alumnado. En él, una de sus participantes se refiere en los siguientes términos a la que establecen sobre la población infantil. De esta forma explica que los argumentos mediáticos son sobrevalorados por encima de lo que se aprende en otros ámbitos:

ALUMNA-4: Ahora mismo todo lo que hay en televisión es lo que están viendo los niños [...]. Y si tú les dices una cosa y luego llega una televisión o un internet y se encuentran gente que tiene poder como pueden ser los *influencers* diciendo cosas que, no tienen razón o están dando su opinión sin más pues a lo mejor destruyen un poco lo que se intenta con la educación.

Con respecto al medio radiofónico, todos los integrantes del grupo formado por la audiencia excepto uno, piensan que lo que transmite se conforma como influyente. Sobre todo hacen referencia al lenguaje que la radio utiliza, el mismo que llega a convertirse en referente lingüístico para la población que, por ello, lo utilizará en su vida cotidiana. La excepción a la que nos referimos es la expresada por un varón:

OYENTE VARÓN-1: Influir no, pero apoyar sí.

De este mismo grupo destacamos la opinión de una mujer. Ella piensa que aunque este medio influya, su poder no es tan grande como el de otros. Lo explica de la siguiente

manera, introduciendo en su discurso un asunto que abordaremos posteriormente acerca de las funciones que se establecen entre el género de la persona que aporta su voz en los diferentes programas y los contenidos que se le asignan:

OYENTE MUJER-4: Bueno, a lo mejor puede ser menor porque, al fin y al cabo, visualmente, no sabes, o sea, al fin y al cabo, estás oyendo voces y sus perspectivas, pero, a lo mejor, sí que te sientes, eh, eh..., ¿cómo decirlo?, influido por el hecho de que haya más voces masculinas que femeninas, y ya, seguir los roles, o que, las diferentes posiciones que tengan esas voces dentro de un mismo programa. No sé...

Por su parte, uno de los miembros del grupo del alumnado piensa que la influencia es tal que consigue que el contenido transmitido sea elevado a categoría modélica por su audiencia. Una circunstancia que se contempla, según opina, solamente cuando está formada por jóvenes ya que la gente mayor tiene un pensamiento ya construido y es más difícil de persuadir:

ALUMNO-3: Si una radio la escuchan oyentes de más de 60 años no va a tener el mismo impacto para la sociedad que una radio que escuchan los jóvenes, porque a un... a un tío de 60 años le va a costar más, eh..., concienciarle de cosas que a lo mejor lleva viendo desde niño que a un adolescente.

En este mismo colectivo, sobre esta reflexión, una alumna piensa que dicha influencia se produce solamente si quien habla a través de la radio, el locutor o locutora, ya tiene una carga de prestigio en forma de fama o conocimiento social previo:

ALUMNA-1: Si la gente ahora mismo tiene algo como icono suele ser muy influenciados por esa persona, entonces yo supongo que cuanto más famoso eres más tienes que medir tus palabras o lo que dices porque sabes que estás llegando a todo tipo de público y que los vas a influir y en eso, por ejemplo, la radio, la televisión e internet tienen mucha influencia porque de ahí salen todos esos iconos luego van imitando.

En este sentido, en el grupo del profesorado también se anota esta apreciación de manera implícita. Es así como surgen comentarios acerca del gran poder de influencia que poseen quienes son catalogados como *estrellas de la radio*, es decir, quienes ocupan lugares de alta responsabilidad como profesionales del medio.

### 9.2.2.- Las representaciones de la mujer giran sobre su aspecto físico e íntimo. Las del varón acerca de sus logros profesionales

Una vez que conocemos que los contenidos radiofónicos ejercen influencia sobre sus audiencias, ahora queremos conocer las opiniones sobre cómo la radio trata sus contenidos desde una perspectiva tanto del género como de la orientación del deseo, y también, cómo son representados. Un ejercicio que se origina a partir de la formulación de la siguiente pregunta:

- ✓ ¿Cómo trata la radio los contenidos en los que se representa a una mujer con respecto a aquellos en los que se referencia a un varón? ¿y de alguien homosexual con respecto a otra persona heterosexual?

Sobre las respuestas, específicamente en el colectivo formado por el profesorado, encontramos que una mujer considera que las representaciones son diferentes por razón de género. Así, cuenta que cuando se narra una información en la que aparece una mujer con alta responsabilidad en cualquiera de los ámbitos sociales o profesionales se introducen en ella aspectos de su físico o relacionados con su forma de vestir, mientras que, cuando el protagonista es un varón, incluso con similar puesto jerárquico, lo narrado se ciñe a su labor profesional exclusivamente:

PROFESORA-1: La presidenta de no sé qué es mujer y *qué mona va* y si es el presidente de no sé dónde, ummm, es que va a tratar tal tema, tal tema, tal tema, o sea pues vamos a ver por qué no dice *lleva un traje gris marengo de tal marca maravilloso* [...]. Lo que yo voy a ver es que si es una mujer va con un traje de chaqueta estilizado dobladillo triple *loop* y el tío nunca, el masculino nunca van a hablar de su indumentaria. Entonces hay dos opciones somos más monas vistiendo y los otros van siempre aburridos o dos, es más importante que mira qué bien.

Sobre este tipo de representaciones, en este caso en referencia al grupo de la audiencia, también se realizan alusiones a la diferenciación de los géneros aunque sin explicitar en qué modo o manera se hacen, simplemente se explica que son distintas:

OYENTE VARÓN-1: Por ejemplo, en la COPE, en la SER, o sea, siempre hay un..., está marcado el hombre y la mujer, hasta que eso no se elimine, o sea, no va a desaparecer...

OYENTE VARÓN-3. Yo creo que lo vemos en la radio, [...] que hay patrones muy marcados, el género masculino y el género femenino.

En los siguientes discursos escuchamos que es una sistemática discursiva, que como tal se repite, y que está relacionada directamente con el machismo:

OYENTE MUJER-1. Yo creo que el mundo radiofónico sigue siendo quizás todavía machista.

OYENTE MUJER-3: Es como todo ahora, ahora se está teniendo más cuidado en el lenguaje,... Pero, desde mi punto de vista, sigue siendo machista, pero, vamos, no es nada, en la radio, en la televisión.

En este mismo sentido, en este caso en el grupo del alumnado, también aparecen opiniones en las que se consideran que la radio utiliza un lenguaje machista. Un alumno es quien pronuncia explícitamente el vocablo *micromachismo* para referirse a esos casos en los que, por ejemplo, durante una entrevista a una mujer se le pregunta por asuntos íntimos, mientras que a un varón no se le harían:

ALUMNO-3: Está lo que se llaman los micromachismos, [...], no sé si era un acto de cine o algo así, y le hicieron a los actores preguntas que se les hace normalmente a las chicas, y estos se quedaron en plan de..., les preguntaban cosas de *qué guapo vienes hoy, qué ropa interior usas*, cosas así que chocaban mucho pero, que, visto ahí quedaba *exagerao* pero es que es así, es verdad. Es una pregunta que se les hace a las chicas, eh..., y es lo que dije antes el



lenguaje *pareces una nena*, por ejemplo, o *qué marica eres* cuando tienes miedo a algo. El lenguaje influye muchísimo.

De esta forma, este participante relaciona una forma de actuación como la apropiada e inherente a un género, el femenino, de tal manera que el varón que la practique será tachado de homosexual porque transgrede la que ha sido decretada como la propia del suyo. Es así como este discurso, de manera implícita, decreta que las características propias del género masculino también decretan su heterosexualidad.

Con respecto al asunto que tratamos en este epígrafe queremos resaltar la opinión de un profesor. Es él quien introduce en el debate, el de la representación de los géneros, la segregación de contenidos que establece el medio radiofónico según el género de quienes los consumen, es decir, diferenciando lo que a través de él se dice y cómo se dice si se dirige a mujeres, o a varones:

PROFESOR-1: El acceso de la mujer a los medios de comunicación es clarísimo pero aun así yo creo que los programas de la radio, de los medios de comunicación son como los juguetes para los niños, están catalogados para ver qué le corresponde al niño, qué le corresponde a la niña, es decir, sigue habiendo programas donde el contenido está para un target femenino o un *target* masculino y eso es muy difícil de cambiar.

### 9.2.3.- Para la locutora el papel ornamental y festivo, para el locutor el dominio de la palabra y el contenido relevante

En este apartado queremos conocer si existe una asignación de contenidos específica para cada género de locución, es decir, si hay unos géneros periodísticos que son presentados a las audiencias por locutores y otros diferentes por locutoras.

De este modo, con la formulación de la pregunta:

- ✓ ¿Existe algún tipo de relación entre el contenido de un programa y el género de la persona que lo presenta?

queremos conocer si el timbre vocálico del género de la locución es asociado a unos formatos y espacios específicos.

Al respecto, todos los participantes piensan que se produce esta diferenciación.

Concretamente, este profesor explica que existe una definición para los roles que interpretan los varones y otra para los de las mujeres, es decir, que hay segregación:

PROFESOR-2: En la radio es, está mucho más exagerado el papel, el rol masculino es el que de alguna manera está poniendo lo que hay que hacer, la razón, y las chicas, ah, es lo festivo.

Una situación que, según él mismo relata, se produce por costumbre social, porque desde siempre han sido los locutores quienes han sostenido el peso de las informaciones importantes:

PROFESOR-2: Por las mañanas sólo escuchas las voces principales son masculinas, empezando por ejemplo Onda Cero tienes a Alsina a primera hora, después a este otro, a Juan Ramón ¿no?, y son dos conductores masculinos, sin embargo la SER que en teoría es la radio, o históricamente ha sido la radio más abierta, pues es una voz femenina. A Pepa Bueno desde, desde, o sea también por la mañana, claro, em..., yo no sé si es tanto, probablemente a lo mejor sí que hay una razón, pues eso de ser machismo histórico para que las voces principales fueran hombres. Pero también creo que ahora mismo, si, si, en el momento en el que empiecen a haber voces femeninas eso se normalice. Yo creo que llega un momento en el que no asociaríamos el hecho de que estás escuchando una voz femenina para dar mayor veracidad a lo que estás escuchando, por ejemplo con un informativo.

Por su parte, el alumnado también menciona esta práctica sistemática. En los siguientes términos se pronuncia una de sus integrantes quien opina que existe un papel asignado a la voz masculina y otro a la femenina, porque ellos son quienes narran lo científico y ellas los asuntos relacionados con la vestimenta, porque así lo plasma el uso social:

ALUMNA-4: Sobre todo también depende de la noticia, te digo, si es una noticia de moda y la dice un hombre *Ah, seguro que es que no tiene razón porque es que el hombre no sabe nada de moda.* La dice una chica y *Oh, perfecto, es que la chica sabe muchísimo de moda,* te va a decir los quinientos colores que existen, te lo va a decir la chica. ¿Es una noticia de deporte, científica? lo lee una mujer y, no es que, *seguro que está algo mal porque es que esa noticia la ha tenido que hacer un hombre, ese descubrimiento científico lo ha tenido que hacer un hombre, entonces ya va a estar mal.*

Al hilo de este comentario, un alumno realiza una referencia que relaciona el género con la orientación del deseo. Es así como afirma que, cuando una persona transgrede la norma no escrita según la cual cada género ha de acometer un contenido específico y diferenciado, es tachado de homosexual:

ALUMNO-4: Eso es, por ejemplo, lo de la moda, eh..., si lo dice ya un hombre ya se le asigna como que es una persona que le gustan los hombres, [...].

Por su parte, en el grupo formado por la audiencia, una mujer opina también en el mismo sentido que las reflexiones anteriores. Su discurso se especifica con casos concretos de contenidos diferenciados:

OYENTE MUJER-2: Se es consciente de que se va a tomar más en serio, quizás un programa sobre salud, sobre cómo llevar una vida *fitness*, cualquier cosa de estas, probablemente pongan a una mujer, digamos que está más vinculado a la estética y al no sé qué. Y de un programa, digamos de finanzas o un tema más político el, digamos que el empresario es más consciente de que la gente lo va a tomar más en serio, la decisión, y perpetúa esa diferencia social.

En este mismo colectivo, en este caso un varón, también realiza una concreción al referirse a que la locutora es la que lee informaciones relacionadas con actos machistas porque así es más creíble:

OYENTE VARÓN-1: Sobre todo en noticias de este estilo, de machismo y demás, la gente se cree más a un hombre que a una mujer porque la mujer se

entiende que es feminista, ahora no te voy a hacer caso porque defiendes tus intereses. Entonces, creo que eso hay que cambiar un poco la mentalidad.

Acerca de las referencias sobre la asignación de contenidos diferenciados según el timbre vocálico de género, la membresía de los tres grupos la concretan explícitamente en los espacios deportivos. Sobre ellos, dicen que se aprecia de manera evidente que las voces masculinas son las que soportan el contenido más destacado e importante, mientras que a las femeninas se les encargan los comentarios superficiales. De esta manera es como dos profesores explican que los locutores ejercen y actúan destacando lo importante, mientras, las locutoras aparecen en antena a modo de adorno:

PROFESOR-1: Ha habido mujeres que resuelven muy bien y con muchísima seguridad [...] que están resolviendo muy bien su papel deportivo fenomenal. Pero, de verdad, que en la radio, y la verdad es que el carrusel deportivo es especialmente, no sé, conservador, sí que el papel del hombre es fundamental y el de la mujer es el de..., bueno, el de comparsa.

PROFESOR-3: Tienes a Carlos Herrera o todos los programas deportivos o incluso programas siempre que sean informativos siempre se utilizan a una voz masculina como para llevar el hilo, o el peso del programa, y luego diferentes colaboradores que no sé tanto si tiene que ver con el registro de voz, a lo mejor el tener una voz más grave, como más cálida, más..., por así decirlo, más suave para el oído, más agradable sería la palabra, que a lo mejor una voz más aguda, que puede ser la mujer, no sé si tiene que influir el tema de la, el tema del tono, por así decirlo de la voz, o directamente que es por la diferenciación del masculino o del femenino en este sentido.

En el grupo formado por la audiencia se producen comentarios en el mismo sentido, en este caso en el debate en el que intervienen una mujer y un varón:

OYENTE MUJER-1: En las tertulias deportivas es todo tíos.

OYENTE VARÓN-2: Son las chicas que ponen que son las guapas que están ahí.

OYENTE MUJER-1: De adorno, de adorno. [...].

OYENTE VARÓN-3: El tertuliano masculino puede ser la persona más fea del mundo pero como va a saber mucho de fútbol, va a tener que estar ahí y la chica va a tener que ser una chica guapa, que consideramos guapa.

OYENTE VARÓN-4: Por ejemplo, en los deportes se nota muchísimo cuando habla una mujer, eh..., más que nada sobre el fútbol, que es lo que conozco yo, no se la toma tanto, no se la toma en serio como cuando habla cualquier hombre. Por ejemplo, en casi todos los programas de deportes casi todos son hombres, prácticamente no hay casi ninguna mujer. Pues, por eso.

#### 9.2.4.- El timbre masculino es más creíble que el femenino

Continuamos con la exposición de las opiniones sobre el tratamiento de género en el medio radiofónico. Las mismas se vierten a raíz de la formulación de la siguiente cuestión:

- ✓ ¿Influye el género de la persona que transmite un mensaje en la credibilidad de lo que narra?

Para ello, le hemos preguntado a la membresía de los tres grupos la pregunta que queda redactada en los siguientes términos:

- ✓ ¿Creéis que el grado de credibilidad de una noticia está condicionado por el género de la persona que lo lee en antena?

A través de la misma queremos conocer si existen diferencias, o no, con respecto al nivel de convicción y seguridad que ofrece una información dependiendo de si quien la lee en antena es una locutora o un locutor.

Sobre los comentarios, empezamos refiriéndonos al de una alumna que, de manera explícita y categórica, piensa que:

ALUMNA-1: Por desgracia la sociedad ve que la noticia es importante cuando la lee un hombre y todo el mundo se para, para escuchar al hombre. Si lo está diciendo una mujer no se le suele hacer tanto caso.

Sobre este asunto, en el grupo del profesorado se producen discrepancias:

PROFESORA-2: Yo creo que no. Yo creo que no.

PROFESORA-4: Yo creo que sí. En su gran mayoría, no digo que todo el mundo lo haga, pero yo creo que gente de determinadas edades creo que todavía da mayor credibilidad a un hombre que a una mujer.

PROFESOR-1: Quiero creer que no pero si hiciésemos un experimento...

PROFESORA-4: Yo te digo que sí, yo te digo que sí. Por desgracia va a serlo. Yo creo que sí.

En este mismo colectivo, una docente opina que no existen diferencias entre la credibilidad de una información dependiendo que quien la locute pero, sin embargo, si es una mujer quien la lee en antena su contenido es presentado a la audiencia con una carga de emotividad. Esto es porque, según explica, la locutora aporta a la narración cierta afectividad, implicándose en mayor medida en su relato, porque esta característica es inherente a su género. Lo expresa en los siguientes términos:

PROFESORA-1: Yo creo que no va tanto con la credibilidad como con la emotividad, es decir, si una presentadora, mujer, te cuenta un atentado parece como que te duele más pero porque yo insisto, *mamá es mamá*, es como que te duele más, es como que esa parte emocional se la asocias mejor que si te la presenta un presentador masculino que es un poco como *es más fuerte, no le afecta tanto, no le afecta tanto, eh..., es parte emotiva*. Es como no tanto como objetividad pero sí que te... o sea, tú oyes una voz femenina en la radio, una

presentadora de un informativo de la radio, que te está contando, que encima la radio no tiene el apoyo de imágenes con lo cual deja libre a la imaginación y el desastre es más grande o más pequeño, qué pasa te cuenta pues tal, el último atentado en Kabul, no sé cuántos muertos, no sé..., además siempre hacen el apéndice de mujeres, niños y ancianos, que duele más, duele más, si es una mujer la que muere duele más, si es un hombre machote *ahí va a la guerra*, entonces es como más emotivo y parece como que duele más el desastre, si lo lee una voz masculina la credibilidad yo creo que es la misma pero la emotividad, parece como que el hombre está más acostumbrado con eso y con todo y en cierta manera tú, tu subconsciente puede que te transmita eso, que duela menos. Pero yo creo que es más un impacto emocional que una credibilidad.

También es un profesor quien alude a la convicción que, según él, aporta el timbre varonil porque la tradición ha conseguido que sea asociado como la apropiada para narrar los hitos de la historia. De este modo, y por costumbre, la discursiva radiofónica se ha servido de manera exclusiva de la locución masculina para relatar los acontecimientos más destacados y relevantes, ya que el femenino sufría su invisibilización:

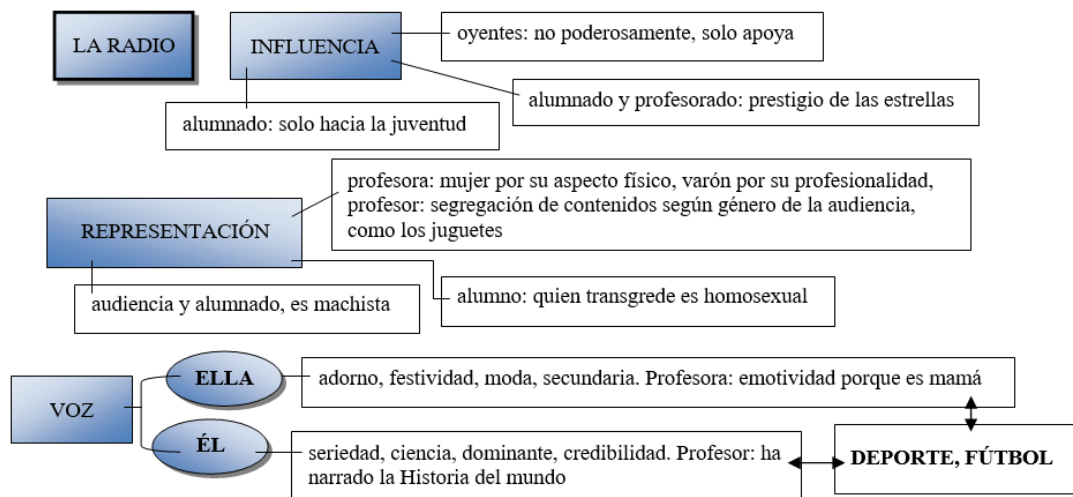
PROFESOR-1: Debemos tener ya tan incrustada que la voz masculina que nos ha ido narrando los acontecimientos del mundo, la primera guerra mundial, la segunda guerra mundial, que al final tradicionalmente todos los hitos de la humanidad los ha narrado el hombre, entonces, ahora que estamos en este período de cambio aceptamos que, obviamente, la noticia la puede dar un presentador de radio o una presentadora de radio sin ningún problema pero cuando hemos asistido a que tradicionalmente nos lo contaba siempre los hombres, ¿no? Eso yo creo que está en algún lugar de nuestro hipotálamo, pero no sé dónde.

Con respecto al grupo de la audiencia una de las participantes opina que la locutora aporta sensualidad al relato porque su timbre vocálico es más atractivo:

OYENTE MUJER-1. Claro, a lo mejor tienden a exigir que suene un poco sensual, eso sea, en vez más eso que en realidad la voz sea bonita realmente ¿no?, o que proyecte o que suene más, un rollo así, sensual.

Acerca de las reflexiones expresadas sobre el medio radiofónico, su influencia y el modo en el que realiza las representaciones del género y de la orientación del deseo se ha construido la siguiente figura:

Figura 16. El medio radiofónico y su influencia en las representaciones del género y la orientación. Elaboración y fuente propias.



### 9.3.- Los casos concretos. ¿Cómo se expresan y manifiestan el género y la orientación en la discursiva radiofónica específica que pertenece a la población y muestra de este trabajo?

En este epígrafe se incluyen aquellos comentarios que se han vertido a raíz de la reproducción de una selección de fragmentos radiofónicos. Son aquellos cortes de voz que, perteneciendo a la población y a la selección según el marco muestral, ya han sido analizados e interpretados en el apartado correspondiente de este mismo trabajo<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> El análisis se encuentra redactado en el BLOQUE 3. UN ANÁLISIS DEL DISCURSO RADIOFÓNICO DE ORDEN CUALITATIVO, INDUCTIVO Y NATURALISTA.



Los mismos, agrupados según las categorías discursivas a las que pertenecen<sup>19</sup>, se han escuchado durante la celebración de los grupos para fomentar el desarrollo de las reflexiones al respecto.

Al igual que las dos partes anteriores, también esta ha sido planteada a toda la membresía, dentro del conjunto de cuestiones de orden general.

De esta forma, se quiere observar cuáles son las opiniones sobre unos casos concretos en los que quedan representados tanto el género como la orientación del deseo.

### 9.3.1.- Mireia Belmonte, la medallista olímpica que solo interesa por su aspecto físico y estético

En este epígrafe exponemos las impresiones producidas a partir de la reproducción del corte de la entrevista que se realiza a la campeona olímpica de natación Mireia Belmonte en *El larguero* de la Cadena SER<sup>20</sup>.

Al respecto, todos los comentarios opinan que dicha entrevista no trata los asuntos que debería ni del modo adecuado. Es de este modo como todos los participantes de todos los grupos, varones y mujeres, creen que las preguntas y los comentarios que el periodista José Ramón de la Morena realiza a Mireia Belmonte deberían haberse realizado sobre el deporte y su ámbito, sobre sus hazañas, logros y conquistas en este mundo, ya que ella es una nadadora olímpica. Y acude a dicha entrevista por ello.

Así, critican que Belmonte haya sido valorada con relación a su forma de vestir, como objeto decorativo y de deseo sexual, también por su físico estético. Unos asuntos que consiguen representarla cosificándola e infravalorándola. Además, explican que esto sucede por el hecho de tratarse de una mujer.

---

<sup>19</sup> El contenido discursivo de cada fragmento reproducido se encuentra transcrito en el apartado *Anexos*. Además, en cada uno de los apartados dedicados a su discusión se especifica la numeración y el título con el que han sido catalogados para facilitar su búsqueda.

<sup>20</sup> La transcripción literal de esta entrevista se puede leer en el anexo número 7 titulado *Entrevista a la deportista olímpica Mireia Belmonte en El larguero*. Un resumen de la misma también se describe en el epígrafe 7.9.2.1.- *Un caso: La entrevista a Mireia Belmonte* de este mismo trabajo de investigación.

Es así como podemos escuchar los siguientes comentarios, a modo de representación de cada uno de los grupos, sobre el caso concreto de esta entrevista:

PROFESORA-2: Yo no sé si están hablando de una nadadora o de una modelo de alta costura, no sé.

ALUMNO-1: Pero..., aunque hubiese ido a hablar de moda si tienes a esa chica delante lo primero que se te pasa por la cabeza es cómo ha conseguido todo lo que ha conseguido y cómo ha llegado tan alto.

OYENTE MUJER-4: Que su físico es primordial y que lo secundario es su profesión.

Sin embargo, hemos encontrado una excepción. Es la que en boca de una profesora afirma que, aunque las preguntas deberían haberse realizado sobre su carrera deportiva, entiende que se debe aceptar algún comentario sobre su aspecto físico, pero simplemente a modo de apunte informativo:

PROFESORA-2: A mí no me parece mal que la describan porque puesto que es radio para que nos hagamos una idea de su imagen [...]. En un momento determinado puede haber una referencia a tu estética pero conducir cinco minutos de entrevista, bueno, no sé lo que dura el corte, pero cinco minutos y llevarlo por ahí en el cien por cien.

Sobre el tratamiento que recibe esta entrevista, uno de los profesores nos cuenta que, según su opinión, es fruto del machismo imperante:

PROFESOR-3: Sí que es verdad que, bueno en este caso, se denota muchísimo machismo, pero más que machismo realmente se nota que, que no está bien documentado o no sabe llevar bien las entrevistas, en este caso José Ramón de la Morena.

Por su parte, en el grupo de la audiencia, una oyente considera que responde a un pensamiento anticuado y obsoleto de los periodistas que realizan la entrevista por el tipo de preguntas y los asuntos que tratan en ella:

OYENTE MUJER-1: Pero definitivamente a esa gente hay que renovarla ya. Que no creo que valgan ya para servir en la radio. Es mi opinión.

Y otra, en el mismo sentido, reflexiona sobre el sesgo que ha sufrido la entrevista por tratarse de una mujer:

OYENTE MUJER-4: Bueno, es que la campeona olímpica, el plus, el plus era que ella era campeona, o sea, es que es muy fuerte. Y luego, que también me ha llamado la atención que, se ha vendido como una entrevista y era un acoso continuo por parte de los dos hombres para decir los comentarios y babosear sobre ella. Literal. O sea, en ningún momento se ha preguntado absolutamente, o sea, han opinado más ellos de lo que llevaba puesto que, es, de verdad, no ha sido para nada una entrevista, ha sido, literal, un acoso. No la dejaban hablar hasta equis preguntas que tenían más que ver para darles, y seguir hablando y babosear todo lo que estaba, lo que tenía puesto o el pelo y demás, o sea, una vergüenza.

También, esta alumna y esta oyente piensan que este tipo de preguntas no se le plantearía a ningún otro deportista de élite si fuera varón, es decir, que se le realizan a ella exclusivamente porque es mujer:

ALUMNA-4: A un deportista masculino, primero, no le van a llamar rubio, no le van a llamar moreno, van a empezar con Dios mío qué bueno eres, has salido en quinientos reportajes con un título de Messi el mejor y a esta persona, eh.., no. Es que tú simplemente aunque vayas a poner la televisión, una revista, tal, vas a escuchar cincuenta minutos del deporte masculino y un minuto resumen de todos los deportes femeninos que hay.

OYENTE MUJER-2: Se ve en muchísimas profesiones cuando los Óscar y tal, se comenta durante una hora o dos horas los vestidos que llevaban ellas y cómo

iban, y cómo tal, y cuando se hace una entrevista a un hombre es sobre la actuación, y tal. Si este hubiese sido un Michael Phelps o cualquier otro nadador con muchísimos premios las preguntas hubiesen sido *bueno, y entonces tu entrenamiento cuál es*, y este que lleva un vestido de gasa y que lleva el pelo no sé cómo, y además, haciendo un poco como que lleva es que, *es que no va a llegar, cuántas horas has estado en la peluquería*, son como preguntas muy banales, muy absurdas, que no tienen...

### 9.3.2.- Las niñas son princesas y las mujeres hembras encantadoras

El siguiente caso se corresponde con unos cortes de voz en los que las niñas quedan representadas a través de la figura que simboliza la princesa. En el mismo bloque se reproduce una canción de Luis Mariano, al que el locutor le otorga la categoría de haber sido *el novio de todas las francesas*, en la que se canta que *las hembras valencianas tienen el color de las rosas*, y en otro se realiza un comentario sobre una ministra que es elogiada por ser encantadora<sup>21</sup>.

Los comentarios sobre ellos son los que relatamos a continuación.

En el grupo formado por la audiencia se considera que las niñas quedan representadas como princesas como fruto de una costumbre social, es decir, un argumento que se sustenta en el pensamiento de que la radio construye este discurso porque es así como, de igual modo, sucede en el plano de la realidad social.

De esta manera, este planteamiento considera que este medio de comunicación actúa como reflejo de la realidad. Es consecuencia de una tradición oral que no atiende a un hecho consciente, como relata este oyente:

OYENTE VARÓN-2. Yo creo que esos conceptos que existen, por ejemplo en la palabra princesa, no son conscientes. O sea, la tradición que existe ahora pues *ay, mi princesa, ay, no sé qué, no sé cuántos*. No hay consciencia.

---

<sup>21</sup>La transcripción literal de este bloque de cortes radiofónicos se puede leer en el anexo número 3 titulado *Las niñas son princesas y las mujeres hembras encantadoras*.

En este mismo grupo, son dos mujeres quienes explican por qué creen ellas que sucede esto y cuáles son sus consecuencias:

OYENTE MUJER-2: La figura de la princesa es como una figura que siempre está muy vinculada a la delicadeza, a la modosita que está siempre detrás mirando y ya está. Y al final, aunque lo digan como a modo de, de, de elogiar, de una princesa y tal, el tema es no ser consciente de que aunque para ti sea un comentario positivo, realmente estás llevando a que muchas niñas piensen que eso es lo que tienen que ser, tienen que ser así...

OYENTE MUJER-3: La cosificación de la mujer, que somos un objeto y estamos para agradecerles a ellos, para vestir como ellos quieran, para tratarnos como, como...

En el grupo formado por el alumnado estos cortes de voz son considerados como la evidencia de una manifestación de orden machista. Esta reflexión origina un debate con dos opiniones enfrentadas. Una, sostenida por quienes entienden que se conforma socialmente como una de las maneras en la que se expresa la educación esmerada, la otra, por el contrario, declara que responde a la evidencia de un tipo de desigualdad entre los géneros, específicamente la que posiciona al masculino en la supremacía.

La primera de ellas queda justificada por un alumno quien, intentando explicar lo que él denomina como *micromachismos*, los relaciona con hábitos propios de la buena educación:

ALUMNO-2: Yo voy a decir una cosa y yo no sé si os va a gustar pero yo creo que estas cosas, estos como se puede decir micromachismos no tienen que trascender porque yo los veo como un símbolo de educación, nos han educado así. Tú le, por simple educación tú, es rizar el rizo, o sea, por educación yo a veces le abro la puerta a una chica y eso ¿es machismo? Son micromachismos esas cosas pero yo en realidad lo hago por educación, yo, por ejemplo como dicen *ha estado encantadora como siempre* bien, mejor a que no digan nada, me parece rizar el rizo como sacar chicha de donde no hay nada, donde a veces es simple educación, no sé yo es lo que pienso.

La segunda, sostenida también en el mismo grupo pero por otro varón, es la que explica que ciertos comportamientos, que son evidencias sexistas *per se*, se producen porque de esa manera han sido transmitidos socialmente también como actos propios de la buena educación:

ALUMNO-3: Yo creo que con respecto a lo que has dicho de abrir la puerta, a ver, yo creo que ahí hay dos puntos de vista, si tú le abres la puerta por el hecho de ser mujer eso es una forma de sexismo, pero si le abres la puerta por educación igual que se la abres a un hombre, a un señor mayor, a cualquiera eso evidentemente no es sexismo porque tú haces algo de educación. Pero, pero, evidentemente si el lenguaje no necesitamos corregir, evidentemente a todos nos salen cosas aunque no queramos. Es muy complicado que no nos salgan pero si, intentamos a lo mejor corregir un poquito esas cosas, ir quitando poco a poco el machismo, es decir, desde la raíz lo podemos ir quitando porque se empieza con pequeñas cosas y al final se acaba con cosas como he dicho peligrosas.

### 9.3.3.- Representación nominal de la alta jerarquía política: Rajoy es más porque tiene apellido, Soraya es menos porque solo tiene nombre de pila

Este bloque reproduce un corte de voz en el que el periodista Carlos Alsina de Onda Cero Radio, como introducción editorial de su programa, se refiere al presidente del gobierno Mariano Rajoy por su apellido y a la vicepresidenta primera del mismo como Soraya. Además, en el mismo realiza una comparación entre las funciones políticas y de representación oficial de los mismos<sup>22</sup>.

Tras su reproducción observamos que ninguna persona participante en los tres grupos ha observado esta circunstancia. Es la que se produce cuando Alsina realiza una representación nominal del presidente utilizando su apellido mientras que para la vicepresidenta utiliza exclusivamente su nombre de pila. Recordamos que se trata de dos personas que ocupan similares puestos de alta responsabilidad política que, sin embargo, son citados de manera diferente por este locutor.

---

<sup>22</sup> La transcripción literal de este bloque de cortes radiofónicos se puede leer en el anexo número 6 titulado *Rajoy y Soraya*.

Lo que hemos observado es que los participantes, en el momento de comentar este discurso, también se refieren en sus discursos a estas dos personas de esta misma forma. Al varón por su apellido, a la mujer por su nombre de pila.

Sobre las opiniones que se vierten al respecto, escuchamos varias reflexiones.

Por una parte, los integrantes del grupo del profesorado dicen que se consigue feminizar la figura de Rajoy mientras que la de Sáez se masculiniza.

Por otra, con respecto al grupo del alumnado se aprecian unos comentarios en los que, observando su nivel connotativo e implícito, expresan lo que se trasluce a través de ellos:

ALUMNO-4: A mí lo que más me ha impactado es que diga es que Rajoy es más, la Soraya es menos, que otro sea futbolero, que otro, o sea, que la chica sea..., a mí esos temas me parecen que no se tienen que decir. Primero y que, *lo de Rajoy es más, Soraya es menos*, tienen que ser iguales porque vivimos, yo creo, en una sociedad que estos pensamientos todavía siguen pero que a medida del tiempo tendrán que aflorar pero este corte me ha parecido, o sea lo de, o sea me he quedado impactado cuando por ejemplo ha dicho lo de *Rajoy futbolero, la otra a lo que quiera que sea*, y que *Rajoy es más y la Soraya es menos*, es mucho más lista que Rajoy, seguro.

ALUMNA-1: Y que Soraya ha hecho más méritos para que se les reconozcan más todos esos actos. Y que digan no, *en el fondo sabéis que no ha sido Soraya ha sido Rajoy encarnado en Soraya* como diciendo es que ha sido él que telepáticamente le ha movido los hilos porque *ella es una inútil, ella no ha hecho nada en el fondo*.

Esto deriva en considerar que el varón, Rajoy, es supervalorado mientras que la mujer, Sáez, es infravalorada. Una apreciación que es manifestada específicamente en el siguiente discurso:

ALUMNA-4: Al final se acaban atribuyendo las cosas importantes a hombres, al final lo importante es como *lo ha tenido que conseguir un hombre* y da igual si la mujer va ahí con sus pruebas, con sus papeles, con su todo. *No, seguro que hay un hombre por detrás que lo ha conseguido*. Si todo es en masculino, al final, tú también lo usas porque tú piensas que es lo correcto.

### 9.3.4.- La masculinización de la jueza y la fiscal

En esta selección de cortes<sup>23</sup> se encuentra un fragmento radiofónico que se refiere a todos los miembros de una familia citándolos a través del apellido del padre, es decir, con la expresión *el clan Pujol*. En otro se utilizan los vocablos *juez* y *fiscal* para referirse específicamente a unas mujeres que ejercen como jueza y fiscal. En el último del bloque el periodista Isaías Lafuente explica a la audiencia que estos términos son los que se deben utilizar porque así lo recogen las instituciones lingüísticas<sup>24</sup>.

Al respecto de estos cortes de voz, en el grupo del profesorado su membresía declara que no es necesario que se utilicen los términos de género gramatical femenino como son *fiscal* y *jueza* para referenciar a estas mujeres ya que al pronunciarlos en su versión masculina también se las cita a ellas de manera implícita.

Así, escuchamos que la pronunciación de estos dos vocablos provoca:

PROFESOR-1: Yo creo que estamos en una paranoia lingüística.

PROFESORA-2: Pienso lo mismo.

De este mismo grupo destacamos las dos opiniones siguientes. Son las que consideran que a estas mujeres profesionales, y a otras, se las puede denominar utilizando términos que tienen género gramatical masculino:

---

<sup>23</sup>La transcripción literal de este bloque de cortes radiofónicos se puede leer en el anexo número 5 titulado *La fiscal y la jueza*.

<sup>24</sup> En el epígrafe 7.5.- *La mujer representada en los espacios profesionales de la judicatura y la fiscalía* se desarrolla la explicación oportuna, justificada con la exposición de la bibliografía específica, acerca del uso indebido de los vocablos *juez* y *fiscal* para referirse a la mujer ya que los términos en su versión gramatical femenina, *jueza* y *fiscal*, están recogidos como los apropiados para ello por la RAE.



PROFESORA-1: A mí me supera, es decir, qué más da, no qué más da. Eh..., no quiero decir qué más da, hay un montón de palabras que están admitidas en el diccionario, incluso muchas de ellas con las cuales no estoy de acuerdo, pero yo creo que lo importante es que es fiscal general, que fiscal general, yo qué sé obispo, obispa, va más incluso, o por lo menos yo lo veo más normal si acaba o no acaba en a, es decir, llamar la fiscal me parece bien pero también me parece bien la obispa, es como que hay obispo, que haya obispa. Pues si hay juez, hay juez para todo. No necesito *la jueza*, ni *el juez*. Creo que también es una cuestión de, de, sonoridad, una cuestión igual de costumbre, de sonoridad. Yo no me vería mal si me dicen que soy la Fiscal General del Estado, o la juez, del tribunal supremo, cuando es verdad que está mucho más admitido el magistrado y la magistrada, ahí no hay ningún problema. Yo creo que es una cuestión de..., no me siento agredida por no ser *miembra* de nada.

PROFESORA-3: En mi mundo yo cuando oigo *la jueza* o *la fiscal*, eh..., se hace referencia, se intuye que es algo negativo, es que no realiza bien su profesión, cuando oyes *la juez* o *la fiscal* es que es buena en su oficio, en su profesión. Entonces, yo, a mí, yo siempre me presento como abogado, yo nunca digo *soy abogada*. No me suena bien.

Con respecto a los otros grupos, una alumna opina que estas palabras, *jueza* y *fiscal*, nos resultan raras porque no se utilizan habitualmente. Un argumento que es recogido por un varón y una mujer, de su mismo grupo, quienes piensan que con el uso de un lenguaje inclusivo de género nos habituaríamos a reconocer la novedosa situación que se plantea en nuestro contexto con la incorporación de la mujer a estos nuevos campos profesionales. De esta manera explican que es una cuestión de actualización de nuestro lenguaje que, además, ha de comenzar a utilizarse en el ámbito de la propia escuela.

En este mismo sentido giran las opiniones del grupo de la audiencia. En él se considera que no es correcto que se nombre a las mujeres masculinizándolas utilizando *juez* y *fiscal*, y que es una labor periodística, también de actualización, la que se debe ejecutar para impedirlo.

Al respecto, una oyente explica que el rechazo que sufre la utilización de estos términos en femenino esconde algo más. Así explica que el rechazo a su uso no es una negativa hacia las palabras en sí, sino a la visibilización que supone utilizarlas sobre la existencia de estas mujeres profesionales:

OYENTE MUJER-2: Yo creo que al final es como que sorprende que aparezcan esas palabras, pero aparecen esas palabras porque hasta ahora, hasta hace muy poco las mujeres no han tenido las mismas oportunidades de acceder a ciertos, a ciertos trabajos, a ciertas posiciones, entonces evidentemente hasta ese momento no había ninguna palabra porque no había ninguna necesidad social de generar esa palabra, y ahora que la hay parece de que lo asusta y lo que nos llama la atención es *ah, no está reconocido por la RAE*, quizás lo que asusta de verdad es que realmente las mujeres están haciéndose su hueco en un sitio que siempre ha sido de hombres.

### 9.3.5.- La moda es cosa de mujeres

En el siguiente bloque de cortes se producen discursos en los que se escuchan, entre otras, frases que explican que la moda es cosa de mujeres porque los hombres son unos ceorros, unos *dejaos* y unos desastres que no saben elegir su ropa<sup>25</sup>.

Sobre ellos, en primer lugar, encontramos los juicios de valor que se producen en el grupo formado por la audiencia radiofónica. En él podemos escuchar la siguiente conversación:

OYENTE MUJER-1. Es un poco ofensivo incluso hasta para vosotros, los hombres, porque no es realmente así,

OYENTE VARÓN-2: No refleja la realidad.

---

<sup>25</sup>La transcripción literal de este bloque de cortes radiofónicos se puede leer en el anexo número 2 titulado *La moda es cosa de mujeres porque ellos son unos ceorros y unos desastres*.

En el mismo colectivo, es otro oyente quien refleja que los comentarios que se han reproducido como representación de los cortes de radio, a los que denomina como machistas, son fruto de una costumbre social:

OYENTE VARÓN-3. Y veo más aquí, [...] como algo más consciente de un comentario machista, aquí yo creo que es la parte más inconsciente que no es algo que hagan aposta, que piensan así, que las mujeres por, por historia, son las que han comprado la ropa a los maridos, son las que conjuntan mejor, tal, no sé qué, y los hombres, ni idea. Entonces es, es, es estigma, yo creo, del hombre y la mujer como elemento de, de, de belleza. No sé.

### 9.3.6.- A las niñas les gusta maquillarse, es lo natural

En estos fragmentos escuchamos que el locutor Ramón García dice que a las niñas les gusta maquillarse porque eso es lo natural, además, en una crónica política una corresponsal se refiere al aspecto estético de la presidenta alemana Angela Merkel de la que dice que *tiene una figura algo más esbelta después de haber perdido 10 kilos*, y una cuña publicitaria de un blanqueante dental que se dirige directamente a la oyentes apelándolas para que lo compren diciéndoles *ponte guapa*<sup>26</sup>.

En relación a ellos una alumna reflexiona sobre la locución de Ramón García sobre el maquillaje como una forma de juego propiamente femenino:

ALUMNA-2: Personalmente me parece una completa tontería eso de que a las niñas nos guste pintarnos porque personalmente a mí no me ha gustado la pintura en la vida, en la vida no he jugado a pintarme nunca, es más, a mis *Barbies* yo las dejaba calvas, jugaba con los muñecos de mi hermano, jugaba al balón, o sea es que..., que era todo lo contrario al canon que marca la sociedad sobre lo que nos debe gustar a las mujeres, o sea, todo lo contrario, todo lo que se supone que es para chicos a mí me atrae y todo lo que es para chicas pues me repugna, el rosita, todo eso, no me va...

---

<sup>26</sup>La transcripción literal de este bloque de cortes radiofónicos se puede leer en el anexo número 1 titulado *El aspecto físico de la mujer*.

Este es un comentario que aprovecha uno de los alumnos para criticar la imposición social que decreta la segregación que desde pequeños sufren los niños según su género. Concretamente se refiere a la implantación tradicional que relaciona a las niñas con el color rosa y a los niños con el azul. Opina que esto es una asignación impuesta por la sociedad que no responde a ningún criterio natural.

Otro explica que la sociedad no es exclusivista en cuanto a la permisividad para que los niños y las niñas se pinten la cara cuando representan roles en sus juegos. Cuenta que socialmente está admitido que todos, independientemente de su género, lo hagan pero siempre que se realice para la representación de papeles segregados, es decir, que existe una forma de pintarse la cara que es la apropiada para ellos y otra diferente para ellas. Continúa narrando que, si alguien osa a transgredir estas lindes es tachado de homosexual. Esto es porque a cada persona desde su nacimiento se le presupone una orientación heterosexual por naturaleza, de manera inherente. Es así como este alumno introduce la heteronormatividad, sin nombrar explícitamente este vocablo, como la forma exclusiva y referencial en la que nuestra sociedad permite que se exprese y manifieste la orientación del deseo. De esta manera nos cuenta que, a través del maquillaje, existe una segregación de género y de la orientación del deseo como fruto del aprendizaje social, porque ellas se pueden pintar *como lo hacen las mujeres* y ellos *como lo hacen los súper héroes de ficción*:

ALUMNO-2: Yo quiero hablar de una cosa que he vivido en mi persona. Yo desde pequeñito me ha encantado pintarme, yo me pintaba mensajes, me pintaba, me pintaba la cara y de toda la vida siempre en vez de decir *mira, qué haces, te estás pintando como si fueras un marica* y me decían *píntate como un súper héroe o algo*, y yo cogía y me pintaba, por ejemplo, un día me daba por pintarme de..., de demonio, y yo sentía una aceptación por, por ser un demonio, era algo masculino. Yo un día me daba por pintarme de pájaro y me ponía tres alitas y tal, y ya era un marica o algo así. Entonces yo he sabido que para nada es una barbaridad pintarse, pintarse es algo muy normal que se lleva haciendo desde los prehistóricos que se pintan la cara, o sea, no sé por qué, pintarse es algo muy normal.

Durante este tema del debate, otro alumno cuenta una experiencia personal que él vivió durante su infancia. Es al respecto de la asignación social de papeles diferenciados por géneros que se refleja en la elección de los juguetes:

ALUMNO-3: Yo quiero contar también una cosa personal y que refleja a la percepción esto. Eh..., cuando yo era pequeño en mi colegio hubo una vez, esto lo he contado muchas veces, una vez que trajeron regalos y teníamos que ir pues todos a recoger regalos y por sorteo a mí me tocó ser el último o el penúltimo, creo que el último, y llegué y todos los regalos pues de chico y de chica se estaban acabando y quedaban dos, era una era un kit de estos de maquillaje, de estos del chino, de plástico y el otro me parece que era una, una, un set de coches o algo así, y yo, no sé..., me llamó mucho la atención el color tan fosforito, rosa, tantos colores ahí de maquillaje y me lo cogí. Y niños de seis años vamos, se me echaron encima, y eso no se me olvidará en mi vida. Niños ya de seis años, que eso ya lo traían en casa muy marcado, es decir, yo creo que eso refleja a la percepción lo que estamos oyendo.

Por otra parte, en el grupo formado por la audiencia todos sus participantes coinciden en declarar los cortes de voz que han escuchado en este apartado del desarrollo de los grupos como:

OYENTE MUJER-1. Una vergüenza, una vergüenza. Cada uno es más patético que el anterior. Es bastante vergonzoso.

Concretamente, sobre la descripción de la presidenta alemana Angela Merkel en la que la corresponsal en Alemania de la radio pública incluye en su crónica política una descripción física de su cuerpo, señalan:

OYENTE VARÓN-3: La de Merkel, pues la referencia a la pérdida de peso, o sea nos guste más o nos guste menos Merkel, no deja de ser una jefa de estado, creo,

OYENTE MUJER-1: Que ya ves tú lo que nos importa que...

OYENTE VARÓN-3: Lo que importa es que ha perdido diez kilos en este año

Concretamente sobre la cuña publicitaria de *Clisident* en la que se apela a la audiencia femenina para que compren este producto y con ello conseguir estar más guapa, reflexionan:

OYENTE VARÓN-1: Pero también tienes que darte cuenta del anuncio de Clisident, creo que ha sido, *ponte guapa* y podía salir perfectamente un hombre diciendo *ponte guapo*, claro. Como diciendo la chica tiene que tener la boca perfecta para el hombre, pero el hombre puede tenerla como le dé la gana

OYENTE MUJER-1: Sí, desde luego.

OYENTE VARÓN-1: Ha sido el mensaje básicamente.

OYENTE VARÓN-3: Sí, sí, el mensaje es que las mujeres tienen que estar pintadas, guapas, delgadas. Y en cuanto a lo de la radio es increíble.

### 9.3.7.- Los roles diferenciados para ellos y para ellas

Los cortes que se reproducen en este apartado<sup>27</sup> son aquellos en los que se asocia discursivamente a cada uno de los géneros con unos roles diferenciados y con funciones asimétricas.

Sobre el corte 4 en el que un locutor dice que *los hombres aficionados al bricolaje son más serviciales, protectores y detallistas que el resto, será por eso que el 45% de las mujeres los consideran más atractivos*, escuchamos los siguientes comentarios de dos alumnas:

ALUMNA-1: Un hombre al que le gusta el bricolaje es más de fiar, a un hombre, ¡ojo! Una mujer no es de fiar ni mucho menos le puede gustar el bricolaje que eso está súper mal visto.

---

<sup>27</sup> La transcripción literal de este bloque de cortes radiofónicos se puede leer en el anexo número 4 titulado *Los roles diferenciados*.

ALUMNA-4: Si eres mujer no sabes ni coger el destornillador. Claro está, vamos a ver, esto al final es como todo. Se supone que por ejemplo lo de *las mujeres no saben conducir* porque es que a lo mejor siempre están con eso de *uy, una mujer al volante*, eh, pues claro, ¿cómo van a poner a una mujer anunciando un coche si en cuanto alguien va conduciendo y ve que es una mujer es como *mujer tenías que ser*.

Por su parte, sobre el mismo discurso, en este caso en el colectivo de la audiencia, estos dos integrantes señalan:

OYENTE MUJER-1: Y el anuncio de coches es terrible porque yo me fijo mucho en eso y siempre los coches, o sea, los más *guays*, los que tienen las aventuras más espectaculares son los tíos, ¿no? y la tía es ahí la que está como una tonta preguntándole *ay, ¿cómo te fue?* y el otro ahí súper, ya sabes. Y todo, todas las personalidades de, la personalidad aventurera, la personalidad de no sé qué...

OYENTE VARÓN-3: Son hombres.

OYENTE MUJER-1: Son tíos. Y yo, el batería, el músico ¿no?, es un tío, no es una tía, y yo, *joer* los cuento así cada uno y hasta a veces les pongo en el *twitt*, en el *twitter* les pongo: ¿Qué pasa que todos los *cool* son solo tíos y no hay mujeres que tengan una vida interesante?

#### 9.4.- Las opiniones de los grupos que pertenecen al ámbito educativo: profesorado y alumnado

Tras la exposición de las opiniones sobre las cuestiones planteadas acerca del género, la orientación del deseo y el medio radiofónico, se van a relatar a continuación las reflexiones producidas sobre asuntos específicos relacionados con el ámbito educativo. Son las que se han vertido tanto en el grupo formado por el alumnado como en el del profesorado.

Su desarrollo ocupará un epígrafe respectivamente.

#### 9.4.1.- El profesorado reconoce la gran influencia que tienen las representaciones y el lenguaje que utiliza en el aula

Con este grupo específicamente se han tratado los siguientes temas:

- ✓ Si es consciente del poder referencial que poseen sobre su alumnado.
- ✓ Si planifican las clases de acuerdo a ello.
- ✓ Si conocen el lenguaje inclusivo de género y si lo utilizan en las aulas.
- ✓ Qué potencial de referencia adquiere lo narrado y representado en el aula para convertirse en acto en el momento en el que el alumnado tenga que construir contenidos radiofónicos.
- ✓ Si son detectadas situaciones en las aulas en las que se produzca sexismo. Si son sistemáticas o circunstanciales.

La observación de los comentarios lanza las siguientes reflexiones.

Sobre las preguntas:

- ✓ ¿Sois conocedores y conscientes de la influencia que podéis ejercer sobre el alumnado, por ejemplo, con vuestro lenguaje?
- ✓ Cuando preparáis y realizáis las clases, ¿lo tenéis en cuenta?

el profesorado explica que se contempla así mismo como poseedor de algún tipo de influencia sobre su alumnado en el ejercicio de la docencia. Todas las afirmaciones al respecto giran en torno a considerarse como tenedores de una gran capacidad para ello.



Es de este modo como todos coinciden en opinar que planifican e imparten sus clases estimando que tanto sus actos como sus discursos se constituyen como una referencia potencial para quienes les observan, es decir, su alumnado. Por ello, declaran que lo que hacen y cómo lo hacen, lo que dicen y cómo lo dicen, es fundamental para su aprendizaje.

Sobre la cuestión que se plantea en los siguientes términos:

- ✓ Al hacer referencia a algún grupo de personas o cosas entre las que se encuentran elementos de los dos géneros, ¿qué género gramatical es el que utilizas?, ¿tenéis en cuenta el lenguaje inclusivo de género?

este grupo explica que, por ejemplo, referenciar a su alumnado utilizando este término explícitamente, y no los vocablos *el alumno* o *los alumnos* como se hace de forma generalizada, se convierte en una tarea de práctica difícil aunque intenta hacerlo<sup>28</sup>.

Así, señalan que la forma en la que se expresan en el desarrollo de las clases es la que a ellos se les ha enseñado. Hablan como les han hablado.

Se refieren a que utilizan vocablos de género gramatical masculino, como *alumno*, *-s*, o *profesor*, *-es*, para nombrar la generalidad. Es así como citan a estos colectivos independientemente del género que posea su membresía porque, según explican, se les enseñó que la normativa lingüística marca que han de utilizarse palabras de género gramatical masculino para referenciarlo. Esta es una forma de entender que citando a los varones explícitamente también se incluye a las mujeres, aunque sea de manera implícita. Una circunstancia que, según explican, no les provoca ningún problema porque cuentan con mayoría de alumnos, es decir, de varones.

Es de esta manera como el personal docente valoriza la educación que recibió cuando era alumnado como herramienta fundamental en la transmisión del lenguaje, el mismo

---

<sup>28</sup> En el apartado *CAPÍTULO 14.- Guías de lenguaje no sexista. Un ejercicio de inclusión del género y de la orientación del deseo* se incluyen recomendaciones para la utilización de un lenguaje inclusivo. Con respecto al ámbito docente se recomienda utilizar el término *alumnado* en vez de *alumnos*, cuando se trate de referenciar a un grupo, con el objetivo de no construir un pensamiento masculinizador.

que ahora utiliza porque es el que reproduce, a través del uso de un vocabulario específico.

Sin embargo, una profesora cuenta lo que sucede en una clase en la que hay solamente un alumno frente a un número mayor de alumnas:

PROFESORA-2: Pero sí que es verdad que estoy pensando en un grupo que tengo con un solo chico y el resto, el resto son alumnas y casi siempre, bueno no, la mitad de las veces utilizo el masculino, a veces rectifico y a veces lo dejo pasar. Pero otras veces, ummm..., utilizo el femenino y añado y *fulanito*, un poco pues un poco por hacerlo más distendido. Pero sí que es verdad que aunque intento hacerlo no me sale porque estoy acostumbrada a utilizar el masculino.

Al respecto, un profesor aclara que utiliza la frase *alumnos* y *alumnas* cuando les dirige un correo de manera genérica.

Con respecto a la representación lingüística de los roles de género, una profesora explica que intenta buscar términos que no sean determinantes para conseguir que no sea discriminatoria ni asimétrica:

PROFESORA-3: De todos modos, yo suelo utilizar, yo no hablo de *señor o señora de la limpieza* sino *personal de limpieza*, por ejemplo, ¿vale? El trabajador entendido como sujeto de derechos laborales, no como trabajador masculino o trabajador femenino, entonces no, no tengo mucho lenguaje exclusivo ahí.

De esta manera observamos que, según explica todo el personal docente que forma el grupo específico, la discursiva empleada en el desarrollo de las clases se vuelve modélica para su alumnado. Considera, de esta forma, que el tipo de lenguaje, inclusivo o no, actuará como referencial de tal manera que será el emulado tanto en la vida cotidiana como en la elaboración de guiones radiofónicos.

Por otra parte, ante el planteamiento de la siguiente pregunta:

- ✓ ¿Detectáis en el desarrollo de las clases situaciones de sexismo?, ¿en qué casos?, ¿de qué tipo?

las contestaciones narran que no han observado su existencia, de ningún tipo, excepto esta profesora que explica que esta actitud acontece cuando el alumnado tiene que realizar dinámicas de grupo en las que entre ellos se reparten y otorgan diferentes roles:

PROFESORA-3: Yo cuando hago determinadas dinámicas de grupo que son de roles y estereotipos sí que adoptan, se ve, claramente posturas machistas, posturas machistas no solamente en los chicos sino también en las chicas. Tú les cuentas una historia para que ellos se posicionen, debatan y demás y, e inmediatamente asumen, le aplican a la mujer un determinado rol, como no ha seguido su rol es la mala de la película. Entonces sí, las he vivido, las intento corregir y convencerles pero hay veces que cuesta un montonazo.

También es una profesora quien detecta este tipo de situaciones, pero no durante el transcurso de las clases, sino en los descansos que se producen entre ellas:

PROFESORA-2: Yo en los descansos. Llega el descanso y sí que es verdad que, no siempre, pero las chicas asumen un papel como más frívolo, por decirlo de alguna manera, y, porque además eso parece que en muchas ocasiones agrada a muchos chicos, entonces, unos intentan agradar a otros, o sea, chicos, chicas intentan agradarse. Es algo que es normal, intentamos agradar al prójimo. Y sí que yo he comprobado que en los descansos, levantarse de la silla y hacer ciertos gestos que identificamos con las chicas, algún grito, algún salto.

#### 9.4.2.- El alumnado piensa que lo enseñado será lo aprendido y lo reproducido

Las cuestiones sobre las que el alumnado ha ofrecido sus reflexiones parten de las cuestiones que se les ha formulado en los siguientes términos:

- ✓ Si es conocedor de la influencia que posee para ellos aquello que se dice en clase y cómo se dice.

Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

- ✓ Si conocen el lenguaje inclusivo de género y si es utilizado en las aulas.
- ✓ Si son detectadas situaciones en las que se produce algún tipo de sexismo. Si son sistemáticas o circunstanciales.
- ✓ Si abordará el lenguaje inclusivo cuando sean profesionales del medio.

Con respecto a la primera de ellas, materializada en la siguiente pregunta:

- ✓ ¿Pensáis que lo que el profesorado dice en clase llegaréis a emularlo en algún momento?

todo el alumnado considera que el lenguaje que utiliza su profesorado es tomado como modelo lingüístico. De esta forma, piensa que será copiado específicamente para referenciar al género y a la orientación del deseo.

Sobre la segunda:

- ✓ ¿Creéis que el profesorado tiene en cuenta el lenguaje inclusivo de género en el desarrollo de las clases? Cuando hacen referencia a algún grupo de personas o cosas entre las que se encuentran elementos de los dos géneros, ¿utilizan el masculino o el femenino?

opina que en las aulas no se utiliza un lenguaje inclusivo. De este modo, sus integrantes explican que el género gramatical masculino se utiliza para generalizar e incluir, sin nombrar, también a lo femenino.

Al respecto, una alumna especifica que:

ALUMNA-4: Pero en general porque un profesor es otra persona igual que tú, siempre ha visto eso, siempre usa, va a usar lo mismo. Él también ha estudiado o le han dicho siempre *hay un chico, es todo chico*, pues entonces al final siempre lo usa. Y si es verdad que aún nosotros sabiendo, siendo consciente está mal pues cuesta un montón decirlo. A mí me cuesta un montón hablar en femenino.

La excepción la encontramos en boca de otra alumna quien, en alusión a este asunto, relata lo que ocurría en su centro escolar anterior:

ALUMNA-3: Yo tenía una profesora que decía alumnado.

También es una chica quien, específicamente sobre el curso en el que está matriculada en la actualidad, añade un ejemplo de lenguaje inclusivo de género:

ALUMNA-1: La verdad es que tenemos un profesor que directamente nos llama *DJ's* como para no hacer referencia ni al masculino ni al femenino.

Acerca de otro asunto específico, el que gira en torno a si se produce sexismo en las aulas, obtenemos los comentarios que exponemos a continuación.

Una alumna explica que lo ha detectado en lo que ella denomina *detalles muy pequeños*. Se refiere a la distinta forma que tienen algunos profesores de saludar a las chicas con respecto a como lo hacen con los chicos, por ejemplo, cuando con ellos chocan las manos y con ellas no. De esta manera eleva a categoría de alto rango de comunicación la que se ejecuta mediante la de tipo no verbal o gestual:

ALUMNA-1: Yo siempre me he llevado más con chicos, siempre me ha gustado estar más con chicos. Sí, me he sentido más cómoda. Y es verdad que son como detalles muy pequeños pero yo a veces por ser mujer y estar en un grupo de chicos como que no se atreven a chocar conmigo muy fuerte..., o ese tipo de cosas simplemente porque al ser mujer se piensan que me voy a romper, o algo, o que si me dan muy fuerte una palmada voy a acabar en la pared o algo así. Pero, también hay profesores que hacen eso, por ejemplo, menos uno, creo, el resto choca con los chicos y a las chicas no nos hace eso. [...] O, ¿qué pasa crack?... Con las chicas es más *hola, chicas, qué tal*, ¡pero si no nos rompemos!, chócanos también, llámanos crack, ¡nos gusta!

Todo esto origina un comentario, en el mismo grupo, sobre cómo la educación segrega por géneros. Una sistemática que acontece con respecto a la elección del tipo de grado, ciclo formativo y también de las asignaturas:

ALUMNO-4: Tienes que ver que la carrera, por ejemplo, de magisterio infantil es todo mujeres y a lo mejor un hombre. [...]. Mi hermana por ejemplo ha hecho magisterio infantil y había treinta mujeres y un hombre, y ya, y claro, y luego te vas a colegios y claro la educación de los niños la dan las mujeres porque en todo infantil la mayoría, y si no todas, son mujeres.

ALUMNA-4: Y luego aparte las asignaturas que se suponía que se daban mejor, ¿no?, las matemáticas como era para gente lista era para los chicos, *tú eras mujer, tú no sabías sumar*, y luego literatura como es así como..., es que no sé cómo llamarlo sinceramente, pero claro literatura los chicos era como *no, es que a mí se me da fatal porque es de pensar*, no sé...

De este modo, esta alumna le otorga un gran valor al tipo de la educación que recibe una persona en cuanto a la manera en la que puede llegar a influir. La misma que servirá para construir su ideario y su pensamiento acerca de las personas, su género y su orientación:

ALUMNA-4: Puede llegar un profesor y educarle súper bien, puede darle ochenta charlas y luego llega a su casa y va a ver totalmente lo contrario..., al final es donde pasa más tiempo. Entonces por un lado tienes lo de *enseña a los niños, los niños son el futuro porque están en aprendizaje, tal*, pero claro, luego dices ¿a los mayores cómo les educó?, porque lo de los mayores, muchos es *estoy aprendiendo por costumbre, bueno, es que ya no me extraña tanto ver a una pareja de gays porque ya veo ochenta al día*. Yo creo que también hay que llegar a esa gente de edad media porque a los abuelos también es muchísimo más difícil. Hay gente que se piensa que la homosexualidad ha nacido ahora.

El lanzamiento de la última cuestión:

- ✓ ¿Piensas que si se utilizara el lenguaje inclusivo de género en las aulas el alumnado lo aprenderías y lo reproducirías en tu vida cotidiana? ¿y cuando seas profesional del medio radiofónico y tengas que crear programas de radio?

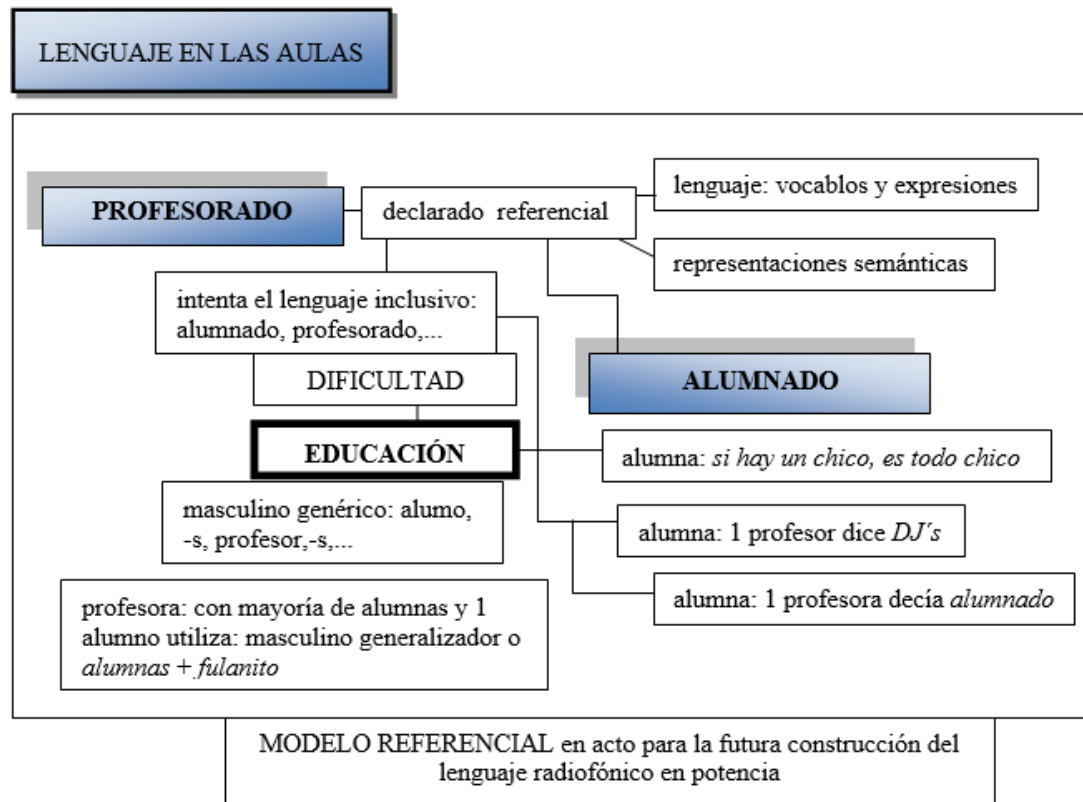
Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

origina una unanimidad en las respuestas. En ellas todo este grupo coincide en opinar que, como han expresado anteriormente en sus comentarios, lo que a ellos se les enseñe, lo que ellos aprendan, será lo que ellos hagan. De esta manera, si se les enseña a utilizar un tipo de lenguaje, en este caso inclusivo con respecto al género y a la orientación del deseo, será el que ellos utilicen también para escribir guiones radiofónicos.

Un resumen de las opiniones tanto del profesorado como del alumnado acerca del lenguaje que se utiliza en las aulas lo podemos contemplar en la siguiente figura:

Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

Figura 17. Representación de la relación de las opiniones que se han vertido tanto en el grupo formado por el profesorado como en el del alumnado acerca del tipo de lenguaje utilizado en las aulas. Elaboración y fuente propias.

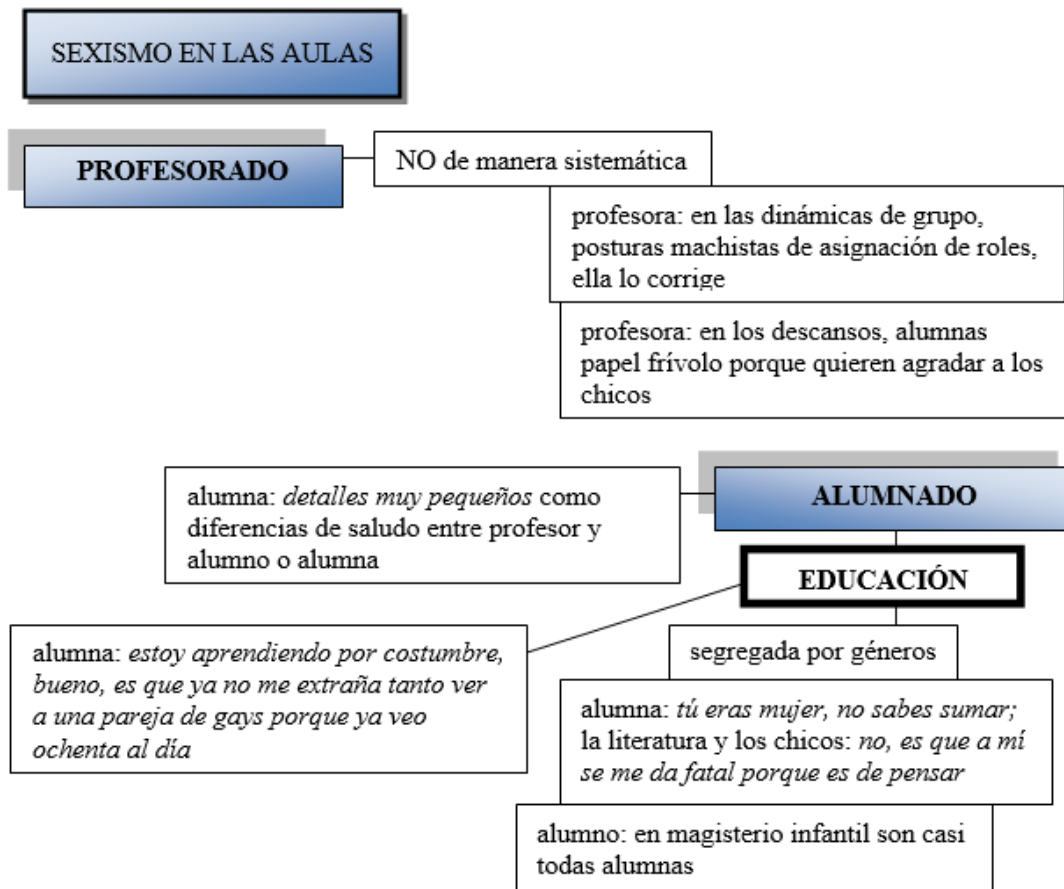


Por su parte, en la que se muestra a continuación también se puede observar lo que se opina en estos dos mismos grupos acerca de la existencia de sexismo en las aulas:



Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

Figura 18. El sexismo en las aulas según lo ha expresado el profesorado y el alumnado. Elaboración y fuente propias.



Bloque 4. El análisis de la narrativa de tres grupos de discusión. Las opiniones del profesorado, el alumnado y la audiencia radiofónica

## **CAPÍTULO 10. Las conclusiones extraídas sobre la discursiva grupal**

Las conclusiones obtenidas como consecuencia de la observación de la discursiva producida en los diferentes grupos son las que quedan redactadas en los siguientes epígrafes que, además, han sido ordenadas según los asuntos que se han tratado durante su realización.

### **10.1.- El sexo, el género y la orientación**

Todos los participantes de los tres grupos de discusión aciertan a conocer los significados con respecto tanto al sexo como al género.

De esta forma, el profesorado, el alumnado y la audiencia definen y conceptualizan que mientras que el primero se corresponde con unas características biológicas que son otorgadas por la naturaleza y que se expresan a través de los genitales, el segundo se conforma mediante un aprendizaje cultural fruto de los planteamientos sociales. Además, recalcan que, como el sexo te viene dado cuando naces y el género es como te sientes, no tienen por qué coincidir según los términos dictados por ellos.

Sobre la orientación del deseo, todos los participantes excepto una profesora, acuerdan en definirla como el deseo sexual que siente una persona hacia las demás, pero sin incluir en su conceptualización el referente a los afectos que, como sabemos, le acompañan.

Es esta misma profesora la que acierta a realizar una definición que también incorpora dicho deseo afectivo en su conceptualización. En este caso concreto, su discurso liga la orientación del deseo con el universo de los sentimientos, pero hemos de señalar que esto lo realiza en el mismo planteamiento discursivo en el que la relaciona con la opresión y la represión sociales, sin especificar si se refiere a la de tipo homosexual, heterosexual u otras.

Para los participantes, además, las categorías humanas del género y de la orientación sólo se manifiestan desde una binariedad exclusiva. De esta manera, entre sus discursos,

relatan unas opiniones entre las que se deduce que el género se manifiesta solamente en la forma del varón o en la de la mujer, lo que excluye otras posibilidades.

Solamente un profesor considera que hay más géneros que sexos, una alumna reflexiona sobre la intersexualidad, y en el grupo de la audiencia un varón y dos mujeres explican que existen más opciones como la asexualidad.

A partir de estos comentarios se introducen en los grupos términos como transexualidad, transgénero y agénero. Con respecto al primero, hemos de señalar que, tanto una alumna como un oyente lo mencionan reduciéndolo a su aspecto quirúrgico, es decir, vinculándolo directamente como una expresión propia de los órganos genitales, los propios del sexo, y no como una identidad de género que trasciende más allá de la genitalidad.

Si esto sucedía con respecto al género, de igual modo sucede con referencia a la orientación. Todos los discursos, menos uno, la entienden desde una contemplación instalada en su concepción binaria. Es la que expresa que o bien se es heterosexual, o bien homosexual. Solamente un oyente varón piensa que es posible la existencia de más opciones. Es esta una reflexión que explica partiendo de la idea de que la orientación es un continuo en el que, si bien estas dos opciones se encuentran en sus extremos, entre ellos existen diferentes opciones a lo largo de su recorrido, en mayor o menor graduación. Este discurso origina otro de la mano de un oyente varón, es el que considera que es necesario visibilizar la pansexualidad también como posibilidad de elección.

## 10.2.- El gran valor de la educación

Todos los participantes, excepto una profesora, opinan que la educación es una herramienta de gran influencia en el aprendizaje del género. Tanto en lo referente a la adopción de una identidad por parte de cada individuo, como en la representación que socialmente se realiza de ella dentro de un contexto determinado. Además, creen que la misma se recibe a lo largo de todo el transcurso de la vida humana.

Por tanto, el papel de la educación, en todos los grupos, es valorizada como un instrumento fundamental para ello.

La excepción procede por parte de una profesora. Ella cree que, aunque la educación ejerce un nivel de influencia, también lo es el orden biológico decretado por el sexo con el que una persona nace porque, según dice, se vuelve en determinante, aunque no sea una cuestión matemática.

Concretamente es en el grupo formado por el alumnado en el que escuchamos que la asignación de los juguetes y los juegos, impuesta durante la infancia, responde a un orden social en función del género. Es, según explican, lo que determina que desde una temprana edad se aprendan a construir, tanto el género como la orientación, diferenciando las funciones y los roles de las personas según el que posean.

Estos jóvenes entienden que, para integrarse socialmente, y evitar una exclusión indeseada, es obligatorio jugar a algo específico según se haya nacido niño o niña. También, describen que cuando uno de ellos trasgrede esta normativa cultural, es decir cuando un niño intenta jugar con niñas o hacer lo que ellas suelen hacer, es insultado atribuyéndole características propias del género contrario, por lo que se le presupone una orientación del deseo homosexual. Es esta una forma de elevar la heteronormatividad, de manera implícita, a categoría universal y exclusivista como inherente al ser nacido.

También, con respecto a los discursos que se realizan en torno al asunto de la educación, hemos observado aquellos que hablan acerca del cisma que se produce en los centros de estudios académicos por razón del género de su alumnado. De esta forma, tanto en el grupo formado por el profesorado como por el alumnado se narra, de manera espontánea, la situación real que acontece en la que comprobamos que los chicos estudian un tipo de formación mientras que las chicas lo hacen en otro.

De esta forma, se introduce en el debate la existencia social en el plano de la realidad de la segregación de profesiones entre varones y mujeres. Por ejemplo, se cita que mientras que en los estudios de ingeniería hay más varones matriculados, las mujeres predominan en aquellas áreas relacionadas con el cuidado y atención de los demás, como son la

enfermería y la educación infantil. También, una alumna añade un comentario en el que explica que si alguna persona intenta transgredir esta costumbre social se le asignan atribuciones, como ocurría con respecto a los juegos según ya hemos expuesto, una orientación el deseo homosexual. Es esta una reflexión, como la anterior, que también declara de manera implícita que la heterosexualidad es la forma natural e inherente propia del ser humano y que, por ello, la homosexualidad es una añadida.

Esta misma discursiva es la que resalta que la responsable de cargar, tanto al género como a la orientación, con prejuicios infundados es la tradición social. La misma que está basada en el uso de los estereotipos y que se transmite a través de los procesos educativos que no posibilitan un lugar a su cuestionamiento.

Al respecto, uno de los profesores cuestiona las representaciones que sobre el género son transmitidas de manera intergeneracional sin que ello posea ninguna base científica o demostrada.

De esta manera, los discursos presentan a la costumbre como el referente que la sociedad utiliza para decretar lo que es apropiado, o no lo es, en referencia a cada uno de los géneros.

Con respecto a la orientación, tanto una alumna como un alumno explican que existe una tendencia a su estereotipación. Concluyen que, si una persona tiene un comportamiento que no es el que la sociedad ha decretado como el apropiado para su género, es tachada de homosexual. Se entiende, por tanto, que nuestra sociedad se rige por patrones referenciados en la heteronormatividad, aunque hemos observado que estas reflexiones se producen sin pronunciar este término explícitamente.

### 10.3.- La influencia del medio radiofónico en la construcción, el tratamiento y las representaciones del género y de la orientación del deseo

Todos los participantes destacan la importancia que ejercen los medios de comunicación en la adquisición del conocimiento de cualquier índole, también en lo referente al género y a la orientación.

Sobre el medio radiofónico, los discursos se articulan también en este sentido, al otorgarle a esta forma de comunicación un gran poder de influencia sobre la población. Concretamente, un oyente afirma que, aunque piense que no influye, cree que apoya ciertos convencimientos, y otra que lo hace en menor medida que otros medios.

Todos estos discursos fluyen, en todos los grupos, sin que en ningún momento la radio sea identificada como un agente social a través del cual se puede adquirir cualquier aprendizaje de tipo informal, es decir, que no se explicita discursivamente de esta manera.

Tanto en el grupo del profesorado como en el del alumnado se producen discursos en los que se narra la gran influencia que poseen quienes se consideran como estrellas o iconos de la radio, es decir, quienes prestan su voz en los programas cargándose con los atributos propios de una imagen sonora institucionalizada. Así, se expresa el gran poder de influencia mediática que tienen los contenidos radiofónicos si quienes los pronuncian ya tienen un reconocimiento social como portadores de la razón y la verdad.

Sobre la manera en la que este medio representa el género, los participantes de forma general, encuentran diferencias entre el tratamiento que recibe el contenido que se dirige a una audiencia masculina con respecto al otro que es para la femenina. Es así como consideran que el *target* según su género determina los contenidos radiofónicos.

También, encuentran diferencias entre la forma de representar a quienes aparecen en él dependiendo de si son mujeres o varones.

En este sentido, una profesora explica que cuando un contenido referencia a una mujer se ocupa y detiene en ofrecer información sobre su forma de vestir y aspecto físico, y cuando lo hace sobre un varón solamente se ciñe a su labor profesional.

Al respecto, un alumno relata que en una entrevista dirigida a una mujer las preguntas son sobre su forma de vestir y sus sentimientos, mientras que a un varón son sobre sus responsabilidades profesionales. Además, añade que cuando es un locutor quien realiza comentarios con respecto a la vestimenta de alguien, por ejemplo, se le otorga una orientación del deseo homosexual, que también lo define como cobarde y temeroso,

porque esta labor es la considerada socialmente como la apropiada para que la ejerza una mujer. Mediante la observación de esta reflexión podemos deducir que se establece una discursiva que otorga al gay características propias de la mujer.

Sobre si en la radio se produce segregación de contenidos con respecto al género de las voces que lo radian, todos los participantes excepto un profesor, de todos los grupos, piensan que es así. Él explica que si bien existe esta diferenciación, la misma no se debe al género que posea quien lee una información, es decir, que es independiente a su condición de varón o mujer, sino que responde a la calidad de su timbre expresada a través de su calidez o sensualidad vocal. Además, añade que cuando haya más locutoras se les otorgará más valor a su palabra porque se normalizará esta situación.

Sobre el grado de credibilidad que presenta un contenido según sea quien lo locute, la mayoría de los participantes creen que influye. Son todos menos una profesora y un profesor. Al respecto, también una profesora comenta que mientras la lectura en antena de una información a cargo de una locutora aporta emotividad al relato, la de un varón no. De este modo, esta misma profesora, comenta que esto es porque ella es mamá y por eso le duele lo que narra.

En el grupo de la audiencia, una oyente dice, en este sentido, que la voz femenina es más sensual y que por ello sí se implica más en ciertos contenidos más emotivos.

Una alumna piensa que los papeles están muy estereotipados porque se otorgan mediante los prejuicios. Explica que si un locutor ofrece información del mundo de la moda o una mujer del ámbito científico, la población pensará que no tienen razón en lo que dicen, es decir, que su contenido no es creíble. Al respecto, otra alumna dice que, por regla general, se le hace más caso a aquello que dice un locutor que si el mismo contenido lo expresa una locutora.

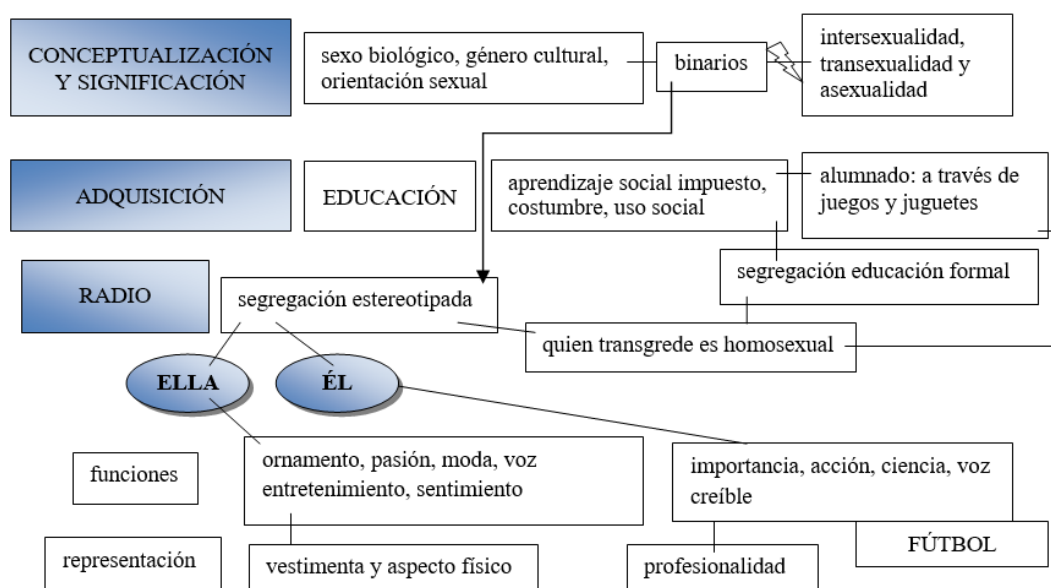
Por su parte, es otro profesor quien explica que se cree que todo lo que diga un locutor está basado en la razón y lo que exprese una locutora en lo festivo. Y a esta forma de representación la sitúa bajo el criterio de lo que él denomina *machismo*. Acerca de este, una oyente dice que en la radio se manifiesta en la cuantificación de las voces, porque cuando ella escucha la radio hay más masculinas que femeninas.



Al referirse a los espacios deportivos, especialmente los relativos al fútbol, un profesor percibe que las responsabilidades están bien diferenciadas ya que mientras que el papel masculino es fundamental en su contenido, el de ellas queda relegado al de comparsa. Una oyente dice que la mujer aparece en estos espacios a modo de adorno. A raíz de este comentario otro oyente dice que en muchos de estos espacios hay mujeres porque se quiere dar una visión hacia sus audiencias de progreso o avance en lo que respecta a su inclusión. Y añade, que mientras que se realiza una representación en la que observamos que el tertuliano sabe mucho de fútbol, aunque sea feo, la tertuliana es la guapa.

Un resumen gráfico de estas reflexiones lo podemos contemplar en la siguiente figura:

Figura 19. Resumen de las conclusiones obtenidas acerca de las reflexiones producidas en los grupos de discusión. Elaboración y fuente propias.



#### 10.4.- El lenguaje utilizado en los grupos de discusión no es inclusivo

Se incluye en este apartado una exposición del tipo de lenguaje que ha sido utilizado en el desarrollo de los discursos de los grupos de discusión. Todo observado tanto desde la perspectiva del género como de la orientación del deseo<sup>29</sup>.

<sup>29</sup> Las formas en las que se debe utilizar el lenguaje desde su inclusión están descritas en el *CAPÍTULO 16.- Guías de lenguaje no sexista. Un ejercicio de inclusión del género y de la orientación del deseo*. En el mismo se detalla, bajo la perspectiva de diferentes autorías, qué vocablos y expresiones son los que se consideran como tales para utilizarlos y así evitar la tradicional generalización lingüística referenciada en el androcentrismo.

Al respecto, el uso que más se ha extendido es el que se manifiesta mediante la utilización del masculino genérico para nombrarlo todo, incluso para hacer referencia a una o varias mujeres en particular.

Si nos detenemos a la especificidad, son las siguientes las formas utilizadas para la narrativa:

- ✓ Las mujeres se representan a sí mismas utilizando palabras de género masculino como *uno*, ello consigue su masculinización.
- ✓ En ningún caso las referencias al género masculino se realizan utilizando el vocablo específico *varón*, sino el genérico *hombre*.
- ✓ Se utiliza la expresión *el que* o *los que* tanto para referirse a un varón, lo que se establece en un uso correcto, como para una mujer. En este caso se debería haber utilizado *la que* o *las que*.
- ✓ La alusión a la audiencia radiofónica se realiza con los términos *el oyente* o *los oyentes*, en vez de *la audiencia*.
- ✓ La palabra *gay* es utilizada para expresar la orientación del deseo homosexual de manera general, no para referirse especialmente al varón homosexual como marca la institución lingüística, es decir, la RAE. Esta es práctica discursiva que incluye al lesbianismo implícitamente aunque no lo nombre directamente.

Todo esto constituye una utilización del lenguaje respondiendo a unos patrones lingüísticos de orden patriarcal, androcéntrico y heteronormativo.



**BLOQUE 5. LA DISCUSIÓN Y LAS  
CONCLUSIONES ACERCA DEL  
TRATAMIENTO Y LAS  
REPRESENTACIONES RADIOFÓNICAS DEL  
GÉNERO Y DE LA ORIENTACIÓN DEL  
DESEO**

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo



“Cuando un Estado aplica, ejecuta o perpetua un estereotipo de género en sus leyes, políticas públicas o prácticas, lo institucionaliza, dándole la fuerza y autoridad del derecho y la costumbre. [...] Cuando un Estado no adopta medidas legales para eliminar y remediar la perpetuación de un estereotipo de género por otros medios, tales como los medios de comunicación, las escuelas y sus currículos, un estereotipo de género también es institucionalizado y se le otorga la fuerza y autoridad de la ley. Cuando un Estado legitima así un estereotipo de género, provee un tiempo y a través de diferentes sectores de la vida y la experiencia sociales”.

(Cook & Cusak, 2009:4).

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

En este bloque se van a exponer tanto la discusión como las conclusiones originadas a partir del análisis del discurso radiofónico.

Las mismas se encuentran ordenadas queriendo dar respuesta a los objetivos de este trabajo. En primer lugar se abordarán las concernientes al principal y posteriormente las relativas a los cuatro específicos.

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo



## CAPÍTULO 11. La discusión de los resultados

La discusión de los resultados obtenidos se detalla en los siguientes epígrafes.

### 11.1.- La discusión del objetivo principal. El universo masculino heterosexual ocupa la hegemonía sistemáticamente

Según ya quedó planteado en el apartado correspondiente, el objetivo principal de esta tesis es estudiar los parámetros, referentes y patrones que se utilizan en la construcción del discurso oral para representar, nombrar y referir tanto al género como a la orientación del deseo en los espacios radiofónicos, centrándose en el ámbito de la mujer y en los grupos LGTBI.

Acerca del mismo, la discusión principal es la que considera que el discurso radiofónico realiza una representación de quienes nombra utilizando para su articulación el género gramatical masculino.

Este ejercicio lingüístico se convierte en sistemático. Es una generalización que convierte a lo masculino en la forma de citar a cualquiera específicamente y también a todo el mundo. Bien sea a una persona de la que no se conoce su género, bien a un varón o una mujer específicamente de la que precisamente se conoce su género, bien a un grupo formado por personas de un género exclusivamente, o bien a otro en el que se encuentran mezclados, independientemente del número de cada uno de ellos. Ello conforma un mapa que por no nombrar a la mujer, aunque la quiera incluir, la silencia.

“La niña debe aprender su identidad sociolingüística para renunciar inmediatamente a ella. Permanecerá toda su vida frente a una ambigüedad de expresión a la que terminará habituándose, con el sentimiento de que ocupa un lugar provisional en el idioma, lugar que deberá ceder inmediatamente cuando aparezca en el horizonte del discurso un individuo del sexo masculino, sea cual sea la especie a la que pertenezca” (Moreno, 2000:31).

Especificando con respecto a la representación nominal, las alocuciones radiofónicas utilizan sustantivos masculinos para referenciar la etnicidad, la ciudadanía y los gentilicios. También para citar las profesiones y quienes las ejercen, como las del ámbito de la judicatura y enfermería que, aun estando compuestas en su mayoría por mujeres, son nombradas bajo los términos *juez, fiscal o enfermero* silenciando de esta manera a las juezas, fiscalas y enfermeras que, como explican los datos objetivos<sup>30</sup>, conforman la mayoría en ellas.

Otra práctica es la que sucede con respecto a la concordancia de género gramatical que nuestra normativa lingüística exige. Según esta, los diferentes elementos variables que conforman una oración deben coincidir en sus accidentes gramaticales, y entre ellos figura el género (RAE, 2015). Sobre este asunto se ha observado que dicha norma no se cumple ya que comprobamos que la costumbre radiofónica prefiere utilizar el masculino en detrimento de dicha correspondencia.

En este orden también hemos observado la utilización del vocablo *hombre* para designar a *persona* y a *la Humanidad*, y la expresión *el que*, en lugar de *la que*, para referirse a una mujer.

Esta masculinización del lenguaje alcanza tal regularidad que normaliza que las propias mujeres se referencien a sí mismas utilizando la palabra *uno*, en vez de *una*.

El exponente máximo de esta asimetría narrativa alcanza su apogeo cuando los varones son citados nominalmente con su nombre de pila y apellido, mientras que las mujeres lo son con el primero exclusivamente. Esto sucede incluso para citar a aquellas que ocupan una superioridad jerárquica social o profesional, con respecto a ellos, como sucede con los tandems nominativos: Mariano Rajoy y Soraya (Sáez de Santamaría) o Esperanza (Aguirre), y Pedro Sánchez y Susana (Díaz). Una práctica que las convierte en personas

---

<sup>30</sup>El informe realizado por el Consejo General del Poder Judicial sobre la estructura de la carrera judicial en España señala que a 1 de enero de 2015 un 52% del personal de su plantilla está compuesta por mujeres (CGPJ, 2015).

Según datos del INE, el número de mujeres colegiadas supera al de varones en 11 de las 15 profesiones del ámbito científico consideradas en un estudio de 2015. Son las áreas de enfermería, farmacia, fisioterapia, odontología, óptica, psicología, podología, logopedia, nutrición, terapia ocupacional y química (INE, 2017).

demasiado familiares y cercanas al desproveerlas de su carga institucional. En este mismo sentido, también se utilizan diminutivos cariñosos solamente para ellas, nos referimos al uso de los vocablos *niña* o *jovencita*, incluso para invocar a mujeres adultas, o formas nominativas demasiado familiares como *La Cospe* acerca de María Dolores de Cospedal. Mientras esto acontece hacia ellas, ellos son tratados y mencionados como *señores*.

Sobre toda esta praxis masculinizadora del lenguaje hemos encontrado una excepción. Es la que utiliza el género gramatical femenino, de manera exclusiva, en aquellos discursos relacionados con el ámbito de la belleza. En estos, se invoca directamente a la mujer con expresiones como: *ponte guapa*, *las modelos de pasarela*, *las que tienen que cuidarse* y un largo etcétera en este mismo sentido, lo que construye un pensamiento que la instala en los espacios propios de la atracción física y sexual, y del cuidado de la estética y el aspecto físico. De igual forma sucede cuando se utilizan expresiones explícitas sobre el ámbito doméstico como *las amas de casa* y *las limpiadoras*. Es así como el lenguaje aleja al varón de estos contextos al considerar que no son los apropiados para él porque son los propios de ella. Esto es porque, aunque el género gramatical masculino se utiliza para universalizar, el femenino lo es solamente para la privacidad de estos ambientes.

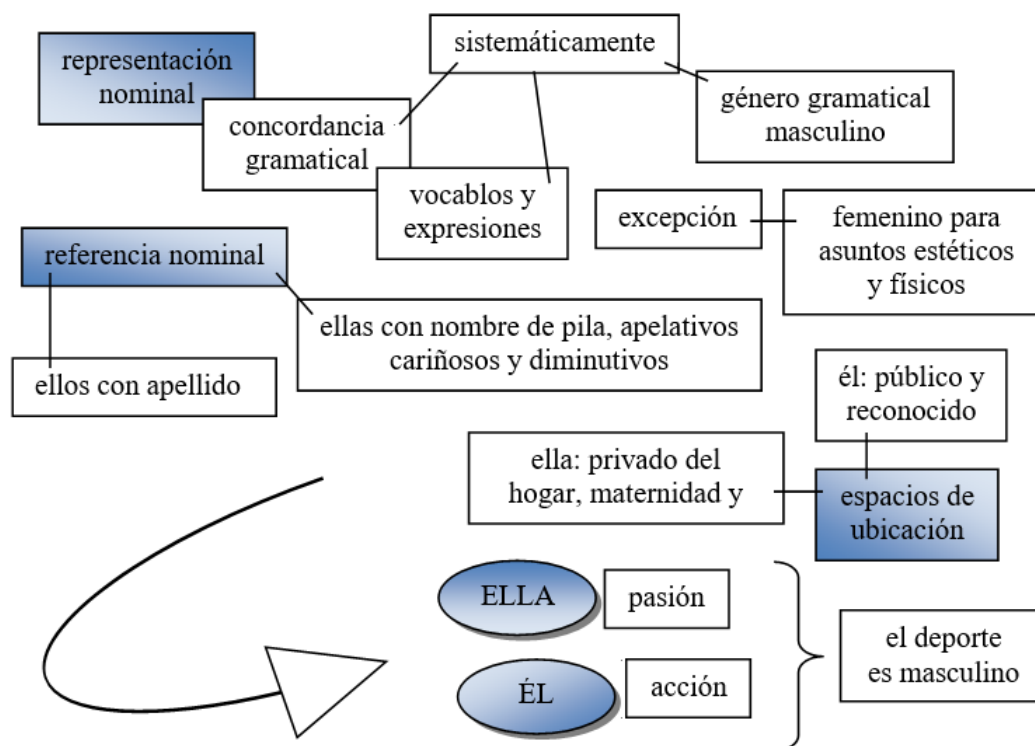
Esto, como parte de la representación semántica, se une a la que se realiza con aquella cargada de prejuicios de valor, es decir, con bajo la estereotipación.

La misma que decreta que ellas se han de mover en el espacio de la privacidad del hogar, en el que además desarrollarán su maternidad y cuidado de los demás, mientras que ellos se instalan en el contexto profesional, remunerado y de reconocido prestigio. Esto lo deducimos a partir de la observación de una discursiva en la que, por ejemplo, en una entrevista a un cocinero reconocido profesionalmente él mismo reconoce que la comida casera de su madre es mejor que la suya, o aquella otra en la que mientras se especifica la profesionalidad de famosos diseñadores de moda nos relata que quien cose en el hogar es la mujer. También en aquella a en la que se apela a la madre, y no al padre, como quien posee la capacidad de confortar el dolor de un hijo cuando sufre una agresión homofóbica o la de un árbitro que es golpeado durante un partido de fútbol.

Todo esto sitúa al varón en la acción y a la mujer en la pasión. Por eso el deporte, concretamente el fútbol, un área periodística muy destacada en la radio, es eminentemente masculino. Un contenido que se dirige hacia esta audiencia de forma implícita porque también en él se utiliza el género gramatical masculino para invocarla. Es la misma narrativa que anuncia explícitamente que es femenino como una excepcionalidad.

Estas reflexiones se pueden observar de manera gráfica en la siguiente figura:

Figura 20. Mapa conceptual de la forma en la que quedan representados los géneros según la discusión del objetivo principal. Elaboración y fuente propias.



Sobre la orientación del deseo, el medio radiofónico declara explícitamente la heterosexualidad como perteneciente al ámbito de la normalidad, es decir, inherente al ser humano. Ello deduce que, de manera implícita, las otras son consideradas como anormales. De estas solo se referencia la homosexualidad porque, en un sistema de binariedad, las demás no existen.

Esta homosexualidad se presenta como una categoría propia del varón en la que la lesbiana no aparece. Un ejemplo es que la palabra *gay*, que institucionalmente le referencia especialmente a él<sup>31</sup>, es utilizada para designar a todo este tipo de orientación.

Por su parte, el gay es un varón que, a pesar de poseer el mismo género que el heterosexual, no goza de sus mismas propiedades porque se le representa con las mismas de la mujer heterosexual. Así, no es valorado por su profesión o intelectualidad sino por su valor estético y colorista, y también por su tiempo de ocio.

Sobre las ubicaciones en los que la discursiva de la dualidad aparente y las cualidades sin equivalentes asignan a cada persona queda establecido que a él, siempre que sea heterosexual, se le presuponen la valentía, el coraje y el atrevimiento, porque así lo decretan sus órganos genitales, y también una conducta declarada como violenta de forma inherente y propia de su identidad. Por su parte, a la mujer heterosexual, y también al varón homosexual, se les dibuja con un comportamiento sentimental y afectuoso.

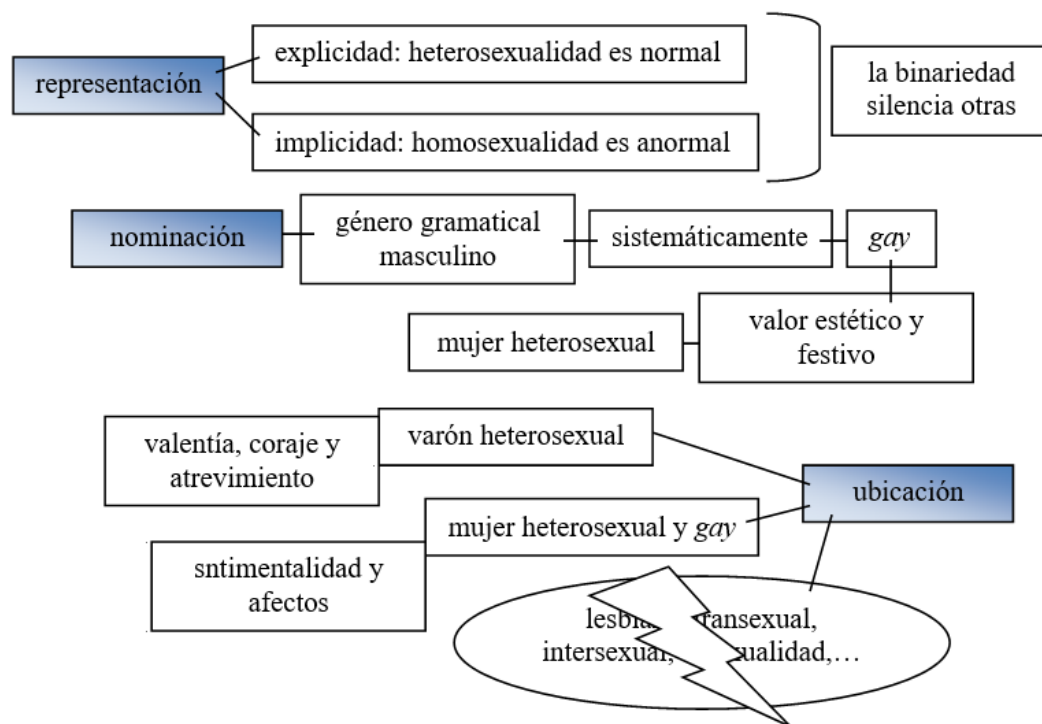
Así, se construyen unos patrones lingüísticos que están instalados en un eje de binariedad que es asimétrico por desigual. En uno de sus extremos, se instala el correspondiente al poder hegemónico, en el que se encuentra el varón y su universo masculino, siempre que cumpla la condición de ser heterosexual. En el opuesto, que es el de la inferioridad, se ubican tanto la mujer heterosexual y su universo femenino, como el varón homosexual. Las demás categorías como el lesbianismo, la transexualidad, la bisexualidad y la intersexualidad, entre otras, ni siquiera son representadas, no se nombran, se silencian entre los muros de este régimen. La lesbiana porque aunque sea una mujer, y por ello le correspondiera ocupar el emplazamiento propio de la sumisión, no es heterosexual, por lo que es doblemente silenciada. Los otros grupos porque no entran dentro del reconocimiento del sistema de binariedad.

---

<sup>31</sup> Aunque la RAE determina que el término *gay* se puede utilizar para referirse a los homosexuales de manera general sin especificar su género, explica que se debe utilizar especialmente para nombrar al varón que practica esta orientación del deseo. Así queda expuesto detalladamente en el epígrafe *Las cuestiones a plantear* de este mismo trabajo de investigación.

Es de este modo como un medio de comunicación, a través de sus mensajes, difunde unas relaciones de dominación porque quienes los producen se encuentran en posiciones dominantes (García de Cortázar y García de León, 2002).

Figura 21. Mapa conceptual de la forma en la que quedan representadas las orientaciones del deseo según la discusión del objetivo principal. Elaboración y fuente propias.



## 11.2.- La discusión del primer objetivo específico. Los patrones lingüísticos y sociales utilizados para la representación nominal y semántica del género y de la orientación del deseo.

En este epígrafe vamos a desarrollar la discusión referida al primero de los objetivos específicos de este trabajo que quedó redactado en los siguientes términos:

*Conocer el léxico y la semántica discursiva con los que se nombran a la mujer y a los grupos LGTBI en contraste con los que se utilizan para designar al varón y a la población heterosexual en función de los patrones sociales y lingüísticos usados como referentes.*

La misma queda expuesta en los apartados que se relatan a continuación.

### 11.2.1.- El modelo heteronormativo y binario queda convertido en el referencial para nombrar al género y a la orientación

El análisis realizado desde una perspectiva de género a propósito de la representación que el discurso radiofónico realiza de la población a la que menciona, lanza un primer mapa sonoro que lo dibuja en una línea que sólo posee dos extremos. Es así como el género queda instalado en la binariedad<sup>32</sup> según la cual cada persona es clasificada según una definición basada en lo que es y en lo que no es, es decir, según posea las propiedades asociadas a lo típicamente femenino o a lo masculino.

De esta forma, en el conjunto de la narrativa observada, los discursos apelan a cada quien como perteneciente a cada uno de los dos géneros de manera exclusiva. Un sistema excluyente porque ignora, por silenciamiento, otras posibilidades, como son el transgénero o la intersexualidad.

Hemos detectado que esta práctica se convierte en sistemática porque aparece en el análisis de toda la discursiva, además, producida de manera implícita ya que la palabra

---

<sup>32</sup> La significación y formas de expresión del concepto binariedad quedan expuestas en el apartado 2.2.2.- *La binariedad. Femenino vs. masculino* de este mismo trabajo.

*binariedad*, u otras de su familia lingüística, no se pronuncia nunca directamente, sino que su significación es deducida a partir de las representaciones realizadas con el uso de otros vocablos y términos.

Con respecto a la orientación del deseo, también sucede de igual manera, es decir, que solamente se manifiesta en términos de heterosexualidad u homosexualidad, excluyendo de este modo la bisexualidad.

Estos mismos discursos declaran, también con respecto a la orientación, que el régimen social es heteronormativo<sup>33</sup>, igualmente de manera implícita. Según este patrón referencial, la ciudadanía mencionada posee una naturaleza heterosexual, también de forma exclusiva y sobreentendida.

Ello implica que las referencias radiofónicas sobre una familia, pareja, matrimonio o cualquier grupo formado por dos personas, se realicen invocando una imagen sustentada en un dúo compuesto por mujer y varón, exclusivamente, que además son heterosexuales, también exclusivamente.

Y esto también sucede sin que en ningún momento se utilicen recursos lingüísticos que lo expliquen específicamente. Es así como la población es representada nominalmente a través de la significación del vocablo *heterosexual* aunque este no se utilice, es decir, invisible pero existe.

Esta consideración posee una consistencia tan fuertemente arraigada en la narrativa radiofónica, que se extiende para referenciar a cualquiera, incluso aunque no tenga esta orientación del deseo.

Su correspondencia está tan universalizada que alcanza a alargar sus brazos hacia quienes no pertenecen a este sistema, como es la población LGTBI. De este modo, tanto la binariedad como la heteronormatividad, se convierten en los modelos referenciales de los patrones sociales con los que se construye el discurso para representar nominalmente

---

<sup>33</sup> La significación y formas de expresión del concepto heteronormatividad quedan expuestas en el apartado 3.2.1.- *Un escenario heteronormativo* de este mismo trabajo.



también a este colectivo. Su consecuencia principal nos hace entender que la población LGTBI está compuesta exclusivamente por gays (G) y lesbianas (L) ignorando por ello el significado de las otras siglas que lo componen: T, B ó I, es decir, transexualidad, bisexualidad o intersexualidad, porque no se ciñen al sistema de estructura binaria.

### 11.2.2.- Todo se nombra utilizando el género gramatical masculino, también para referirse al universo femenino

En este sistema heteronormativo binario el discurso utilizado para referenciar a una persona, o a un conjunto de ellas, es construido utilizando la opción lingüística que se articula con vocablos de género gramatical masculino que, al no ser una práctica coyuntural sino sistemática, la convierte en una normalización.

Esto sucede aunque nuestro sistema normativo diferencie entre el género gramatical masculino, representado generalmente con el artículo *el* y la terminación *-o*, y el femenino con *la* y *-a* (Seco, 1996). El mismo que decreta que el primero adquiere una generalización y universalización *no marcada* con la que se pueden citar los dos, mientras que el segundo es restrictivo.

Es de este modo como esta actuación se materializa con patrones sustentados en estructuras masculinas elevándola a categoría generalizadora al asignarle la función de servir para citar a todas y cada una de las personas, y también a las cosas, independientemente del género que posean<sup>34</sup>.

Una masculinización que no tiene en cuenta ni la individualidad ni la colectividad nombradas en cuanto a que es independiente al número de las referencias lingüísticas que establece, ya sea este singular o plural, y que se encuentra universalizada porque, por lo paradójico que parezca, incluso también sucede para nombrar a una mujer específicamente de la que se conoce su nombre, apellido y profesión.

---

<sup>34</sup>En el epígrafe 7.1.- *El doble valor de lo masculino. El género no marcado* se explica que nuestra normativa gramatical concede valor de universalidad y globalidad al género gramatical masculino porque se puede utilizar para referenciar a cada uno de los géneros y a la suma de los dos. Una práctica que, si bien aceptan las instituciones lingüísticas, invisibiliza lo femenino aunque lo incluya, por no nombrarlo.

Así, esta observación se ha encontrado en las citaciones de:

- ✓ Un varón,
- ✓ Una mujer,
- ✓ Un grupo formado exclusivamente por mujeres,
- ✓ Un grupo de varones exclusivamente,
- ✓ Un grupo con mayoría de un género indistintamente,
- ✓ Un grupo del que se desconoce el género de sus integrantes y su número.

De este modo, en los ámbitos descritos a continuación, se utilizan los siguientes vocablos masculinos:

- ✓ Para la ciudadanía y la etnicidad: ciudadano, ruso, cubano, español, el inmigrante,
- ✓ En el parentesco: hijo, padre, abuelo,
- ✓ Con referencia a las profesiones: médico, enfermero, el policía, el trabajador, el funcionario, el parado,
- ✓ Y en otros casos: cliente, presidente, usuario, amigo, soltero, divorciado, cliente, hacker, pensionista.

Esta generalización también acontece en el universo LGTBI. Así, para referenciar a una persona homosexual independientemente de su género, se utiliza el vocablo *gay*. Esto se constituye como una forma más de masculinización del lenguaje, también con respecto a la orientación, porque aunque la institución lingüística explique que este término se puede utilizar para nombrar a los homosexuales de manera general, especifica que

especialmente debe serlo para aquellos que son varones (RAE, 2018h). Como sabemos para citar a la mujer homosexual existe el vocablo *lesbiana* (RAE, 2018j)<sup>35</sup>.

### 11.2.3.- Las expresiones *el hombre* y *el que* se utilizan para citar también a las mujeres

Sobre la construcción discursiva referenciada en patrones sociales y lingüísticos masculinos, hacemos hincapié en dos casos. Son los que se refieren al vocablo *hombre* y a la expresión *el que*.

Sobre el primero, sabemos que sus significados aceptan que se utilice, además de para referenciar a la figura masculina exclusivamente, también para hacerlo sobre el ser humano en general (RAE, 2017a). En este segundo uso se convierte en un caso de masculinización del lenguaje porque se apunta directamente hacia el universo del varón, constituyéndose como una representación de la Humanidad que pareciera que está compuesta exclusivamente por varones, la misma en la que, consecuentemente, las mujeres carecen de reconocimiento.

Así, se ha escuchado en una entrevista de archivo de RNE al Dr. Gregorio Marañón, quien dice: “Yo creo que los premios que se conceden a los hombres de ciencia no son para que estos los disfruten”. También a José Luis Restán leyendo un fragmento de una catequesis en la COPE: “La historia de Jesús en medio de los hombres”.

Otros casos similares son el del periodista Luis del Val realizando una descripción física de la vicepresidenta Soraya Sáez de Santamaría: “Un reloj deportivo en la muñeca izquierda que es donde nos solemos colocar los hombres el reloj”, en la explicación que en la radio pública ofrecen sobre el hito de la difusión de las primeras vacunas que fue la lucha de: “El hombre contra la viruela”. También, el cocinero Fernando del Cerro afirmando que con sus platos satisface: “Esa primera necesidad que tiene el hombre que es la de alimentarse”. Todo ello se conforma como una representación a través del uso del lenguaje masculino porque sabemos que una mujer, al igual que un varón, también siente la necesidad de alimentarse o que coloca su reloj en la muñeca izquierda.

---

<sup>35</sup>La correcta utilización de este término ha sido convenientemente explicado en el epígrafe titulado *Las cuestiones a plantear* de este mismo trabajo.

De igual forma sucede con las expresiones *el que* y *los que*, utilizadas de una forma tan masiva que, aunque sean exclusivamente de orden masculino, se utilizan para referenciar a cualquiera, incluso para referirse a una mujer en concreto. Para evitarlo, sabemos que el lenguaje inclusivo de género<sup>36</sup> recomienda utilizar para el primer caso el pronombre de relativo *quien o quienes*, carentes de género en su alusión, y para el segundo su versión gramatical femenina de número singular *la que* y de plural *las que* (RAE, 2005a).

Con referencia a ello, en una recomendación para evitar los accidentes de tráfico oímos que: “El que conduce, atento”, cuando en aras de la generalización se debería haber pronunciado *quien conduce, atento* ya que el discurso no se refiere a nadie específicamente. Casos similares son las frases: “Inmigración de los que llegan” y “Cada vez son más los que deciden viajar solos”.

Todo esto manifiesta y ubica a *lo masculino* como único valor estimable que excluye a *lo femenino* al conceptualizarlo en la otredad. En la narrativa imperan los patrones sociales masculinizadores que al quedarse instalados consiguen que lo femenino sea la excepcionalidad.

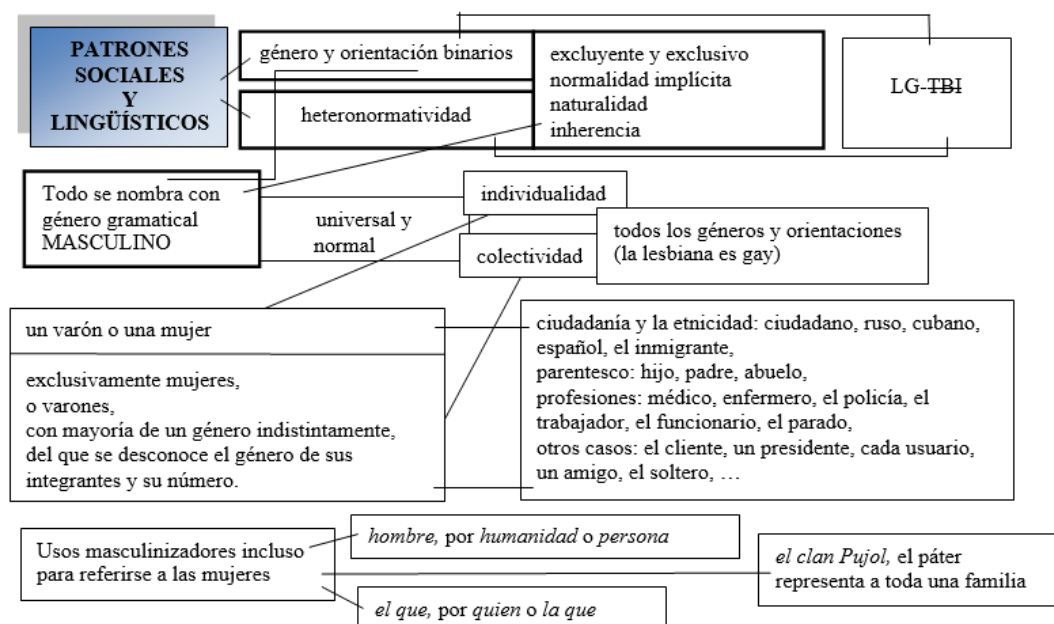
Como resumen de este asunto, el orden al que pertenecen los patrones sociales y lingüísticos que se utilizan para la construcción del discurso radiofónico, podemos observar la siguiente figura:

---

<sup>36</sup> En el apartado *CAPÍTULO 14.- Guías de lenguaje no sexista. Un ejercicio de inclusión del género y de la orientación del deseo* se incluyen ejemplos de utilización del lenguaje inclusivo.

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

Figura 22. Los patrones sociales y lingüísticos utilizados para la construcción del discurso radiofónico. Elaboración y fuente propias.



### 11.2.4.- La representación nominal: ellos tienen nombre y apellido, ellas solo nombre de pila

Con respecto al análisis de la representación nominal observada desde la perspectiva del género, se ha detectado que existe una diferenciación asimétrica.

Es así como mientras al varón se le nombra utilizando su nombre de pila seguido de su apellido, o exclusivamente con este, a la mujer se la cita con el primero exclusivamente.

Esta sistemática no entiende de profesión, cargo u ocupación de las personas aludidas, ya que se ha encontrado en diferentes contextos, desde aquellos discursos en los que se relatan informaciones en las que participan personas que sustentan cargos de alta jerarquía institucional en la vida política hasta otros personajes que son simplemente populares.

De esta manera, hemos oído citar al presidente del gobierno Mariano Rajoy, al ministro de defensa Pedro Morenés, también al presidente de la Comunidad de Madrid Ignacio González, al diputado del PSOE Pedro Sánchez, al que también es diputado por este partido Eduardo Madina o al asesor político Pedro Arriola, tal y como aquí escribimos.

Por el contrario, mujeres que también ejercen funciones de igual jerarquía, o incluso superior, son citadas por su nombre de pila, de manera exclusiva, como Soraya (Soraya Sáez de Santamaría, vicepresidenta primera del gobierno), Esperanza (Esperanza Aguirre, presidenta del PP en Madrid) y Susana (Susana Díaz, presidenta de la Junta de Andalucía).

Este ejercicio se produce incluso en un mismo discurso en los que se representa nominalmente a los dos géneros, como en la tertulia de la SER en la que se nombra a sus participantes como Mariola (Mariola Urrea, profesora universitaria) y Ramoneda (Josep Ramoneda, periodista y filósofo).

También sucede de esta misma manera incluso en aquellos casos en los que él ocupa una posición jerárquica de un orden inferior a la de ella, como sucede cuando el tertuliano Paco Maruenda en la COPE se refiere a Esperanza y a Arriola, o en RNE Bieito Rubido, director del periódico *ABC*, en los siguientes términos: “Lo que ocurre es que yo tengo mis dudas, Susana es muy joven, Susana tiene 38 años. Susana todavía tiene tiempo para jugar sus bazas viendo la derrota de Pedro Sánchez”. La misma emisora en la que la periodista Pilar Gómez reflexiona: “El gran pacto que ellos sellaron era que..., Pedro Sánchez era elegido y apoyado por todos, por críticos, por los de Susana, para ser secretario general”.

Un caso digno de mención se produce en el espacio científico de RNE *A hombros de gigantes*. En él escuchamos el relato de la biografía del químico francés Jean Baptiste Boussingault en el que es referido como tal, mientras que en la de K. Maliszewski, pionera en el estudio de fósiles foraminíferos, se explica: “En 1945 Krystina reanudó su trabajo en el Instituto Estatal de Geología” y “Krystina trabajó sobre la microfauna cretácica de Polonia”.

El caso más representativo de esta categoría de análisis lo constituyen los títulos de dos programas que pertenecen a la misma cadena de emisoras. El primero es *Herrera en la onda*, dirigido y presentado por Carlos Herrera, y el segundo *Julia en la onda*, por Julia Otero.

De igual forma sucede en el espacio *La mañana* de la Cadena COPE en el que nos encontramos con el caso de un indicativo en el que se pronuncia el apellido de su director y presentador: “Expósito. La mañana. COPE. Estar informado”.

También se actúa de esta forma en los discursos en los que se quiere referenciar a toda una familia utilizando para ello la expresión *el clan* seguida del apellido del padre de la misma. Nos referimos a las informaciones con respecto a los casos judiciales en los que se encuentra implicada la membresía familiar que es representada nominalmente bajo la denominación del apellido del patriarca, *el clan Pujol*<sup>37</sup>. Es este un ejercicio lingüístico ejecutado con la pronunciación exclusiva de un apellido, el del padre, que pasa a convertirse en la forma de designación de todo un clan. Es el páter quien representa a todos mediante su apellido, el mismo que le fue otorgado mediante la herencia de otro páter, también.

Es el sistema androcéntrico y patriarcal el que impone que el apellido de la madre se vaya perdiendo generación tras generación como ocurre en muchos países en los que cada persona sólo hereda el del páter, o el de la madre pero en segundo lugar lo que conlleva que también se pierda. Así se conforma un sistema de filiación que institucionaliza la herencia, también a través del lenguaje, del varón exclusivamente (Pardo Fernández, 1992).

Todo esto se conforma como una representación de carácter asimétrico del género mediante el establecimiento de una jerarquía de desigualdades que mana de las instituciones jurídicas y legales.

Con todo esto se ofrece una imagen sonora de la mujer que, al despojarla de su apellido porque le pertenece al varón, es presentada a las audiencias como una persona demasiado cercana, familiar y doméstica, es decir, desprovista de cualquier carga institucional o de responsabilidad porque estos son los contextos que estos mismos discursos les otorgan a ellos, naturalmente. Como en el caso en el que el periodista de la COPE Ángel Expósito pregunta en antena: “¿Qué le preguntamos a *La Cospe*?... con

---

<sup>37</sup> Esta familia está integrada por el padre Jordi Pujol i Soley, que presidió la Generalitat de Catalunya desde 1980 a 2003, la madre Marta Ferrusola i Lladós y los hijos de ambos: Mireia, Marta, Jordi, Oleguer, Josep, Oriol y Pere.

cariño”, refiriéndose a María Dolores de Cospedal, presidenta de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha. Al respecto, no se ha encontrado ningún discurso en el que un varón haya sido nominado de igual o similar forma.

#### 11.2.5.- Las formas de alusión y apelación vocativas: *niña* y *jovencita* para ellas, *señor* para ellos

La apelación es una forma de contactar y llamar de atención de los demás como como parte del desarrollo de una conversación (Rigatuso, 2006), lo que la convierte en un reflejo de cualquier proceso de socialización que: “Sirve no sólo para llamar la atención del oyente (vocativo de apelación pura), sino también para dirigirse a él siguiendo la máxima de cortesía” (Alonso-Cortés, 1999:137).

Al respecto, el tipo de alusión utilizada en mayor medida se corresponde con el uso del vocablo *señor* para ellos y *señorita*, *niña* o *jovencita* para ellas<sup>38</sup>, aun tratándose de mujeres adultas. Así se comprueba específicamente cuando durante una tertulia su director Carlos Herrera interviene para que la periodista Pilar Gómez<sup>39</sup> pueda opinar: “Dejemos a la niña, que la niña no ha metido baza todavía”, o cuando él mismo le pregunta a su compañera periodista Olvido Macías<sup>40</sup>: “¿Algunas cosas más, jovencita?”.

Es así como las mujeres son representadas mediante una invocación a la infantilización, lo que las aleja de la posesión de las características propias de la plenitud de conocimiento, desarrollo, perfección o experimentación, que son los significados que se recogen para el vocablo *adulta* (RAE, 2018f). Una forma narrativa que no se ha producido con respecto a los varones porque no son tratados con los análogos *señorito*, *niño* o *jovencito*.

Todo esto se conforma como una manera de representación del universo femenino que produce una desigualdad por razón de género al atribuirle a la mujer características

---

<sup>38</sup> En el apartado 2.4.5.- *Las manifestaciones discursivas de un lenguaje sexista* se explica que esta diferenciación supone una utilización sexista de nuestro idioma.

<sup>39</sup> La periodista Pilar Gómez, subdirectora del periódico *La Razón* nació en 1978 como se puede consultar en la página <https://www.larazon.es/historico/cambios-en-la-redaccion-de-la-razon-JLLA-RAZON-171963/>.

<sup>40</sup> De Olvido Macías desconocemos su edad pero sabemos que se trata de una mujer adulta.



propias de la infancia y desposeerlas de las propias de la adultez, todo ello marcado bajo los patrones patriarcales y androcéntricos.

### 11.2.6.- Las dualidades aparentes son asimétricas: *él tiene cojones* y *ella es un coñazo*, la heterosexualidad es la formalidad y la homosexualidad la banalidad

La dualidad aparente de género se manifiesta en la radio con referencias discursivas acerca de los órganos sexuales y sus implicaciones sociales.

Así, las realizadas con respecto a los masculinos están cargadas de connotaciones instaladas en el orgullo y la dignidad, mientras que a los femeninos de desprecio y la repulsa.

Nos referimos a las expresiones *tener huevos*, *con un par*, *hacer algo de cojones* o *por cojones* que se relacionan con actos heroicos, cargados de valentía, coraje u otro tipo de adjetivizaciones que giran en estos sentidos.

De esta forma, hemos escuchado que un locutor le dice a otro: “¿A que no hay huevos?”, a lo que el segundo responde: “¿Qué no hay huevos?”, durante un comentario con el que quieren expresar valentía. Además, en una tertulia de fútbol un periodista dice: “Lo ha explicado de cojones” para ensalzar las reflexiones de su compañero acerca de un comentario deportivo. Por su parte, la escritora Lucía Etxebarría ilustra la actitud valiente e integridad de Eduardo Torres-Dulce, Fiscal General del Estado, porque acaba de dimitir<sup>41</sup>: “No es que no haya resistido tanta presión, es que ha tenido los huevos de irse, es que ha tenido los huevos de plantarse [...] ha actuado, eso, coherente con su cinefilia, ha hecho de John Wayne y se ha ido”.

También escuchamos que un cantante siente *acojone*<sup>42</sup>, es decir, que carece de testículos, cuando se acobarda porque siente miedo escénico.

---

<sup>41</sup> Eduardo Torres Dulce, Fiscal General del Estado, presenta la dimisión de este cargo de manera sorpresiva según detallan los periodistas que narran esta información. La misma se puede consultar detalladamente en <http://www.elmundo.es/espana/2014/12/18/5492a671ca47414b038b4572.html>

<sup>42</sup> *Acojonar* significa acobardar (RAE, 2018q).

Con respecto a los órganos femeninos, la expresión *coñazo*<sup>43</sup> hace referencia a lo que es aburrido o carece de interés como expresa Carles Francino al referirse a los grupos de *watsap*.

Esta es una forma en la que los discursos en los que se incluyen palabras referentes a los órganos sexuales biológicos del varón se asocian con cuestiones o pensamientos positivos mientras que los propios de la mujer lo son en un sentido negativo. Además, implícitamente, tras su escucha, se deduce que son asociaciones establecidas bajo el orden biológico o natural y no bajo el cultural o aprendido.

Otro tipo de dualidad aparente de género lo encontramos ejemplarizado en las entrevistas que se realizan el 8 de enero a dos intérpretes de la serie de TVE *Cuéntame*. Son el actor Imanol Arias en RNE y la actriz Ana Duato en la SER<sup>44</sup>.

Al respecto, se ha observado que las cuestiones planteadas a cada uno de ellos son diferentes y desiguales. Las de ella giran en torno a los sentimientos y afectividades de su personaje, Mercedes, de la que no se pronuncia nunca su apellido, al relatar la vinculación que tiene con su familia, en el plano de la ficción, como madre y cuidadora del clan. También sucede de igual manera con respecto a la realidad de la actriz Duato, que es representada desde su aspecto maternal y en su rol de esposa de un productor ejecutivo de la serie.

Por el contrario, las preguntas que se realizan a Arias son acerca de la situación política, social y cultural concernientes al plano de la realidad, a quien se le demanda su opinión al respecto, excluyendo comentarios sobre sus relaciones personales o emocionales tanto como persona como personaje ficticio que, además, es valorado por su profesión como bodeguero.

Consecuentemente, los universos masculinos y femeninos son representados de forma asimétrica.

---

<sup>43</sup>*Coñazo* se aplica a persona o cosa latosa (RAE, 2018r).

<sup>44</sup> Imanol Arias interpreta a Antonio Alcántara y Ana Duato a Mercedes Milano en la mítica serie *Cuéntame* que emite TVE. El relato completo de las entrevistas que se realizan a ambos, como parte de la promoción de sus trabajos, se encuentra detallado en el epígrafe 7.2.6.- *Imanol Arias y Ana Duato. Cuéntame, la entrevista diferenciada de género*.

Por otra parte, esta dualidad aparente también se produce con respecto a la orientación del deseo, manifestada en las evidentes diferencias que existen entre los asuntos y los temas que se tratan cuando se referencia a una persona heterosexual de si se trata de una homosexual, por ejemplo, en una entrevista.

Así sucede durante las que se realizan a Boris Izaguirre<sup>45</sup> quien, aunque haya sido convocado como autor de una novela, las preguntas propuestas son sobre banalidades, alejadas de las que deberían ser las apropiadas sobre su creación literaria. Es así como la homosexualidad queda representada por él a través de asuntos triviales y superfluos. Una situación que no se produce durante la intervención de Imanol Arias, un varón heterosexual, ya que en este caso se cubre de la formalidad y la seriedad que ofrece el tratamiento sobre reflexiones de la actualidad política, social y cultural de nuestra contemporaneidad.

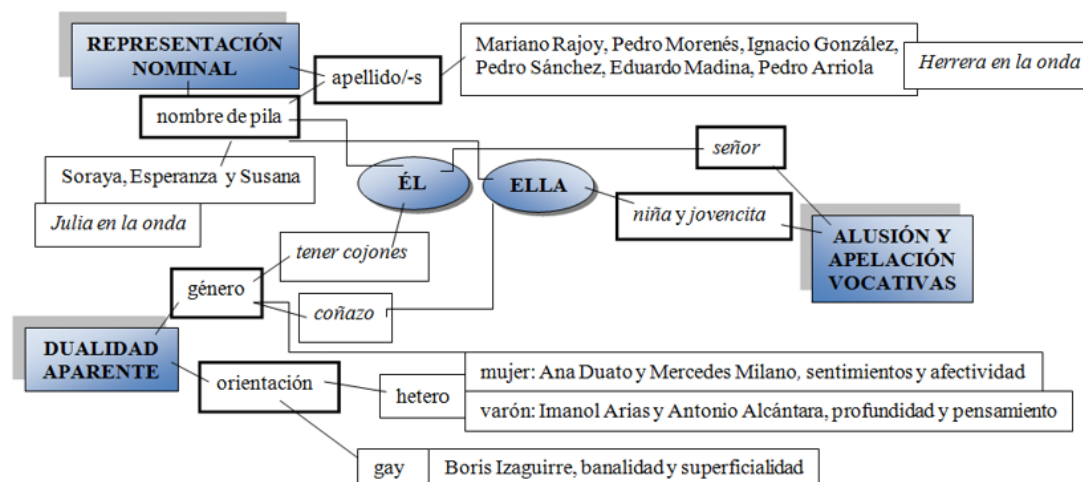
Un resumen gráfico que resume la representación nominal, la dualidad aparente y la utilización de los vocativos lo podemos observar en la siguiente figura:

---

<sup>45</sup> Boris Izaguirre es, además de escritor de novelas, un personaje mediático que aparece muy a menudo en diferentes programas tanto de radio como de televisión. El detalle de las entrevistas a las que hacemos referencia específicamente se describen en el apartado 8.2.1.3.- *Un caso de representación de la homosexualidad: las entrevistas a Boris Izaguirre*. Además, también es referenciado en este mismo trabajo, detallando su biografía y su implicación y activismo como integrante del colectivo LGTBI en el apartado 11.5.4.- *Al gay le gustaría ser y sentirse como una mujer heterosexual*.

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

Figura 23. La representación nominal, la dualidad aparente y la alusión y apelación vocativas en el discurso según la discursiva grupal. Elaboración y fuente propias.



### 11.3.- La discusión del segundo objetivo específico. La estereotipación y los roles identitarios, sociales y profesionales asignados a la población LGTBI, y a la mujer y al varón heterosexuales

En este epígrafe se va a exponer la discusión referente al segundo objetivo específico planteado en este mismo trabajo de investigación.

Lo recordamos:

*Analizar la tipología de la estereotipación, asignación e identificación de los roles de identidad, sociales y profesionales contrastando los grupos LGTBI, mujeres y varones heterosexuales.*

La redacción ha sido ordenada comenzando con la discusión de los resultados segregándolos según se correspondan con las referencias a la mujer y al varón, ambos heterosexuales, y a la población LGTBI.

#### 11.3.1.- Las mujeres son iconos estéticos y las niñas princesas

Con respecto a la estereotipación de la mujer, en primer lugar, hemos observado que se realiza una representación de ella valorizada por su aspecto físico, es decir, por su

imagen exterior. Es una forma de catalogarla por unos méritos que pertenecen exclusivamente al universo de la estética con el que agradar y complacer a los demás.

Es así como el perfil de lo femenino alcanza validez como icono estético. El ejemplo más característico lo encontramos en el momento en el que la corresponsal en París de RNE hace referencia a la canciller alemana Angela Merkel<sup>46</sup> afirmando que: "El titular de *Journal de Dimanche* tenía en su portada una foto enorme de una Angela Merkel sonriente y con esa figura algo más esbelta después de haber perdido 10 kilos, que es lo que ha conseguido a lo largo de todo este año. El 72% de los franceses consultado por ese periódico tiene una buena opinión de la canciller, pero ojo, como persona". De este modo nos encontramos con una descripción de una mujer que, aun regentando uno de los poderes ejecutivos más relevantes del mundo, es descrita no por sus logros profesionales sino por su aspecto físico. Una circunstancia que no se ha observado en ninguno de los comentarios acerca de los varones que ocupan similares cargos jerárquicos. En relación a este asunto también escuchamos otro discurso de idéntico orden: "Esperanza Aguirre que lleva sus mechas y su *cardao*".

En este sentido, en la plataforma onda mujer dirigida a un público femenino, escuchamos en una cuña del jabón *Dove* que una mujer dice: "¿Lo que me hace sentir feliz? Estar a gusto con mi cuerpo, tocar mi piel y sentirla suave e hidratada". Y también en ella una locutora expresa: "Hay muchos eventos, muchas cenas y mucha fiesta a la que nos gusta ir, pues muy mona, muy arregladas..., muy..., pues, como tenemos que ir, pues con nuestros tacones y con el mejor look que se nos ocurra" y "Se pierde la identidad como mujer" cuando no se tiene tiempo para cuidarse.

De esta forma, el estereotipo femenino se carga con valores asociados al aspecto físico del cuerpo y, consecuentemente, a la capacidad de atracción de los demás por ello.

Todo esto se confirma cuando, en una radio que utiliza el masculino genérico para nombrarlo todo, como hemos explicado anteriormente, se elige el femenino específicamente para articular un tipo de mensaje concreto. Es el concerniente al que

---

<sup>46</sup>Angela Merkel ocupa la cancillería alemana desde 2005. En 2017 fue considerada como la mujer más poderosa del mundo por la revista Forbes. Los detalles se pueden consultar en <https://www.forbes.com/profile/angela-merkel/#4a3e0c4822dd>

pertenece al ámbito de la belleza y la estética con el que pretende apelar a su audiencia femenina.

Al respecto, la cuña de un blanqueante dental dice: “Ponte guapa”, en vez de generalizar y utilizar: “Ponte guapo” ya que el masculino también las incluye a ellas.

Los casos más característicos del análisis de esta categoría se producen, una vez más, en ondamujer porque en sus espacios sobre belleza y estética se realizan referencias a *la paciente, nuestras oyentes, las oyentes, las consumidoras, las lectoras, las que*, como el siguiente ejemplo: "Que levante la mano, de las que estáis ahí escuchando, quién recuerda la última vez que se depiló las dos piernas a la vez. Pues eso. Y esto de olvidarnos de nosotras mismas descuidarnos y no ser ni la sombra de lo que éramos no es el camino ni la solución para arañar minutos al día ¿no creéis?".

Sobre este mismo caso, Ramón García insiste en explicarlos que a su compañera Elena Grandal le gusta maquillarse, aunque ella lo niegue insistentemente, transmitiendo así el mensaje del deseo inherente que tiene toda mujer a maquillarse, como si fuera un acto natural y no fruto del aprendizaje del género femenino al explicar que: “Si tenéis niñas que les gusta, que se pinten y tal, pues hay que tener cuidado con eso, con las pinturas”. Así, si ya hemos explicado anteriormente que el discurso radiofónico utiliza el masculino de manera general para referenciar a todos los géneros, debería haber dicho *niños*, al no hacerlo evidencia de manera explícita que se refiere a las niñas, al género femenino.

Por su parte, las niñas son nombradas, también explícitamente, con el vocablo *princesas*: “¿Cómo se llama esa princesa que tienes ahí?” y “Estoy encantado con la princesita que va a tener” en alusiones a ellas específicamente.

En este caso, se establece una asociación discursiva con un rol determinado. El mismo está desprovisto de cualquier atisbo de intelectualidad ya que se valora por su ornamentalidad. Además, es un perfil que depende de otro de rango superior como un príncipe o un rey (RAE, 2018p), varones que obtienen reconocimiento público y remunerado por su alta responsabilidad institucional. Al respecto, no se ha producido ningún discurso en el que se denomine a un niño como príncipe.

### 11.3.2.- Una mujer no es plena sino es madre, o como el rol maternal es inherente al género femenino

Al analizar los roles que se asocian con los géneros, hemos encontrado que a la mujer se le atribuye el propio de la maternidad, además, de manera inherente a su identidad de género. De este modo, se relaciona directamente su posesión con una función específica, el cuidado de su prole.

Es esta una deducción que ha sido observada en muchos discursos.

Así, escuchamos a la directora de la cátedra Santa Teresa De Jesús de estudios sobre la mujer de la Universidad Católica de Ávila afirmar en la COPE: “Una de las grandes riquezas de la mujer es su, su..., maternidad, que puede ser vivida de muchas maneras, no sólo físicamente sino también espiritualmente”, “Que la mujer pueda seguir siendo madre, como ella desea, aunque también trabaje”, “La mujer puede ejercer su maternidad espiritual de muchas formas. También creando un ambiente de acogida, de calor, de ternura frente a la debilidad, frente a las necesidades de los demás y esa sensibilidad tan propia de la mujer pues es una riqueza allí donde está. Pero es preciso que la mujer entienda que es una riqueza que ella debe cultivar, no debe perder, y que debe ofrecer allí donde se encuentre”, y “Una faceta muy hermosa de la vocación maternal de la mujer es la del acompañamiento espiritual, el acompañamiento de las personas”.

También, en el espacio especializado en ciencia de RNE *A hombros de Gigantes* se relata la biografía de una científica pionera en el estudio de fósiles foraminíferos, Krystina Maliszewski, destacando que fue madre de dos hijos. En el mismo espacio también se describe la del químico francés Jean Baptiste Boussingault sin narrar ningún aspecto de su vida privada, tampoco de su paternidad. La connotación que se deduce es que la primera es científica y madre, mientras que el segundo es químico. Es una forma de decretar que toda mujer por el hecho de serlo, ha de ser madre.

En otro caso, Raquel Martos opina sobre una entrevista que se le realiza a la vicepresidenta primera del gobierno Soraya Sáez de Santamaría en la que muestra indecisión: “Fijaos qué respuesta más de madre tiene Soraya Sáez de Santamaría”, “Es

un momento muy de las madres” y “Soraya Sáez de Santamaría vuelve a responder en modo madre” por la falta de seguridad que muestra.

En la radio especializada *ondamujer*, también acontece de igual modo. En ella una profesional explica que el premio que le acaban de otorgar: "Ha sido el subidón más grande que he tenido en toda mi vida después de tener a mi hija, ¿eh? Yo creo que ha sido lo..., me siento realizada profesional y personalmente [...]. Me siento mejor persona, fíjate".

Además, comprobamos que esta figura maternal se dibuja discursivamente como poseedora de una gran capacidad para entregarse a los demás, como escuchamos en *ondamujer* cuando una *coach* explica lo que es el *putching-ball*: "Los amigos nos cuentan sus problemas, tu pareja te viene y te cuenta sus problemas, los niños vienen y te cuentan sus problemas, tú eres el *putching-ball*, pero no terminamos nosotras mismas de escucharnos".

De esta misma manera, en una cuña de *Coca-Cola*, la gran obsesión de una abuela es satisfacer las necesidades de su nieto, un varón. Así el altruismo se representa del lado femenino hacia el masculino a través de la maternidad que, en este caso, se extiende de una madre hacia su hija y hacia el hijo de esta. Es un cometido apropiado de las mujeres, porque no existen discursos en este sentido al respecto de los abuelos.

Luis Del Val, al explicar las consecuencias que tiene un atentado terrorista sobre sus víctimas dice: “La expresión desconsolada de esta madre”, “Y terrible, angustiada, la imagen de esta madre”. Javi Nieves dice que el objetivo de una madre, de cualquiera porque no especifica a una concreta, es preocuparse porque su hijo no pase frío o porque cene adecuadamente. En *Onda Cero* se le pregunta a un árbitro agredido en un partido de fútbol: “Tu madre, se ha preocupado muchísimo por ti, como es normal”. En este sentido, en *ondaarcoiris* escuchamos que también ante una agresión homofóbica es la madre del damnificado quien se convierte en su primera confesora. Al respecto, no se producen discursos que nos expliquen el dolor que puede sentir un padre cuando su hijo sufre un atentado o es agredido, por ello deducimos que él carece de sensibilidad para ello porque quien la desarrolla es ella.



### 11.3.3.- A él le pertenece el ámbito del automovilismo y el bricolaje, pero no el de la moda y la vestimenta

Con respecto a la estereotipación del varón, encontramos que se acomete con propiedades totalmente contrarias a las que la misma otorga a la mujer, descritas en los apartados anteriores. De este modo, una vez más, los géneros quedan dibujados en los extremos de un eje binario.

Así, la periodista Raquel Martos explica cómo se imagina a Mariano Rajoy y a Soraya Sáez de Santamaría, en una contextualización cargada de prejuicios de valor: “Son la pareja consolidada, son la pareja tranquila, donde cada uno sabe muy bien cuál es su papel. Mariano está en la mecedora leyendo el Marca y Soraya está organizando la vida de toda la familia”. Este discurso, además de atribuirle a ella la capacidad de cuidadora de la familia y a él la referente a la intelectual, también se vuelve en representación referencial de nuestro sistema de binariedad excluyente, el mismo que define a un género por lo que es y por lo que no es. El mismo que queda representado en la cuña de un banco en boca de una voz femenina: “Me aportó mucho la bondad de mi madre, el perfeccionismo de mi padre”.

El mismo varón es presentado como desposeído de todo aquello que gira en torno a los valores relaciones con la estética o la belleza, los inherentes a la feminidad. Incluso puede presumir de carecer de estas cualidades. Consecuentemente, es ubicado en un lugar lejano al que la sociedad ha dispuesto como el apropiado para la atracción, porque él no tiene que agrandar a nadie, ya tiene suficiente con el manejo de su intelecto.

En este mismo sentido, mientras escuchamos en ondamujer que la propietaria de un comercio de moda afirma: "Yo ya soy feliz. Yo ya soy feliz con esa tienda", y en la cuña de El Corte Inglés: “¿Sabes qué verano te mereces?, ¡María!”, “Tienes sal en los labios y en los pies. Esas sandalias que son ¡Oh, my god!”, “Te mereces unas rebajas como estas. ¡Y lo sabes!”, en los siguientes discursos nos quieren explicar que este universo, el de la estética y la moda, es ajeno a los varones, además, por naturaleza. Así Ramón García explica la situación que se plantea muy a menudo en boca de una mujer: “Mi marido, es un poco ceporro, le quiero cambiar un poco la ropa, ¿qué le podríamos comprar?” y José Antonio García, sobre la *Fashion Week Mercedes Benz* en Madrid

dice: “Los hombres somos más desastres que las mujeres, un poco dejaos en general, eso es así”.

En una cuña publicitaria el relato explica que: “Las rebajas de *El Corte Inglés* se centran también en los hombres, en los deportes, en la cultura”, fijémonos en el vocablo *también*, con el que se quiere expresar implícitamente que las rebajas atañen a los varones pero solamente, exclusivamente, si son sobre artículos deportivos y culturales.

Por su parte, el contexto apropiado para él, aquel en el que se desenvuelve de manera natural es el relacionado con mundo del automovilismo. En este sentido versan los siguientes discursos: “Soy Luis. Llevo 15 años como mecánico en Norauto”, en una cuña de *SEAT León* se escucha a una niña: “Papá, mira, papá, mira, papá, mira papá..., papá, ¿me estás mirando?”, en la misma una *voice over* anuncia: “Con la última tecnología en seguridad y con todo lo que un padre necesita”. Y también en otra cuña dos varones se recomiendan llevar su automóvil a un taller mecánico para solucionar sus reparaciones.

El universo del automóvil, y las talleres, están relacionados con la acción. Una actividad muy alejada de la pasional, que era la atribuida al género femenino.

También hay otra actividad, la del bricolaje, relacionada con la acción porque con ella se construyen cosas, que es propiamente masculina según se reflexiona en RNE: “Los hombres aficionados al bricolaje son más serviciales, protectores y detallistas que el resto, será por eso que el 45% de las mujeres los consideran más atractivos”.

#### 11.3.4.- El gay es blando y se desenvuelve en un mundo de color

Sobre la representación que se realiza de la población homosexual se observa que esta orientación, al ser reconocida como propia y exclusiva del varón, implica que la lesbiana sea excluida de ella. Este es un asunto que abordamos con posterioridad desde su discusión en el apartado correspondiente.

Sobre dicho varón homosexual se ha observado que el discurso le atribuye la personalidad propia de una actitud cobarde y manifestada a través de un carácter blando,

tierno o suave. Como sucede en la entrevista que, en la plataforma con contenido homosexual ondaarcoiris, se realiza a un actor quien, habiendo declarado su homosexualidad explícitamente, explica: "Si ahora si digo que soy gay, ya no me van a llamar para hacer galanes, no me van a llamar para hacer de chico..., el tipo duro de la película tal, o que se enrolla con la actriz tal, o no sé qué". En esta misma dirección y en la misma radio, el *Dj Thiago de Oliveira* afirma: "La comparación entre las fiestas gays y las fiestas de hetero, para mí es que las fiestas gay son más tranquilas [...] la gente está ahí más [...] para disfrutar, eh", y añade: "No hay peleas, ¿sabes? No hay mal rollo".

También es contextualizado en los entornos en los que se desarrolla la fantasía y el colorido al presentarlos como los apropiados para el homosexual, según escuchamos acerca del musical *Sister Act*<sup>47</sup>, también en ondaarcoiris.com, cuando un locutor reflexiona sobre ella ante una de sus actrices: "Me parece un poco gay", y añade: "Te voy a decir el gay, por qué. Porque si no me equivoco sacáis más de 190 trajes sobre el escenario, 40 pelucas, o sea, esto supone más que el *Priscilla* dado que *Priscilla* en sí es un espectáculo de ver, pero claro, todo lo que sacáis es como muy brillantina al aire", a lo que ella contesta: "Muy cierto todo". El entrevistador concluye preguntando directamente: "¿Hay un poco gay en la obra?", ella: "Sí, sí, sí, yo creo que sí".

A partir de estas reflexiones se puede deducir que la estereotipación que sufre el gay es de carácter opuesto a la que el mismo discurso otorga al heterosexual. Por ello, se puede afirmar que los prejuicios de valor utilizados para ambos son diferentes y antagónicos aunque se trate de dos personas que comparten el mismo género, el masculino.

### 11.3.5.- La jueza y la fiscal se convierten en la juez y el fiscal

Con respecto al análisis de los roles profesionales nos detenemos en la forma en la que el discurso realiza referencias a las profesiones relacionadas tanto con la judicatura como con la fiscalía. Esto es porque el universo radiofónico está cargado de informaciones sobre ellas debido a la gran cantidad de noticias que se radian sobre procesos judiciales.

---

<sup>47</sup>*Sister Act* es un espectáculo de teatro musical en el que se utiliza un vestuario lleno de fantasía y color formado por más de mil prendas, según se explica en su promoción publicitaria: <https://blogdeentradas.com/2016/03/08/sabias-que-sister-act/>

Para su discusión se ha creado una clasificación de los audios obtenidos según el siguiente protocolo:

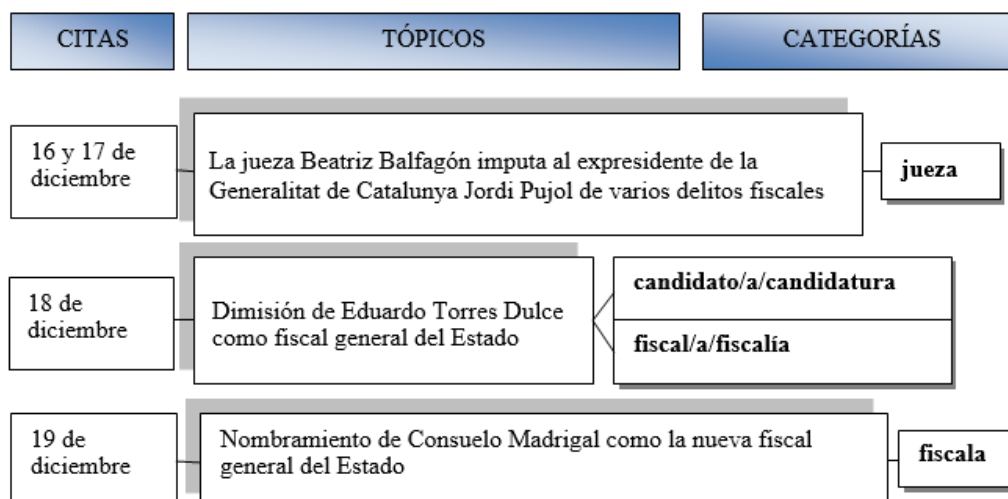
1. CITAS. Selección de los conglomerados en los que se difunden espacios en cuyo contenido haya discursos relacionados con profesiones ejercidas por mujeres.
2. TÓPICOS. Detección de las informaciones específicas en las que se realice alguna referencia discursiva sobre las mujeres que trabajan en la carrera judicial.

Las noticias que son objeto de este análisis incluyen en su narración los siguientes contenidos:

- ✓ La jueza Beatriz Balfagón ha citado a declarar como imputado al expresidente de la Generalitat Jordi Pujol (Albalat, 2014).
  - ✓ El jueves 18 de diciembre de 2014 Eduardo Torres-Dulce dimite como Fiscal General del Estado (Peral, 2014).
  - ✓ El gobierno elige a Consuelo Madrigal Martínez-Pereda para ocupar dicho cargo. Hasta la fecha se encontraba al frente de la fiscalía de menores (Garea, 2014).
3. CATEGORÍAS. Observación del tipo de término utilizado para nombrar a las fiscalas y juezas según una categorización basada en una jerarquización lingüística de género.

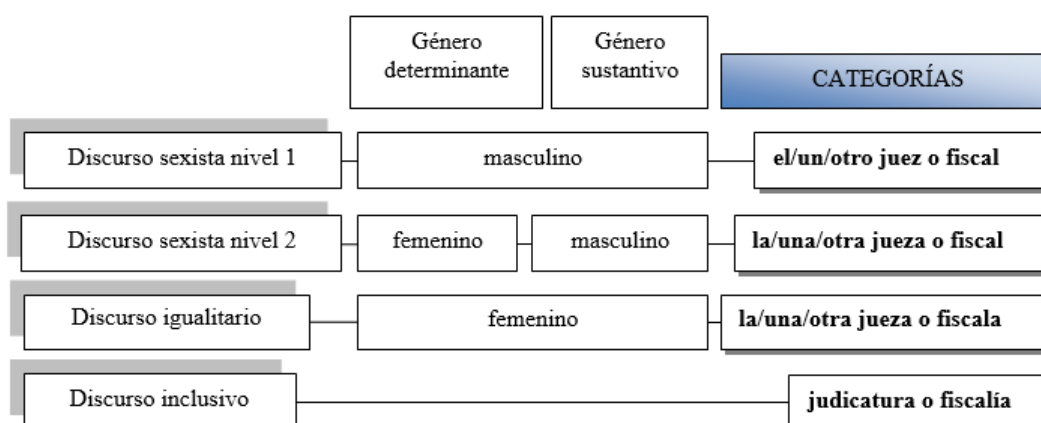
Así lo podemos observar en la siguiente figura:

Figura 24. Clasificación de las citas, tópicos y categorías. Elaboración y fuente propias.



Sobre los discursos obtenidos se ha establecido una categorización lingüística de carácter ordinal establecida mediante una jerarquización, que podemos observar en la siguiente figura, que atiende al nivel de sexismo expresado de acuerdo a los vocablos utilizados:

Figura 25. Establecimiento de categorización de usos sexistas del lenguaje para el análisis del discurso con el que se apela a las mujeres que trabajan en la carrera judicial. Elaboración y fuente propias.



La discusión revela que, acerca del primer tópico y de manera general, las mujeres que trabajan en la judicatura son denominadas utilizando estructuras lingüísticas masculinas. Así, son nombradas con términos como *un juez o un fiscal* (discurso sexista de nivel 1)

y una juez o una fiscal (discurso sexista de nivel 2).

Específicamente si observamos cómo es nombrada una *jueza* encontramos que todos los discursos son sexistas, tanto del nivel 1 como del 2, porque se nombra como *el juez* o *la juez* respectivamente, aunque se trate de una mujer. Solamente se ha encontrado un discurso de igualdad en Onda Cero. En esta emisora se ha escuchado *la jueza*, aunque haya sido en el mismo contexto en el que se produce uno sexista de nivel 1 ya que en la misma información se pronuncia *el juez* en referencia a la misma mujer.

Esto sucede aunque el uso de la palabra *jueza* está admitido en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2014:1291), el Esencial (RAE 2006a:859), la Nueva Gramática de la Lengua Española (RAE 2010a:28), el Panhispánico de Dudas (RAE, 2005c), y el de uso del español de María Moliner (Moliner 2007:1713).

Sobre el tópico segundo hemos encontrado que en todos los espacios se refieren a la persona que potencialmente ocupará el cargo que ha quedado vacante en la fiscalía como *sustituto*, *afiliado*, *fiscal* o *candidato*. Son nombres comunes de género gramatical masculino que excluyen a una mujer para esta función por lo que pertenecen al grado de sexismo 1. Es una forma implícita de construcción de un discurso mediante la que se niega la participación de la mujer al establecer una relación de correspondencia de manera exclusiva entre un cargo de alto nivel profesional con el universo masculino. Si este discurso hubiera sido inclusivo de género debería haberse construido utilizando vocablos como: *sustitución*, *afiliación*, *fiscalía* o *candidatura* porque engloban a todos dentro de una estructura discursiva de igualdad simétrica.

Sin embargo, solamente escuchamos una vez la posibilidad de que este cargo sea ocupado tanto por un varón como por una mujer cuando en Radio Nacional se anuncia a la audiencia que queda abierto el camino para la elección de *fiscal* o *fiscala*, aunque le preceda un discurso en el que se pronuncia el término *sustituto* (discurso sexista de nivel 1), es decir, que se vuelve a escuchar la masculinización de esta posibilidad porque se debería haber dicho *sustitución* siendo así un discurso inclusivo de género. Un caso similar es el que acontece en la Cadena SER en la que se cuenta que este cargo puede ser ocupado por un hombre o por una mujer pero ambos englobados bajo el término *el sustituto* o *el elegido* (discurso sexista de nivel 1).

Incluso en la Cadena COPE escuchamos que: “Se habla de dos fiscales de sala: Pilar Valcárcel y Concepción Madrigal”, cuando se debería haber dicho fiscalas, son mujeres, lo que supone también un discurso sexista de nivel 1.

En Radio Nacional se nos cuenta que el nuevo cargo ha de responder a: “Un perfil no tanto técnico-político sino que sea una mujer. Una mujer, en concreto, una fiscal”, así comprobamos que la categoría *mujer* queda excluida de la de *persona-con-perfil-técnico-político* al establecer en este discurso una disyunción: o se es mujer o se posee este perfil por lo que lo consideramos de nivel sexista 1. Es una cuestión de exclusión lingüística, una vez más, hacia las mujeres.

También se ha podido escuchar en Onda Cero que: “El Gobierno está buscando nuevo fiscal del estado”, es decir, que sea un varón

En el caso de la SER Pepa Bueno incurre en contradicciones constantemente. Anuncia que se conocerá el nombre de “el elegido” (masculino), pero a continuación se detalla que puede ser un varón o una mujer, por lo que tendría que haberse referido a *elección*. Posteriormente cae en el mismo error gramatical al decir *sustituto* y *será propuesto* (masculino).

Al final de esta selección el periodista que interviene corrige estos errores al pronunciar palabras tanto en género gramatical masculino como en femenino: candidato o candidata. El corte de voz del presidente del gobierno generaliza al referirse a persona sin particularizar en varón o mujer. Al no masculinizar el término lo que se intuye es que pueda tratarse de la elección de una mujer ya que, como hemos explicado anteriormente, esta dimisión no se realiza de forma espontánea, aunque se ofrezca así a los medios.

En el caso de la Cadena COPE podemos apreciar que, aunque se anuncie al principio la posibilidad de que sea elegida una mujer, en las preguntas que realizan Manuel Expósito y Paloma Tortajada a los tres expertos, que además son varones, se utiliza el masculino constantemente en palabras como *fiscal*, *candidato*, *elegido*, tanto por parte de los entrevistadores como de los entrevistados, lo que implícitamente desarrolla un esquema mental discursivo que vincula a lo masculino con estas posibilidades.

Sin embargo, después de generalizar con el uso del masculino, al final de esta sección se cuenta a la audiencia la posibilidad de que sea una mujer la elegida para ocupar el cargo de la fiscalía general del estado. Aun así, en este caso se sigue utilizando el término *fiscal*, *-es* en referencia a las mujeres que se citan como posibles candidatas.

Incluso el segundo entrevistado utiliza el adjetivo *buenos*, en masculino, cuando debería decir *buenas* en: “Hay gente que critica mucho la dependencia jerárquica y la unidad de actuación del ministerio fiscal que yo creo que son buenos. Son buenos porque [...]”. Según la concordancia gramatical el adjetivo en esta frase debería ser en femenino.

Sobre el tercer tópico, en primer lugar, queremos exponer qué manifiestan las instituciones encargadas de velar por el correcto uso de nuestro idioma al respecto de la forma en la que se ha de nombrar a una mujer que ocupe un cargo en una fiscalía.

De esta forma hemos encontrado que el término *fiscalía* está aceptado tanto en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2014b:1033), como el Diccionario Esencial (RAE 2006b:678), la Nueva Gramática de la Lengua Española (RAE, 2010b:28) y el diccionario de uso del español de María Moliner (Moliner 2007:1367).

Una vez explicado esto vamos a analizar si esta designación se utiliza correctamente.

En la SER, en el momento de anunciar el nombramiento de la nueva fiscalía en los boletines horarios, utilizan este término en una primera referencia hacia ella. Posteriormente es la palabra *fiscal* la que utilizan, aunque se recalque que se trata de una mujer como, entre otros casos, sucede durante la entrevista que se realiza a Concepción Talón en la que también se alude a *fiscalía*.

En el caso del programa *Diario de las dos* de RNE se utiliza el término adecuado que es *fiscalía general del estado* ya que con ello se evita la connotación hacia lo femenino o lo masculino. Sin embargo, esto ocurre solamente en la entradilla de la información porque a lo largo del desarrollo de la misma se incurre en un uso inadecuado del término *fiscal*.



En el caso del programa *24 Horas* podemos apreciar que se especifica que la persona que ocupará la fiscalía general del Estado es una mujer, aunque se emplee la palabra *fiscal*, y no *fiscala*.

En Onda Cero podemos escuchar que, como sucede en los casos anteriores, se informa a la audiencia que la fiscalía será ocupada por una mujer, aunque se refieran a ella como *fiscal*. Incluso Julia Otero, aun anunciando que se trata de una mujer, utiliza el término *sustituto* en masculino cuando debería haber dicho *sustituta*.

Nos gustaría destacar que en el espacio *La ventana* de la legendaria Cadena SER, concretamente en la sección llamada *Unidad de vigilancia* el periodista Isaías Lafuente realiza un ejercicio de supervisión lingüística del castellano recopilando con la ayuda de la audiencia aquellos momentos radiofónicos en los que se ha incurrido en algún error de lenguaje, dicción o locución. Respecto de la noticia que nos ocupa escuchamos en su boca que las palabras: “*fiscala, obispa, papisa, capitana*” están recogidas en el diccionario y reclama su uso masivo porque, aunque existen: “Algunos femeninos que al principio nos resultan extraños, pero después al final, terminamos utilizándolos con una cierta normalidad”.

Por regla general comprobamos que la nueva Fiscala General del Estado es nombrada como *fiscal* (discurso sexista de nivel 1), *la fiscal* o *una fiscal* (discurso sexista de nivel 2) en todos los audios excepto en la Cadena SER en la que la nombran como *la fiscala* (discurso de igualdad). Además, tanto en la Cadena SER como en Radio Nacional, entrevistan a una fiscala que utiliza el término *fiscal* para referirse al nuevo cargo elegido (discurso sexista de nivel 1).

Concretamente, en el caso de Onda Cero oímos que: “El gobierno ya le ha buscado un sustituto, en concreto, una, una mujer“ a la fiscalía, con lo que se incurre en un grado de sexismo 1 ya que debería haberse utilizado el vocablo *sustituta* porque ya es conocido que se trata de una mujer. Otro caso de idéntico nivel sexista es el que se produce en Radio Nacional al contarnos que ha sido *nombrado* el nuevo cargo, en vez de *nombrada*.

La excepción la conforma el espacio *La ventana* de la Cadena SER en el que se nos

cuenta que los términos *fiscala* y *jueza* deben utilizarse porque su uso es el correcto aunque resulten extraño por ser novedosos. En este caso se trata de discursos de igualdad.

Todos estos discursos componen una masculinización del lenguaje porque aunque el término *fiscala* esté aceptado por la RAE, como ha quedado expuesto convenientemente, no se utiliza cuando se trata de nombrar a una mujer que ejerce como tal.

#### 11.3.6.- El silenciamiento de la científica. Las enfermeras son enfermeros

Con respecto a los roles profesionales y su vinculación con el género, abordamos en este epígrafe la forma en la que el discurso representa específicamente los relacionadas con el universo científico y médico.

Al respecto, el único programa cuyo contenido trata sobre la ciencia es *A hombros de gigantes* que emite Radio 1. En él se producen alusiones constantes a *los científicos*, *los autores*, *los profesores* y a *los investigadores*, es decir, menciones a estos grupos de personas utilizando para ello el masculino genérico. Así, un colaborador del mismo afirma acerca de los Premios Jaime I: “Competimos, se compiten ingenieros, tecnólogos, informáticos, científicos de todas las áreas, y que se haya reconocido la labor de los químicos”. También se radia un corte rescatado del archivo en el que el Dr. Gregorio Marañón en 1956 decía: “Yo creo que los premios que se conceden a los hombres de ciencia no son para que estos los disfruten”. Posteriormente se leen dos biografías por sendas voces femeninas. La primera es la del químico francés Jean Baptiste Boussingault en la que no se reseña ninguna información sobre su situación familiar ni personal. Sin embargo, en la de Krystina Maliszewski, pionera en el estudio de fósiles foraminíferos, una profesora del CSIC nos cuenta: “Casada con Wladyslaw Pozaryski del que tuvo dos hijos tomó el apellido de este como es habitual en muchos países”. Además, es aludida en dos ocasiones por su nombre de pila exclusivamente.

En alusión a la medicina encontramos que sus profesionales son denominados como *el/los especialista/s* produciéndose así la masculinización de esta profesión como sucede en RNE al afirmar que: “Los médicos le han pedido que la salida de la crisis se

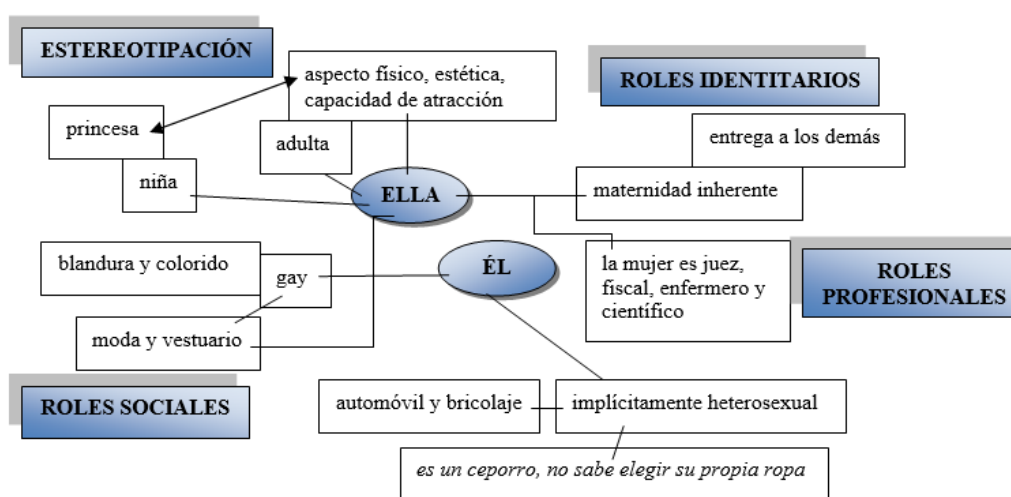
note en la mejora de la sanidad y los enfermeros le han recordado que veinte mil compañeros.

Un caso concreto es el que se produce cuando en el espacio *El larguero* de la SER se realiza una mención a una traumatóloga de manera explícita: “Me ha dicho una traumatóloga que tengo un pie equino varo, ¿qué es esto y cómo lo tengo que tratar?” a cuyo comentario un médico que se encuentra en el estudio convierte en traumatólogo, es decir, la masculiniza, de la siguiente manera: “Si a este le ha dicho el traumatólogo, [...]”. En este mismo sentido se pregunta a la psicóloga Rojas Marcos: “Es muy importante tener abogado, inspector de hacienda y psicólogo cerca. ¿Eh?”, a lo que ella reafirma: “Yo creo que sí”. Un caso que también se produce cuando una doctora en ondamujer pone en boca de sus pacientes las preocupaciones que le transmiten: "Oiga, doctor, esta mañana me he levantado con una ligera hipoglucemia, ¿cree que debo modificar...?".

También las enfermeras son citadas utilizando para ello el género gramatical masculino: el/los enfermero/-s.

Estos casos los vemos representados en la siguiente figura:

Figura 26. Formas en las que se manifiesta la estereotipación a través de la asignación de roles.  
Elaboración y fuente propias.



#### 11.4.- La discusión del tercer objetivo específico. Los espacios de ubicación y exclusión de las mujeres y los colectivos LGTBI

Esta es la discusión referida al tercer objetivo específico de este trabajo:

*Examinar los contextos de inclusión y las ubicaciones de exclusión tanto de la mujer como de quienes integran los grupos LGTBI.*

Acerca de las especificidades del mismo se han redactado los siguientes apartados.

##### 11.4.1.- Ellas en el espacio privado del hogar, ellos en el público profesional

Con respecto a los espacios de ubicación de los géneros, hemos encontrado que mientras que el masculino lo es en el profesional, aquel que se corresponde con el propio del reconocimiento público y remunerado, el femenino es posicionado en el privado y familiar.

Es así como la discursiva radiofónica considera que ellas se han de mover en el hogar, porque son las que cocinan y cosen en casa, y cuidan de su familia sin percibir salario. Mientras, ellos realizan estas mismas actividades pero de orden profesional al ejercerlas en el exterior, aunque sean las mismas, por ellas reciben remuneración con reconocimiento social y público.

De esta manera lo comprobamos durante la entrevista al cocinero Fernando del Cerro quien afirma: “Seguramente que el cocido que hace mi madre está el doble mejor”, una reflexión que confirma su entrevistador: “Es verdad la madre de las estrellas son mejores, ¿no?”. Mediante la articulación de este discurso el varón queda representado como el profesional de la gastronomía, y su madre, una mujer, quien cocina en el ambiente doméstico. Así sucede cuando escuchamos, en un espacio gastronómico de la SER, que mientras el *Basque Culinary Center*<sup>48</sup> ha entregado la primera titulación de grado de gastronomía en su historia a dos varones, se difunde una receta de cocina

---

<sup>48</sup> El *Basque Culinary Center* integra una Facultad de Ciencias Gastronómicas cuyo objetivo es la formación superior, la investigación, innovación y promoción de la gastronomía y la alimentación. Los detalles acerca del mismo se pueden consultar en su página: <https://www.bculinary.com/es/home>.

enviada por una oyente, mujer. También en la radio especializada, concretamente en la plataforma que se dirige específicamente a una audiencia femenina, se explica que las modelos de pasarela están delgadas porque les falta comer los platos que preparan sus madres.

De este modo se configura el perfil de la mujer ubicándolo en el ambiente doméstico. El que es el apropiado para ella y del que él queda excluido. Así se introduce en el discurso radiofónico, de manera implícita, el término *ama de casa* que está tan asociado con el universo femenino que no se utiliza en masculino, es decir *amo de casa*, aunque este está admitido por la institución lingüística (RAE, 2018o). Esto sucede porque no existe en el imaginario colectivo la convicción de que sea un varón quien se quede cuidando el hogar.

Se configura así un perfil discursivo de lo femenino incluso cuando se referencia a una mujer que, aun regentando un cargo político de gran responsabilidad, es considerada también como cuidadora de su casa. Así, Raquel Martos explica a Julia Otero su impresión sobre Soraya Sáez de Santamaría: “Hoy está en Afganistán. Y a ti no te pega, Julia, que saliendo hacia Afganistán ha bajado la basura y ha dejado un traje de Mariano en el tinte”, a lo que, tras reírse, Otero añade: “Es muy doméstico y muy casero pero la verdad es que no cuesta nada imaginarse así a la vicepresidenta”.

Del mismo modo surge un comentario por parte de un comentarista deportivo cuando afirma que la sopa sucia que acumula es: “El árbol de Navidad de mi tía Manoli”.

Al respecto se producen más narraciones. En RNE relatan cómo era la vida diaria de finales del siglo pasado: “Te mandaba tu madre a comprar algo” y: “Hay señoras que van a la tienda y piden un *Mister Proper*”, y los regalos que se hacían eran: “Corbatas para ellos y electrodomésticos para ellas”. En *Herrera en la onda* los tertulianos explican que cenarán en Navidad lo que cocinen sus respectivas madres, como Nicolás Sartorius: “Siempre haré lo que vi en mi casa que se hacía, y que lo hacía mi madre: unos entremeses”, Anabel Alonso: “Lo hará mi madre” y Carlos Herrera: “Lo hace mi madre” quien añade: “Para eso están las madres el día de Nochebuena, no hay que quitarles protagonismo”. Por su parte, en la plataforma radiofónica especializada en asuntos para la mujer, en un espacio titulado *Con bragas y a lo loco* una locutora

explica que las mujeres que están delgadas es porque: "Les hace falta la tortilla de patatas de su madre". Y también en ella nos explican que: "No te sientas culpable si tu casa no está como estaba antes sobre todo si eres una mamá de estas muy limpias y que te gusta mucho el orden, ¿no?".

Es así como, una vez más, se utiliza el femenino para especificar aquellas labores consideradas como propias de la mujer. Como para narrar asuntos relacionados con el hogar, como las preguntas de Cristina López en la COPE sobre la actividad conocida como *au-pairs*: "Cómo buscan a las candidatas", "Hablar con ella", y: "Nos mandaron seis perfiles de candidatas".

La discursiva radiofónica ubica a la mujer en su casa: "Tú vas a ser madre. Tú en casa", escuchamos que le dice un locutor a su compañera en Onda Cero y, en este caso en la plataforma *ondamujer*, una locutora explica que la mujer se dedica a: "El trabajo, en la familia, con los niños, en casa".

Por otra parte, el discurso radiofónico excluye a las mujeres de otros espacios, que son los contrarios. Son los profesionales que tradicionalmente han sido ejercidos por varones. Esta evidencia la comprobamos porque se utilizan términos de género gramatical masculino como *el policía, un abogado, químico, un ertzaina, un orientador, jefe de personal, director de recursos humanos* y similares, para designar de manera global a estas profesiones más allá de hacerlo sobre varones concretamente.

Así, durante la información sobre la Ley de Seguridad Ciudadana se producen frases como: "Qué opinan los profesionales, los policías", "Se pone a un policía en la tesitura de recomendar a una persona que ejerce la prostitución en la calle que deje de ejercerla en un lugar y que vaya a ejercerla a otro", "He podido hablar con algunos que otros miembros", "Antes de insultar a un agente", "Pegar a un policía" y "Hiciese una falta de respeto a un agente pues le salía bastante..., bastante barato".

Esta sistemática acontece incluso, por paradójico que parezca, cuando con él se referencia específicamente a aquellas mujeres que lo ejercen de hecho. Así, durante la entrevista que se realiza en RNE a la inspectora jefe de un cuerpo policial se le

pregunta: “¿Cómo tiene que ser un policía que trabaje en esta unidad?” cuando lo correcto habría sido utilizar *una policía*, porque es una mujer.

En este mismo sentido un periodista dice a sus dos compañeras que se imaginen que: “Yo soy un juez, ¿no?, imaginaos, y vosotras un alcalde”, cuando debería haber dicho *alcaldesas* porque son mujeres. Además, Pepa Bueno, tras explicar una información anuncia la reproducción de un corte de voz de un empleado y lo que escuchamos realmente es el de una empleada de AENA. Otro caso similar, Ángel Expósito entrevista a Soraya Sáez de Santamaría a quien pregunta: “¿Qué es más importante ser ministro o vicepresidente del gobierno, o ser alcalde Madrid?”.

De igual manera sucede en ondaarcoiris durante la entrevista a la fotógrafa Sara Sánchez, además declarada activista, quien al definir su obra pronuncia frases como: "Como casi todos los fotógrafos, casi todos los artistas", "Realizo *book* de actores, retratos, paisajes", "Para un profesional que lo necesite". En esta misma radio el realizador Carlos Durrif, quien reconoce que trabaja fundamentalmente con actrices explica: "Es muy humano porque tienes que conectar con tu personaje y con tu actor" y "Cuando estás dirigiendo a actores...", "Y el trabajo que tengas previo con los actores".

En ondamujer, una radio especializada en mujeres, escuchamos discursos masculinizadores en los siguientes términos: "Lo más difícil del mundo es el empleado" haciendo referencia a las relaciones de las empresas con quienes trabajan en ellas, “Los directivos de los medios de comunicación tienen que salir más de los despachos” y el que pronuncia una galardonada con el premio a "Mujeres que son provocadoras en sus negocios" en cuya entrevista ella misma se refiere a *los modistos y los diseñadores*, en masculino. En uno de sus espacios tratan el asunto de *Cómo ser tu marketing manager*, que dirigiéndose a las mujeres debería haberse titulado *Cómo ser tu marketing manageress*<sup>49</sup>.

Con la utilización de esta discursiva se deduce que el lenguaje utilizado para referenciar el universo profesional es el que pertenece a la versión gramatical masculina del

---

<sup>49</sup>En inglés, el femenino de *manager* (que significa *director* en castellano) es *manageress* (*directora*).

lenguaje. Esto construye un pensamiento determinado, el mismo que excluye a la mujer de ejercerlo.

#### 11.4.2.- Las cualidades sin equivalentes: a ellos les corresponde el comportamiento violento y a ellas el sentimental

En referencia a las cualidades sin equivalentes hemos observado que, mientras que los comportamientos manifestados a través de la violencia son asignados a la población masculina, los propios de la sentimentalidad lo son a la femenina.

Así, en la COPE se relata la información que explica que en Japón existe un hotel cuyas habitaciones se reservan exclusivamente para poder llorar en su interior y evitar hacerlo en público. Este mismo discurso deriva, además, en explicar insistentemente que quienes acuden a él son mujeres<sup>50</sup>, y no varones, ni siquiera de manera excepcional. De este modo, se crea un vínculo narrativo entre un género, el femenino, y una necesidad, la de manifestar una circunstancia personal a través de los lloros, como una manera consustancial de expresión del mismo.

En el lado contrario a las actitudes propias de esta sentimentalidad, de los afectos y de la ternura, se encuentra la violencia. Esta es asignada al varón de forma inherente y exclusiva. Es así como él, y en mayor medida un grupo de ellos, es representado con un comportamiento que naturalmente es agresivo, lo que nos hace entender que es propiedad de su carácter, que le es innato.

Así sucede cuando la periodista especializada en sucesos Maika Navarro se sorprende cuando relata que una mujer es detenida como presunta autora de un crimen: “Fíjate, también entre los detenidos hay una mujer. Que a mí me sorprendió mucho en ese listado. Es verdad, ni en las imágenes, ni a mí se me había pasado por la cabeza, nunca, y es un error mío, no, no, me pongo por delante, pero el hecho de que haya entre los

---

<sup>50</sup> Esta noticia que se ofrece el 5 de julio en el espacio *Fin de semana* de la COPE relata que, ante la vergüenza que siente el pueblo japonés por mostrar sus sentimientos y emociones en público, una empresa hotelera ofrece la reserva de sus habitaciones para que las mujeres, no los varones, puedan desahogarse privadamente en ellas. Esta información se puede consultar en el artículo *Un hotel japonés crea habitaciones de llanto para mujeres* de la web:

<https://www.europapress.es/turismo/hoteles/noticia-hotel-japones-crea-habitaciones-llanto-mujeres-20150504125913.html>



detenidos a una mujer que participa en esa riña tumultuosa, me sorprendió”. Se construye de esta manera un discurso que realiza una representación de la mujer y también del varón por descarte, como expresión de nuestro sistema binario de concepción del género.

Por ello, la mujer queda excluida de la conducta violenta porque es propiedad y soberanía del varón, quien simultáneamente queda excluido de la sentimentalidad. Y viceversa.

Otro aspecto muy importante acerca de las cualidades sin equivalentes son las consideraciones que adquiere la voz, como herramienta de comunicación humana tan relevante para el medio radiofónico, estudiada desde las perspectivas del género y de la orientación.

En este sentido, la propia del varón, se contextualiza en el ámbito relacionado socialmente con la seriedad, el poder y la formalidad. Mientras, la femenina, es asociada a la ingenuidad, la sentimentalidad y la infantilidad aun tratándose de mujeres adultas y con alta capacidad de formación.

Es así como el timbre ubica a los géneros en diferentes ámbitos que se encuentran contrapuestos asimétricamente, cuyo origen se encuentra en los patrones sociales utilizados para su representación. Al varón en el ámbito de la supremacía, a la mujer en la subordinación conformándose de esta forma su lugar también en la otredad.

#### 11.4.3.- El deporte pertenece al varón heterosexual

Sabemos que la radio dedica un gran tiempo de su programación al deporte, o mejor expresado, al fútbol. Por ello, creemos necesario especificar cómo lo hace desde las perspectivas de este estudio.

La observación principal que realizamos acerca de los discursos en los que de alguna u otra forma se hace alusión a él es que siempre se realiza bajo la referencia masculina. Es como si esta actividad perteneciera al ámbito de los varones, conformándose así como una señal de identidad de su género. Es una práctica discursiva que los incluye

implícitamente, además de forma exclusiva. Así, esta sección periodística es presentada por locutores, ya que casi no existen periodistas mujeres o locutoras en ella, y se dirige a su audiencia interpretando en todo momento que está compuesta por varones, sólo por ellos.

De esta manera, escuchamos que mientras que los contenidos que se desarrollan bajo las caretas, títulos o indicativos radiofónicos con la denominación *deporte* se refieren únicamente al propio masculino, como si fuera el universal, el referente a las mujeres se anuncia añadiendo un calificativo, *deporte femenino*. Esto se constituye como la otredad, configurándose como una manera de entender que supone la excepcionalidad.

Estas consideraciones se aplican a todos los deportes en general de los que el medio radiofónico informa y especialmente del que considera su estrella, el fútbol, al que dedica la mayor parte del tiempo de sus emisiones.

Una de las formas discursivas en las que se manifiesta es cuando en *Tiempo de Juego* de la COPE, Pepe Domingo Castaño, reclama a su audiencia: “El que quiera hacer cualquier tipo de homenaje a la mujer de su vida, a su madre, a su hija, a su mujer, a su esposa, a su novia, a.... su vecina, a quien sea, a una mujer que le cae bien, eh..., si quiere participar con nosotros”. Es de este modo como de manera implícita este locutor transmite un mensaje, es el que considera que entre la audiencia de un programa deportivo no hay ninguna mujer, porque tal vez piense que es un espacio apropiado solamente para los varones.

En *El larguero* de la SER José Ramón de la Morena realiza una entrevista a la nadadora olímpica Mireia Belmonte<sup>51</sup> el 16 de diciembre. En el mismo espacio también al futbolista Christian Karembé el 28 de enero. Las preguntas que se realizan a la primera son sobre cuestiones estéticas y físicas, al segundo sobre profesionales. Esta es una observación de la que deducimos que el universo deportivo le pertenece a él.

---

<sup>51</sup>Mireia Belmonte García, la sirena de Badalona, hasta la fecha de celebración de esta entrevista ha obtenido innumerables triunfos como nadadora entre los que destacamos los más importantes como son 2 medallas de plata en los Juegos Olímpicos de Londres de 2012, también 2 de plata y 1 de bronce en los campeonatos mundiales de natación de Barcelona de 2013 y un largo etcétera cuya enumeración aquí sería interminable.

De esta forma oímos discursos como los siguientes:

- ✓ La entrevista, según nos relatan los periodistas que la realizan, transcurre en el siguiente contexto: “Estoy acompañado por, por dos bellezas, las reinas de las noches...” al encontrarse entre: “A mi izquierda una rubia, a la derecha una morena”.
- ✓ Belmonte es presentada a la audiencia con comentarios que excluyen su capacidad de esfuerzo, sacrificio o tesón, propios de una ganadora olímpica: “Brillante, guapísima”, a los que se añaden: “Esta chica que tengo al lado con vestido negro de espalda descubierta, de gasa”, “Lleva un vestido negro realmente espectacular de gasa”, “De Roberto Verino, la espalda descubierta”, “Rubia, el pelo así..., ¿cómo se llama?, ondeado ¿no? Tiene ondas, bueno, sonrisa permanente, ojos claros preciosos, así que hoy Mireia de verdad está realmente radiante”.
- ✓ Uno de los comentarios del presentador indica que la nadadora ha de tener deseos no tanto de hablar de deporte sino de hacerlo de asuntos como la moda, las compras y los cotilleos (a los que él denomina *cotis*): “Tendrá ganas de hablar de..., de moda, de vestidos, de, de compras, de *cotis*, ¿no?”, y añade: “¿Te ha costado, te ha costado mucho decir *qué me pongo, qué me pongo, qué me pongo*?”, a lo que ella contesta que lleva ropa de diseñadores de marca, y a continuación describe su peinado: “Un moño recogido arriba”.
- ✓ También es preguntada si se gasta mucho dinero en ropa y se tira mucho tiempo en la peluquería. Estos discursos la relacionan a ella de forma totalmente explícita, a una mujer, no con temas relacionados con el mundo deportivo sino con aquellas características que marcan los estereotipos y los prejuicios como propias del género femenino.
- ✓ Incluso se le pide información sobre el tiempo que se ha tirado en la peluquería para hacerse el peinado que lleva. Un asunto sobre el que una periodista, que también interviene en el transcurso de la entrevista, señala que son temas de mujer.

- ✓ De la Morena le pregunta: “Mireia, y ¿te gastas mucho en ropa?”, a lo que ella contesta que le gusta mucho ir de compras. Él le pregunta el tiempo que se ha tirado en la peluquería, y ella dice: “Nada, quince minutos” y como él dice que no se lo cree, la deportista pone de testigo a la periodista que está junto a ellos. Posteriormente escuchamos que De la Morena cuenta que dicha periodista ha estado toda la mañana en la peluquería a lo que esta responde que tienen diferente tipo de pelo y eso: “Son temas ya, de, de mujer tan no sé qué”, y añade que Belmonte: “Está guapísima”.

Además de todo esto, también se ha observado que se desarrolla una construcción discursiva de manera implícita mediante la que se difunde la idea de que el deporte es heterosexual *per se*, una forma de considerarlo así implícitamente porque, aunque no se incluya esta referencia a la orientación del deseo, así se intuye. El único caso en el que se realiza una referencia al deporte practicado por homosexuales es en la Cadena SER en el espacio en el que se entrevista al presidente de un club de rugby en el que queda reflejada esta especificidad precisamente porque dicho programa trata sobre la homosexualidad en el deporte.

En general, la forma de representación del deporte practicado por mujeres es: “La presunción de que todo el público receptor al que se dirige está integrado únicamente por hombres” (Rojas Torrijos, 2010:1-15).

#### 11.4.4.- El silenciamiento de la mujer heterosexual

Como los discursos radiofónicos utilizan de forma sistemática el género gramatical masculino para representar a las personas independientemente del género al pertenezcan, incluso para citar a las mujeres, consecuentemente se puede afirmar que ellas no existen en su narrativa. Esto se conforma como un tipo de sexismo que nace por su omisión, por su exclusión, por no nombrarlas, por silenciarlas del discurso radiofónico.

De esta forma se ignora lo femenino, se solapa su universo aunque cuantitativamente sea lo mayoritario, como ocurre en algunas profesiones, porque domina el carácter universal de lo masculino.

Son casos en los que las mujeres pasan desapercibidas en muchos mensajes y discursos, aunque representen a la mitad de la humanidad (Suardiaz, 2002).

No se nombra a la mujer porque es *lo otro*, o mejor expresado desde el lenguaje inclusivo de género: *la otra*. Así sucede cuando la escritora Carmen Posadas es nombrada como *viuda del gobernador del Banco de España* y no como escritora reconocida.

Por otro lado, cuando se las incluye implícitamente, se las desprecia porque la presencia de la categoría *mujer* no adquiere la de *persona* como escuchamos en los discursos de la radio convencional: “Se detiene a un grupo de personas entre las que hay mujeres”, “Se procesa judicialmente a un grupo de empresarios entre los que hay una mujer”, “Entre los arrestados hay una mujer”, “Se ha detenido a jóvenes entre los que había también mujeres”. Así, el crítico de televisión Ferrán Monegal se refiere a la membresía de la familia Pujol Ferrusola diciendo: “El hijo Oleguer” y “La hija pequeña”, y Carlos Herrera: “Rajoy ha recibido a la esposa de Leopoldo López, que es el opositor”, y “Recibió a la esposa de este hombre”, de esta forma en tres ocasiones se refiere a esta mujer sin decir su nombre.

De igual manera, en la plataforma especializada *ondaarcoiris* encontramos con dos ejemplos: "Ayer tuvimos, por ejemplo, había un grupo de personas que estaban con..., con un tema de cooperación internacional y había otro grupo de mujeres", y en una careta de un espacio sobre temas relacionados con la homosexualidad titulado: “Bienvenidos a Macho Glam”, en el que no se incluye a las mujeres.

También en dos casos analizados se realiza una mención en la COPE a la CONCAPA como *Confederación Católica de Padres de Familia y Padres de Alumnos*. Estas siglas excluyen en su referencia a las madres. “En una Asociación de Padres, la mayoría, o la totalidad, son madres pero ninguna reclama su género y se refieren a ellas mismas como padres” (Queizán, 2001:18).

Esta sistemática queda representada con la utilización de los términos *oyente* u *oyentes* para referirse a quienes son consumidores de la programación, esto es, a su audiencia. Es así como este medio omite a las mujeres al dirigirse exclusivamente al varón, que es

el oyente, incluso cuando se refiere a una mujer específicamente como el caso de la oyente que llama para aportar su testimonio en un espacio determinado que la reclama.

De esta manera se escucha de forma reiterada que Ramón García en la COPE se dirige a su audiencia promocionando los espacios informativos con la expresión: “Serás el primero en saberlo”. Otro locutor, Juan Pablo Guerrero apela a quienes le escuchan: “Este programa de noticias está pensado para ti que eres ahora mismo uno de esos automovilistas que mientras esperas con paciencia vas escuchando la radio”.

El caso más significativo y determinante que pertenece lo encontramos en *ondamujer*, una plataforma que se anuncia de manera explícita que está: “Hecha por y para mujeres”, aunque se pronuncien los términos masculinos *el oyente* y *los oyentes* de manera insistente por sus propias locutoras. Un discurso que queda ejemplarizado en esta evidencia: “Creo que podemos invitar a los que nos escuchan a que compartan por las redes sociales [...] momentos complicados para muchos”.

Otra forma en la que la mujer queda silenciada es cuando se utiliza la expresión *mujer de*.

Si bien la utilización del vocablo *mujer* con el significado de *esposa* está recogido y aceptado como reglamentario por la Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2018n), lo incluimos en este trabajo de investigación porque esta acepción nos parece un caso de sexismo lingüístico.

Esto se sustenta porque se utiliza el mismo vocablo tanto para designar un género, el femenino, como para vincular a quien lo posee, una mujer, con otra persona, de la que depende al ser tratada como *mujer de...* Del lado contrario no existe este uso, ya que las palabras varón (RAE, 2018ñ) u hombre (RAE, 2017) no cuentan con el significado de *esposo de*.

Es una práctica más del lenguaje sesgado en detrimento de lo femenino y por tanto de su uso asimétrico ya que existen términos que la propia rae registra que no lo son, como sucede en: “La mujer del terrorista De Juana hace de puente entre Sortu y Venezuela”,

“Si hay algo del que no se puede salir es cuando tu novia o mujer te suelta aquello de... ¿qué tal me queda este vestido?”.

“La mujer de Jordi Pujol recibe una pitada a las puertas de su casa” y “José Martínez dice que Pujol y su mujer...” son dos casos en los que ella queda silenciada aunque sea conocida y se conozca públicamente su nombre y apellido.

#### 11.4.5.- La homosexualidad es anormal

Las referencias discursivas que se realizan sobre la población dibujan unas representaciones de ubicación que, de manera general, la instalan en la heteronormatividad. Así, esta es considerada como la orientación que ha de poseer todo el mundo de forma lógica, lo que se constituye como una entrega biológica. Esta reflexión, deducida del análisis de los discursos radiofónicos, construye un pensamiento que posiciona la homosexualidad en una segunda posición de elección del lenguaje porque cuando se cita a una persona con esta orientación el término *homosexual* se añade a modo de adjetivización, mientras que la heterosexual no la necesita.

Es así como la orientación del deseo heterosexual ocupa la supremacía lo que conlleva que implícitamente la homosexualidad quede instalada en la otredad, porque sufre la clandestinidad lingüística e incluso el silencio.

Se sobreentiende que cualquier persona en particular, y todas en general, es heterosexual sin ofrecer ninguna posibilidad a que no lo sea. Esto sucede porque tanto la masculinidad como la feminidad son ubicadas en el contexto de la heterosexualidad, por principio absoluto y exclusivo, lo que conlleva que quede expuesta en el ámbito del reconocimiento público porque es el apropiado, que conduzca a que los grupos LGTBI sean particularmente posicionados en la privacidad.

Además, la imagen sonora que se realiza de las personas que poseen una orientación del deseo homosexual es la que se corresponde con un comportamiento considerado socialmente como anormal. Esta es una reflexión que, aunque no se produce explícitamente en la discursiva mediática, se deduce de ella. De esta forma, si la alusiones a la heterosexualidad se realizan correspondiéndola con las formas propias de

un comportamiento y actitudes circunscritos al ámbito de la normalidad, la homosexualidad, por ser considerada como su antagónica dentro de los márgenes de una estructura social establecida bajo los principios de la binariedad, es ceñida a los ámbitos de la anormalidad. Así declara en la plataforma homosexual ondaarcoiris un actor que cuenta en una entrevista que el actor Hugo Silva: "Que es un tipo heterosexual" tiene por ello: "Un comportamiento completamente normal".

Quienes viven en contextos de actuación que se encuentran en el exterior de la frontera marcada como perteneciente a la normalidad son personas a quienes la colectividad considera como desviadas. Son quienes no siguen la senda marcada socialmente como la adecuada, como hacen los homosexuales al desligarse de ella.

#### 11.4.6.- El doble silenciamiento de la lesbiana

Si ya hemos explicado que la orientación del deseo homosexual es silenciada frente a la hegemonía que ocupa la heterosexual. Y también que la mujer, de aquella a la que se le presupone por principio una orientación heterosexual, también es silenciada en el discurso radiofónico. Podemos afirmar que la mujer cuya orientación es homosexual, es decir, la lesbiana, es doblemente silenciada. Primero, por ser mujer, segundo, por no ser heterosexual.

Todo porque el poder narrativo le pertenece al varón, independientemente de su orientación como ya hemos explicado, negándose a la lesbiana, por duplicado, lo que supone una forma de soterramiento de lo femenino.

Es así como los discursos que referencian a la homosexualidad lo hacen de forma exclusiva sobre aquellas personas cuya identidad de género es la masculina, es decir, el varón. Una persona a la que además se le permite poseer la homosexualidad como orientación, aunque sea reconocida como una desviación, porque es un varón, le pertenece a él, porque el varón, también el homosexual, se encuentra en la supremacía con respecto a la mujer. Una deducción que se ve reflejada con el uso de la palabra gay, cuyo significado hace referencia al varón, para nombrar a la población homosexual incluyendo a la lesbiana



De esta forma, la mujer que posee una orientación homosexual, es decir la lesbiana, es silenciada porque no se nombra al permanecer oculta.

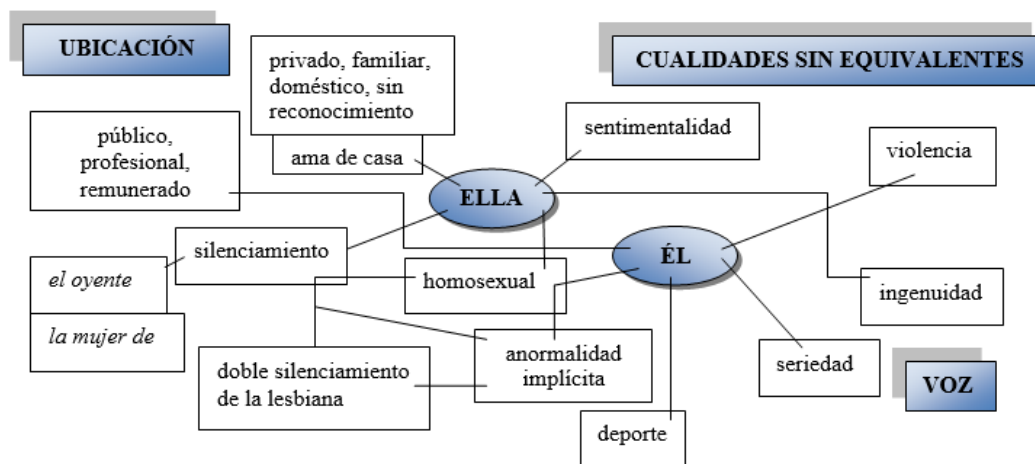
Esto manifiesta una ejecución dialéctica del pensamiento único que establece al varón como ser supremo y a la mujer como inferior. Es una práctica más del androcentrismo y del patriarcalismo lingüísticos que, como ya hemos explicado, se produce en el universo heterosexual. Una estructura social que en el ámbito de la homosexualidad también es reproducida en cuanto a que en ella el varón también posee la supremacía. De esta forma queda representada una relación asimétrica en cuanto a que él se instala en el dominio, una vez más, y ella en la sumisión.

En este contexto la lesbiana es doblemente silenciada porque no es representada. Primero porque por ser mujer es ubicada en un segundo plano sonoro que casi roza el del silencio, segundo porque por ser lesbiana se desenvuelve en el camino de la desviación, el mismo que la sociedad esconde porque no le interesa mostrarlo.

Así, si la mujer heterosexual es el objeto del deseo del sujeto, siempre y cuando sea un varón heterosexual, la lesbiana no es objeto de deseo de nadie, tampoco de otra lesbiana, porque ni siquiera se nombra esta posibilidad. Y no lo que no se nombra, es inexistente.

Las reflexiones que exponemos sobre este asunto se pueden ver de manera gráfica en la siguiente figura:

Figura 27. Espacios de ubicación que la discursiva grupal concede al género y a la orientación del deseo. Elaboración y fuente propias.



11.5.- La discusión del cuarto objetivo específico. El tratamiento con el que se ejecutan la construcción, articulación y difusión de la discursiva específica que referencia a la mujer y a los grupos LGTBI

Acercas de la discusión del cuarto de los objetivos específicos, redactado en los siguientes términos:

*Analizar, sobre la base de una perspectiva social, el tratamiento general realizado al tratar asuntos específicos sobre la mujer y los colectivos LGTBI*

se han observado las siguientes reflexiones.

11.5.1.- La mujer en su Día Internacional se reivindica, también como madre

Si observamos la representación que la radio realiza de la mujer en los espacios que se emiten el 8 de marzo como día internacional dedicado a ella<sup>52</sup>, encontramos como

<sup>52</sup> El domingo 8 de marzo de 2015, como todos los años, se celebra el Día Internacional de la Mujer cuyo carácter es de orden reivindicativo. Para más información acerca de los detalles de este acontecimiento se pueden consultar los detalles en las hemerotecas de los principales diarios de esa misma fecha, entre ellas destacamos:

primera observación que la plataforma específica ondamujer solamente le dedica uno, el titulado *Ser mujer es una mierda*. En el mismo se realiza una crítica sobre los estereotipos femeninos que la prejuician por su valor estético y como icono sexual. Destacamos la reflexión que se emite a su final: "Sabemos que ser mujer es complicado. A día de hoy ser mujer es una mierda, pero el primer paso es aceptarlo para poder cambiarlo. Feliz día de la mujer a todas".

Con respecto a la otra emisión especializada ondaarcoiris no se ha emitido ningún espacio dedicado a la lesbiana.

En el resto de las emisoras observadas, excepto en la Cadena COPE, el retrato sonoro que se articula específicamente sobre esta celebración dibuja una narrativa sustentada en la reivindicación. Es así como se establece una denuncia pública a través de las ondas acerca de la situación de desprotección de la mujer tanto en España como en el resto del mundo.

Estos contenidos dan voz a la exclusión que sufre en los ámbitos de orden económico, deportivo, cultural, científico y político, lo que conlleva que permanezca en la sumisión, la dependencia e incluso la ocultación comparándola con la inclusión que, casi de manera exclusiva, disfruta el varón y el universo masculino.

De este modo, en Onda Cero Isabel Gemio pronuncia frases como: "Nombres, nombres perdidos en la historia perdida de las mujeres", "Hay que sospechar de lo que escriben los hombres sobre las mujeres porque son, al mismo tiempo, juez y parte", y "Las mujeres todavía no ocupan el poder", todo ello para ilustrar discursivamente que la historia ha invisibilizado a las mujeres, como la cantante de ópera Francisca Caccini o la filósofa Simone de Beauvoir, en favor de sus parejas masculinas.

También en su espacio se radia una canción, interpretada por una mujer, entre cuyas letras figura el fragmento que reproducimos:

---

<https://www.elmundo.es/espana/2015/03/08/54fc500be2704e58108b458f.html>

[https://elpais.com/elpais/2015/03/05/videos/1425577361\\_678078.html](https://elpais.com/elpais/2015/03/05/videos/1425577361_678078.html)

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/2015/03/08/006.html>

*“Si un hombre monta cacho dice: no fue nada, fue un desliz,  
Pero si una mujer lo hace entonces es una meretriz,  
No señor, esa no me la trago no lo permito,  
Como el hombre, la mujer tiene derecho igualitario”.*

Sin embargo, hemos observado que estas reivindicaciones se articulan en unos mismos discursos cargados de prejuicios porque se construyen bajo la estereotipación clásica. Así, la psicoanalista Mariela Michelena es presentada diciendo de ella que: “Es guapa”, durante su entrevista se refiere a: “La vena maternal que tienen las mujeres” y al “Aspecto emocional de la mujer”, y también dice que cualquier mujer: “Esté siempre enamorada de ese bebé”, refiriéndose a su hijo, es decir, reduciendo el género femenino a su capacidad de reproducción y cuidado de su hijo.

En la radio pública se ofrecen dos informaciones al respecto del asunto que tratamos. La primera, sobre la denuncia de Amnistía Internacional que explica que solamente en un país existe igualdad plena entre los géneros. La segunda es sobre la campaña electoral en Andalucía en la que una periodista explica que Susana Díaz, celebrando este día en un acto público, ha recibido regalos para el hijo que espera porque está embarazada. Así observamos que la figura de una mujer con alta responsabilidad política es reducida, como en el caso anterior, a su función maternal ya que en este mismo contenido no se narra nada acerca de su actividad profesional como presidenta de la Junta de Andalucía.

Por su parte, Cristina López Schlichting, directora y presentadora del magacín de las mañanas del sábado y del domingo de la COPE, comenta sobre este día: “Qué cansinismo!, Oye, qué cansinismo, hay algo manido peñazo, repiqueteante, publicitario y falso en estas reivindicaciones del día de la mujer trabajadora. Algo como de *Oye, ponte en la foto que me vas a quedar estupenda. Ponte que me aprovecho*”. Con estos comentarios deducimos que muestra su disconformidad con la celebración de este día porque no se une a su bandera reivindicativa.

En sus comentarios sobre el mismo los elogios hacia la mujer son exclusivamente atendiendo a su faceta reproductora. De esta manera se transmite un discurso en el que se vincula de manera muy estrecha las propiedades de una identidad de género, la

femenina, con una función, la maternal, declarando de este modo implícitamente que la mujer que no se reproduzca no lo es completamente.

En ninguno de sus comentarios se desarrolla ningún tipo de narración reivindicativa acerca de la celebración de este día.

También en la COPE, en *Tiempo de Juego*, Pepe Domingo Castaño, reclama a su audiencia: “El que quiera hacer cualquier tipo de homenaje a la mujer de su vida, a su madre, a su hija, a su mujer, a su esposa, a su novia, a... su vecina, a quien sea, a una mujer que le cae bien, eh..., si quiere participar con nosotros”. De este comentario se deduce que implícitamente se dirige a los varones como consumidores de un espacio especializado en el deporte porque no reclama el mensaje de ninguna mujer, ninguna oyente, que llame para contar lo que él demanda.

Sin embargo, en la Cadena SER escuchamos que Jesús Gallego, director y presentador de *Carrusel deportivo*, de contenido muy similar al anterior, sí se dirige a la audiencia femenina: “Queremos dedicarle este Carrusel de hoy a todas nuestras madres, abuelas, esposas, hermanas, tías, primas, hijas, nietas, amigas, compañeras, colegas, novias, y especialmente a todas nuestras oyentes”. Esta es una forma, contrariamente a la anterior, de considerar que las oyentes, las mujeres, también son parte de la audiencia de un programa futbolístico.

### 11.5.2.- La exigencia de derechos igualitarios y de visibilización cargada de estereotipos en el Orgullo LGTBI

En este epígrafe consideramos los discursos que se han difundido referentes a la celebración del Orgullo LGTBI<sup>53</sup>.

---

<sup>53</sup> El sábado 4 y el domingo 5 de julio de 2015 se celebran en Madrid diferentes actos reivindicativos organizados por plataformas políticas y sociales LGTBI que pretenden visibilizar y demandar derechos igualitarios para estos colectivos. Para más información acerca de este acontecimiento se pueden consultar los detalles en las hemerotecas de los principales diarios de esas fechas, entre ellas destacamos: [https://elpais.com/ccaa/2015/07/04/madrid/1436032206\\_198354.html](https://elpais.com/ccaa/2015/07/04/madrid/1436032206_198354.html)  
<https://www.elmundo.es/madrid/2015/07/04/5597187c268e3ea92b8b45a9.html>

La Cadena COPE, a través de la presentadora Cristina López, informa sobre esta celebración reduciéndola a ofrecer una opinión específicamente sobre el matrimonio igualitario al que ella denomina: “Mal llamado matrimonio homosexual”, añadiendo que se decanta: “A favor del matrimonio entre el hombre y la mujer”. Para ilustrarla ofrece a su audiencia una entrevista con un obispo. En la misma él dice que, si bien la Iglesia no juzga a nadie, cree: “Que los actos homosexuales son contrarios a la ley natural, ¿no? O que los actos homosexuales son intrínsecamente desordenados”.

La discusión acerca de esta discursiva nos hace extraer varias reflexiones. La principal es que al utilizar la expresión *acto homosexual* se representa a la homosexualidad como una acción determinada, concreta y aislada en el tiempo. Este es un mensaje que la aleja de lo que realmente es ya que, como hemos explicado, la orientación del deseo<sup>54</sup> se manifiesta mediante el desarrollo de las expresiones sexuales, sentimentales, afectivas y emocionales sobre otra persona (Llamas, 1998; APA, 2002), pero no manera aislada, es decir, no es un acto, sino que esta categoría humana perdura en el tiempo y no se de manera temporal o circunstancial.

Además, también se extrae otra reflexión. Es la construye la homosexualidad correspondiéndola con la antinaturalidad y con un comportamiento propio desordenado, lo que nos hace deducir que la heterosexualidad es el tipo de orientación que pertenece a la inherencia a toda persona, que le es consustancial.

Contrariamente a la anterior, la radio pública dedica sus espacios a trazar una discursiva instalada en la reivindicación social. De ella explican que ha de desarrollarse en el ámbito escolar, lo que hace considerar el gran valor de la educación, también realizan referencias a los delitos de odio, de los que dicen que hay que evitarlos, y solicitan la promoción de una legislación igualitaria.

Por su parte, en Onda Cero, si bien también desarrolla el aspecto reivindicativo en cuanto a los derechos se refiere, el mismo queda reducido a solicitarlo solamente para los gays y lesbianas, ya que su discursiva obvia el resto de la población que compone

---

<sup>54</sup>Las explicaciones oportunas acerca de la conceptualización y las formas en las que se manifiesta la orientación del deseo de tipo homosexual se encuentran detalladas en el *CAPÍTULO 3. La orientación del deseo*.

las siglas LGTBI. Además, lo relacionan con el carácter festivo, aludiendo a la orientación sexual y no del deseo, al mencionar e incluir canciones del género pop como de Freddy Mercury, Elton John, Pet Shop Boys y Georges Michael<sup>55</sup>.

La Cadena SER es la única que dedica la totalidad de un espacio, *Punto de fuga*, a la realización de tres entrevistas con las que consigue ilustrar un día de reivindicación por la igualdad, según nos explican. En cada una de ellas se nos presenta a un varón que, habiendo declarado abiertamente su homosexualidad, aporta sus propios testimonios en el activismo en diferentes ámbitos sociales.

Se trata de:

- ✓ Federico Armenteros, presidente de la fundación para la tercera edad *26 de diciembre*, quien denuncia la opresión que ejerce nuestra sociedad heteronormativa sobre la vejez que impide la visibilización de las parejas de edad madura. Para ello realiza una comparación entre la homofobia con la esclavitud, el racismo y la xenofobia.
- ✓ David Guerrero, presidente de *Titanes*: “El primer club de rugby inclusivo de nuestro país” que se ha creado: “Para romper clichés”, según él mismo explica. Este invitado critica que ningún deportista pueda reconocer públicamente su homosexualidad por las presiones sociales y publicitarias que existen y también la ocultación que han de sufrir quienes lo son.
- ✓ Óscar Manuel Escolano del colectivo *Crismmhom*, asociación de cristianos LGTBI, quien opina que la religión no admite la homosexualidad porque quienes la practican no pueden reproducirse.

Así, podemos observar que no se entrevista a ninguna lesbiana, ni tampoco están representadas personalmente las otras opciones que conforman el resto de las siglas de la denominación LGTBI.

---

<sup>55</sup> Los cantantes Freddy Mercury, Elton John y Georges Michael y el grupo *Pet Shop Boys* realizan música del género pop, o popular, cuyas canciones han alcanzado los primeros puestos de las listas de éxitos de las emisoras de radio de todo el mundo. Se les menciona aquí porque han declarado públicamente su homosexualidad.

Durante el transcurso de las mismas ofrecen sus propias experiencias y aportan tanto apuntes de su biografía como menciones a otras personas homosexuales. Todo ello utilizando una discursiva cargada de reivindicaciones sociales y de exigencia de visibilización, desarrollando una narrativa cargada de protestas y demandas exigiendo igualdad de derechos de orden social, fiscal o laboral.

Todo ello como contenido informativo que evita el uso de estereotipos y prejuicios, tanto por parte del periodista que les entrevista como por ellos, contrariamente a lo observado en los casos de las radios anteriores. Tampoco se realiza ninguna mención al carácter festivo o lúdico de la fecha que se conmemora.

Con respecto a la plataforma especializada dirigida al público LGTBI [www.ondaarocoiris.com](http://www.ondaarocoiris.com), no encontramos ninguna naturaleza o condición reivindicativa en sus comentarios. Sin embargo, las alusiones que se realizan en los únicos dos espacios dedicados al evento que tratamos en este epígrafe estos días son acerca de su carácter festivo o lúdico. Al respecto, sobre el mismo, uno de los locutores dice que es: "Una fiesta tremendísima en Madrid, que aporta muchísimo dinero a la ciudad y que se viene celebrando desde hace unos años y la verdad es que se está muy, muy bien. La verdad es que se lo pasa uno genial". Tras este comentario el mismo anuncia que tras la fiesta acabarán *pedo*<sup>56</sup> y explican que existe una cirugía para engordar los penes.

En el otro programa analizado se producen discursos en el mismo sentido ya que los comentarios sobre esta celebración son alusiones a la fiesta de disfraces, de carreras de tacones y de carrozas. En el mismo también se explica que es una fiesta para cargar las pilas durante el verano, sin explicarnos a qué se refieren expresamente.

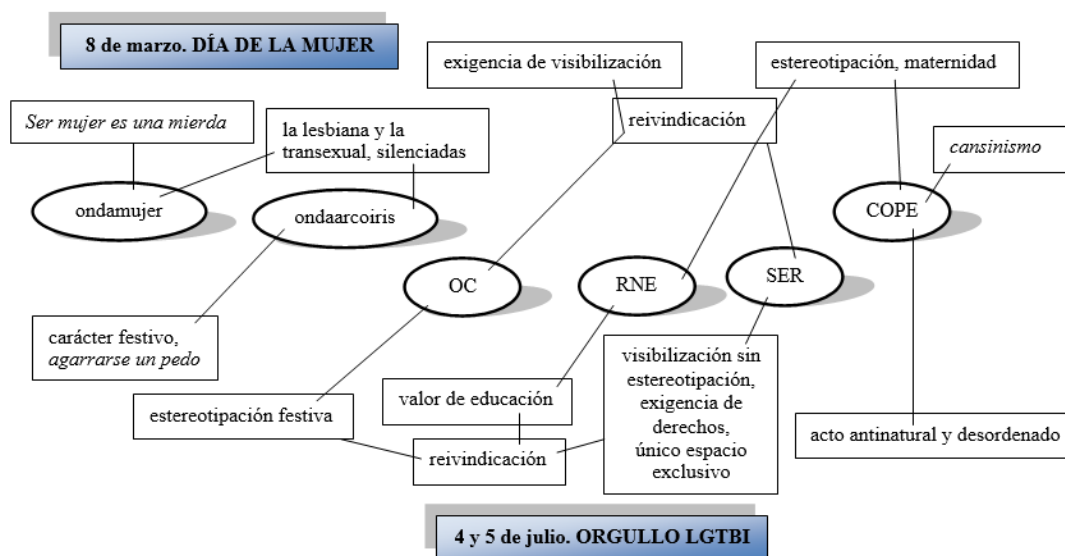
La representación esquematizada de la narrativa radiofónica concerniente tanto al Día Internacional de la Mujer como a la celebración del Orgullo LGTBI la podemos contemplar en la siguiente figura:

---

<sup>56</sup> La expresión *agarrarse un pedo* adquiere el significado de *emborracharse* en lenguaje vulgar (RAE, 2018s).



Figura 28. Relación entre las representaciones discursivas de las emisoras de radio en dos casos: el Día Internacional de la Mujer y el Orgullo LGTBI. Elaboración y fuente propias.



### 11.5.3.- La mujer se representa a sí misma masculinizándose

Si atendemos específicamente a las frases que pronuncian las mujeres para referenciarse a ellas mismas, comprobamos que para realizar este ejercicio discursivo utilizan vocablos que poseen género gramatical masculino como es la palabra *uno*.

De esta forma, ellas mismas se masculinizan ya que, por tratarse de mujeres, deberían utilizar el término *una*, es decir, una palabra de género gramatical femenino porque ellas son del género femenino.

Así mismo, también utilizan palabras que responden al uso del masculino generalizador al referirse o los colectivos incluso cuando estos están formados exclusivamente por ellas. De esta forma, hemos podido escuchar que ellas pronuncian: los, el consumidor, vosotros, los que, ellos, etc., en vez de haber dicho: las, la consumidora, vosotras, las que, ellas, etc., ya que están citando a mujeres específicamente. También: el que o los que.

El caso más paradigmático que hemos encontrado se ha producido en la emisora *ondamujer* que, anunciándose como *una radio hecha por y para mujeres*, pone en boca tanto de sus invitadas como de sus locutoras estos términos masculinos.

Además, se utiliza la expresión *gracias a vosotros* para despedir a las mujeres que han participado en los programas. Una forma más de masculinización ya que debería haberse utilizado la versión gramatical femenina del lenguaje.

#### 11.5.4.- Al gay le gustaría ser y sentirse como una mujer heterosexual

La principal observación sobre la representación de la población LGTBI es que el medio radiofónico no diferencia entre la identidad de género y la orientación del deseo. De esta forma incluye bajo el mismo discurso lo que no es porque sabemos que pertenecen a diferentes categorías humanas. Es así como no especifica, y por ello confunde, lo que es la transexualidad y la homosexualidad, por ejemplo.

La homosexualidad es representada valorándola dentro del espacio propio al que pertenece el ocio ya que las personas que poseen esta orientación son vinculan discursivamente por lo que hacen en su tiempo libre, por sus aficiones y no por su vida profesional, académica o por su nivel formativo.

Al respecto del tratamiento de la transexualidad y lo *queer* podemos afirmar que no existe. Son silenciadas, es decir, permanecen ocultas en lo que respecta al discurso radiofónico porque ni se mencionan. Ni siquiera en la plataforma específica ondarcoiris.

Un caso de representación de la homosexualidad se personaliza en el personaje popular Boris Izaguirre<sup>57</sup>. A él se le realizan dos entrevistas, una en el espacio *Esto me suena* de RNE el lunes 15 de diciembre y la otra el martes 16 en *Hoy por hoy* de la Cadena SER.

En la primera, el presentador y director del espacio José Antonio García le pregunta a Izaguirre si le gustaría ser como un personaje femenino de una de sus novelas: "¿Es el tipo de mujer que te hubiera gustado conocer,... o... incluso ser?", a lo que él contesta:

---

<sup>57</sup>Boris Izaguirre, Caracas, 1965, es un personaje muy conocido que aparece de manera constante en los medios de comunicación en los que participa, bien de manera circunstancial concediendo entrevistas, bien colaborando en ellos ejerciendo de comentarista permanente sobre acontecimientos de diversa índole. Este escritor, cuya biografía se puede consultar en la web <https://www.planetadelibros.com/autor/boris-izaguirre/000000524>, es incluido en este trabajo porque por iniciativa propia ha declarado abiertamente su homosexualidad lo que ha conseguido su consideración como activista del movimiento de esta orientación del deseo por haber alcanzado un perfil de referencia del mismo.

"Lo que pasa es que una persona pelirroja llama mucho la atención, y ser una espía pelirroja es lo máximo", y añade: "Me hubiera encantado ser ese tipo de mujer que no le tiene miedo a nada o ese tipo de persona que no le tiene miedo a nada y que sabe conducir...".

Esto se convierte en un relato del gay representándolo a través de la figura de la mujer, en este caso heterosexual. Este ejercicio consiste en considerar que, aunque él posea una identidad de género masculina, su comportamiento ha de corresponderse con el que socialmente se ha establecido como el conveniente para ella.

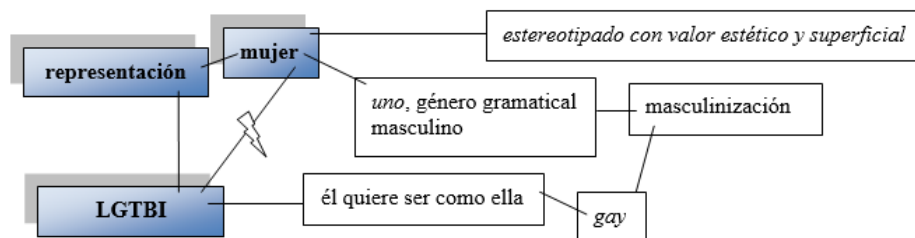
Esta vinculación se realiza estableciendo una correspondencia lingüística entre la orientación de él y la identidad de ella. Es así porque a él se le otorgan, con respecto a su comportamiento, actitud y deseo, los propios de ella. Consiste en desproveerle de las características con las que socialmente se define al varón heterosexual, definidas en los apartados anteriores, para entregarle aquellas que, bajo la tradición y la costumbre, son consideradas como las particulares de la mujer, también expuestas anteriormente, siempre y cuando esta posea una orientación heterosexual.

De esta forma, las mismas reflexiones sobre las formas en las que la radio realiza la estereotipación de la mujer, se pueden aplicar a los discursos sobre el varón homosexual, como acontece cuando a él se le atribuyen valores estéticos. Así, en la segunda entrevista, Gemma Nierga, Pepa Bueno y Boris Izaguirre comienzan a hablar de estética, técnicas de adelgazamiento, aspecto físico de ellos, dietas, etc., Pepa Bueno, al respecto dice: "Yo que venía preparadísima para hablar de glamour con Boris y acabamos hablando de lentejas". En un momento del transcurso de la misma Boris Izaguirre le dice a Gemma Nierga que es "divina". En el estudio además de Nierga e Izaguirre hay dos periodistas varones, Toño Fraguas y Carles Peña, entre ellos se dicen que: "Están guapos" y añaden: "Que van al gimnasio", a lo que Nierga llama *momento gay friendly*. Nierga pregunta a Izaguirre: "¿En tu novela no hay nada gay?", a lo él contesta que uno de sus personajes varones se encuentra en una fiesta con mujeres y varones pero este reconoce que es el: "Único varón de la fiesta", y añade: "Esto hoy sonaría fatal". Durante el transcurso de la entrevista Nierga reflexiona: "Cuando me encuentro con Boris me gusta decirle: "¿Qué tal?, ¿te gusta cómo voy vestida?".

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

En la siguiente figura observamos cómo queda expresada toda esta discursiva:

Figura 29. Relación entre las forma de representación de los géneros y de la población LGTBI.  
Elaboración y fuente propias.



## CAPÍTULO 12. Las conclusiones

En este capítulo se van a exponer las conclusiones obtenidas a partir del análisis del discurso radiofónico. Las mismas han sido ordenadas según los objetivos propuestos.

12.1.- Las conclusiones del objetivo principal. El discurso radiofónico se construye referenciándolo en nuestro modelo social contemporáneo cimentado en parámetros androcéntricos, patriarcales y heteronormativos de estructura binaria

Los parámetros, referentes y patrones que se utilizan en la construcción del discurso radiofónico para representar, nombrar y referir tanto al género como a la orientación del deseo están cimentados en un modelo social que es androcéntrico, patriarcal y heteronormativo.

Es así como la narrativa radiofónica, en el momento de citar tanto a alguien de manera individual como a un grupo de personas, utiliza las referencias que este contexto social ha decretado como las pertenecientes al universo masculino y heterosexual. De este modo, se conforma una práctica lingüística que se convierte en sistemática y universalizadora porque se ejecuta independientemente de su género y de su orientación del deseo.

Este es un ejercicio mediático que se materializa mediante la selección, construcción y utilización de términos y expresiones específicas que, al vehicular el discurso hacia un sentido determinado, concluye por masculinizar y heteronormativizar el pensamiento de las audiencias.

Todo esto se produce en un sistema que conceptualiza el género y la orientación expresándolos exclusivamente desde la binariedad porque los sitúa en una línea que tiene dos extremos que, además, son opuestos y asimétricos. En el superior se encuentra el varón, siempre que sea heterosexual, que es quien posee la supremacía discursiva. En el inferior queda ubicada la lesbiana. Esta posee la doble condición de la otredad, es a quien se le conceden valores de desprecio que llegan a alcanzar su silenciamiento: por ser mujer y por ser homosexual.

## Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

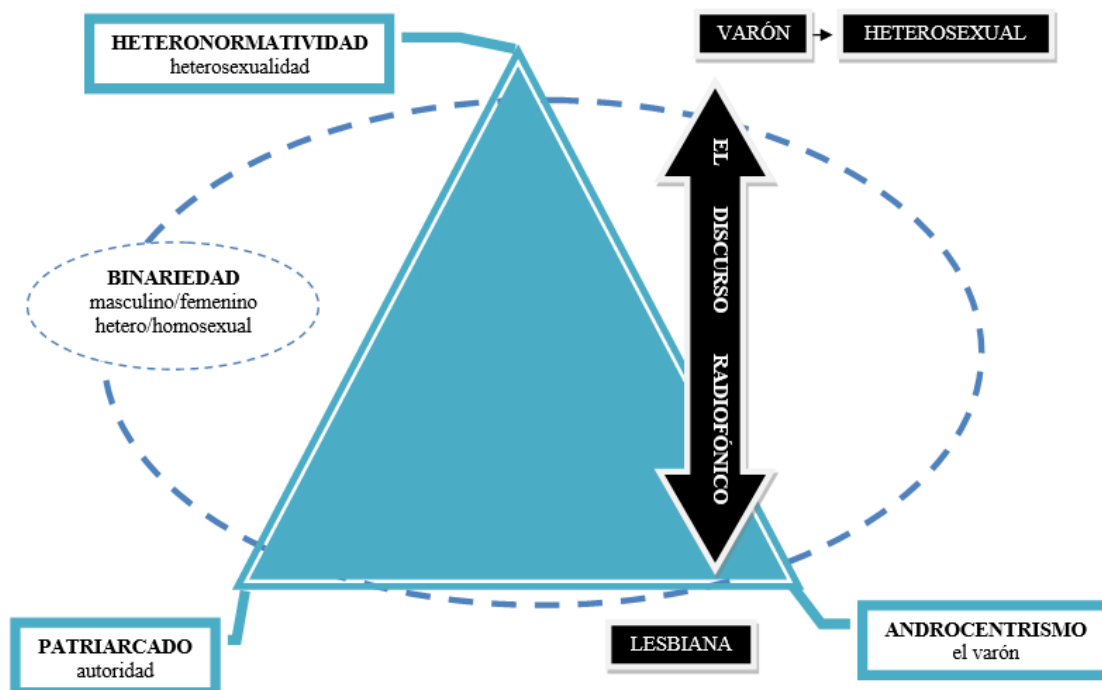
Este mismo modelo ejerce su influencia también para las representaciones discursivas con las que se estereotipa a la población al estar cargadas de prejuicios arcaicos y clásicos. Es así como el relato radiofónico decreta, según una normatividad no escrita, cuales son los espacios apropiados en los que cada persona, y grupo, ha de ubicarse según sea su género y su orientación. Los mismos que, también regidos desde la binariedad, se encuentran limitados y diferenciados por la propia discursiva.

Son aquellos que conceden a lo femenino y lo que no es heterosexual los valores de la excepcionalidad y la otredad.

Son estas unas reflexiones que han sido observadas en los programas y espacios de las cuatro grandes cadenas de radio convencional y las dos plataformas especializadas que conforman la población de este trabajo de investigación. No se han encontrado diferencias significativas según sea el género o formato de los programas o la titularidad, pública o privada, de las empresas.

Las conclusiones que aquí exponemos acerca del objetivo principal de este trabajo se pueden observar de manera gráfica en la siguiente figura:

Figura 30. Representación gráfica de la conclusión sobre el objetivo principal. Elaboración y fuente propias.



## 12.2.- Las conclusiones del primer objetivo específico. La representación nominal universaliza el género gramatical masculino

El discurso radiofónico nombra a toda la población, independientemente de su género y de su orientación del deseo, utilizando un léxico que se sustenta en estructuras masculinas. Esto implica que lo que no pertenece a su ámbito quede relegado a su dependencia lingüística e incluso al sufrimiento de su silenciamiento por omisión.

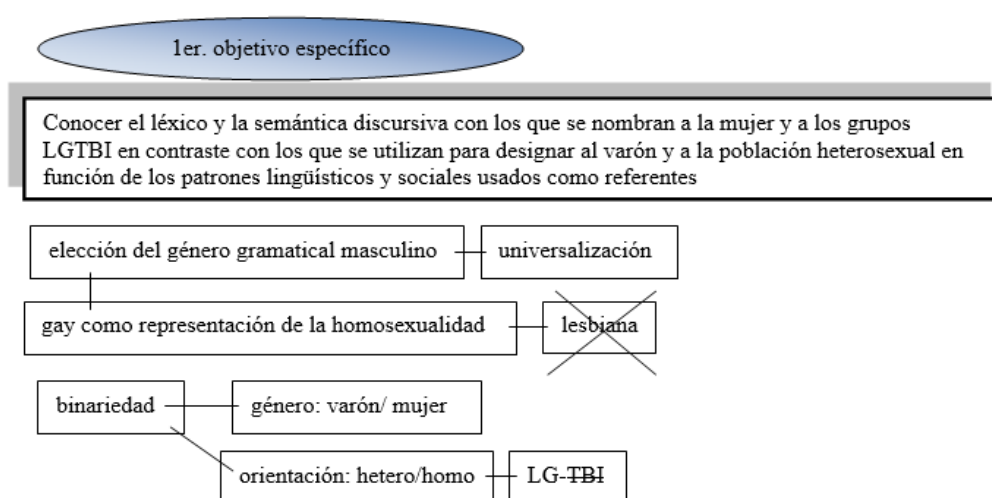
Esta narrativa se ejecuta elevando el género gramatical masculino a carácter de universalización. Es así como las referencias sobre una mujer en concreto, o un grupo de ellas, también se realizan de este modo. Esto conlleva que la versión masculina del lenguaje siempre sea posicionada como la idónea mientras que la femenina se instala en la extraordinariedad.

Estas consideraciones acerca del género también se extienden sobre la orientación del deseo. Así, el término *gay*, del que las instituciones lingüísticas señalan que ha de referenciar especialmente al varón, es utilizado para nombrar a la homosexualidad en su globalidad, como ocurre cuando también se utiliza para citar a las lesbianas.

Todo ello se convierte en una sistemática discursiva que además, por ubicarse contextualizada en un régimen de binariedad, solamente entiende la expresión del género como masculina o femenina, y de la orientación como heterosexual u homosexual, ignorando la alternatividad que proponen el transgénero, la intersexualidad o la bisexualidad.

Esto queda representado en la siguiente figura:

Figura 31. Conclusiones sobre el primer objetivo específico. Elaboración y fuente propias.



### 12.3.- Las conclusiones del segundo objetivo específico. La maternidad y la atracción estética es inherente al género femenino, el deporte y la violencia al masculino heterosexual

La narrativa radiofónica utiliza una estereotipación que asigna unos roles identitarios, profesionales y sociales de acuerdo a unos prejuicios arraigados fuertemente bajo los principios del sexismo.

La misma establece que cada persona ha de desempeñar unas competencias anteriores a su elección, porque se encuentran ya establecidas social y culturalmente, en función de su género y su orientación del deseo. Además, se encuentran acotadas, son excluyentes como expresión del sistema de binariedad en el que se producen y se consideran inherentes.



Es así como decreta que la identidad apropiada para el género femenino se ha de manifestar desarrollando el cuidado estético y el aspecto físico, expresados a través de la vestimenta y el maquillaje con el que agradar a los demás. También, mediante las funciones sociales que se encuentran relacionadas con la pasión, la afectividad y la sentimentalidad, unas competencias tan consustanciales a cualquier mujer que posibilitarán el ejercicio del cuidado de su familia de manera desinteresada, entre las que destaca la maternidad. Esta es considerada tan consustancial a ella que, tanto explícita como implícitamente, el discurso establece una relación directa y estrecha entre este rol y el hecho de alcanzar la plenitud como mujer.

Una forma más en la que la binariedad de género queda revelada es atribuyéndole al varón los roles identitarios y sociales que se encuentran en el extremo opuesto. Por ello, él es desprovisto de cualquier cualidad y gusto por la estética, tan es así que incluso es elogiado y valorado por su rechazo al cuidado de su aspecto físico. También, al privarle de la pasión, es quien porta la capacidad de acción. La que puede desarrollar mediante el uso de la violencia al ser considerada como inherente a la identidad masculina. La misma que puede mostrar en los espacios deportivos. Por ello, es quien ocupa la hegemonía y la atención de los espacios futbolísticos, al conformarse como su lugar lingüístico, ya que mientras él es el único apelado en ellos, ella es la añadida, la que ocupa la otredad. Esto se manifiesta en la carga adjetivadora que la radio construye con la expresión *deporte femenino* con la que anuncia este género periodístico que, sin embargo, no existe para su versión masculina que se anuncia como *deporte*, sin más, porque es el universal. Además, a él le pertenece la paternidad, pero no a través de la demostración de los afectos hacia su prole, como se interpreta la maternidad, sino como protector de la misma. Una protección que también se desarrolla mediante el uso de la acción.

Con respecto a los roles profesionales, el discurso también realiza una estereotipación de la mujer sirviéndose de los cánones clásicos y prejuiciosos. Es así como la fiscal, la jueza, la científica, la policía o la funcionaria, entre otras, son denominadas en masculino (fiscal, juez, científico, funcionario) aunque la institución lingüística establece que un correcto y apropiado uso de nuestro idioma es utilizar la versión gramatical femenina, porque son mujeres.

Pero todo esto acontece siempre y cuando ambos, mujer y varón, posean una orientación heterosexual ya que para la homosexual se decretan otros roles.

De esta manera el gay no goza de los privilegios del varón heterosexual aunque posea su mismo género. Él queda retratado discursiva y mediáticamente como si fuera una mujer en potencia. Por ello se le atribuyen las mismas funciones que ya hemos descrito anteriormente al referirnos a ella. Son las referentes a las manifestaciones humanas relacionadas con la afectividad, la sentimentalidad y la pasión. Las mismas de las que el propio discurso aleja al heterosexual.

Mientras, la lesbiana no adquiere el nivel de importancia discursivo como para ser nombrada, por lo que consecuentemente tampoco es estereotipada. De este modo y como ya hemos señalado, si la mujer heterosexual sufre la subordinación discursiva con respecto al varón, la lesbiana padece el doble silenciamiento, por su identidad femenina y por no ser heterosexual.

Como representación gráfica de estas conclusiones, las concernientes al segundo objetivo específico, se ha elaborado la siguiente figura:

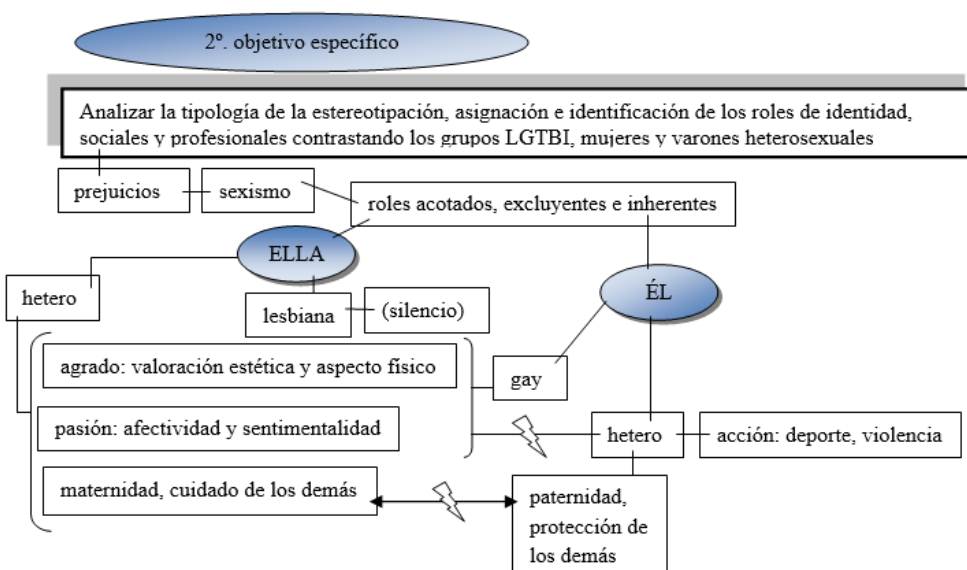


Figura 32. Conclusiones sobre el segundo objetivo específico. Elaboración y fuente propias.

#### 12.4.- Las conclusiones del tercer objetivo específico. La mujer en el espacio privado del hogar, el varón en el profesional público, reconocido y remunerado

La narrativa radiofónica define expresamente los contextos de ubicación tanto de los géneros como de las orientaciones al definirlos y limitarlos claramente.

En primer lugar nos referimos al de la heterosexualidad. Esta queda conceptualizada como la orientación del deseo natural e inherente a cualquier ser humano de manera explícita, lo que declara implícitamente a la homosexualidad en el interior de los márgenes de la anormalidad, una deducción que obtenemos porque que en nuestro sistema binario es la otra. Por ello, el discurso considera que cualquiera, y todo el mundo, es heterosexual por principio, sin discusión.

Este mismo planteamiento también se extiende a la colectividad LGTBI, concretamente a las personas transexuales heterosexuales, que son consideradas como anormales porque, aunque posean una orientación heterosexual, no se ciñen a la normatividad binaria relativa al género, a la que nos hemos referido detalladamente anteriormente.

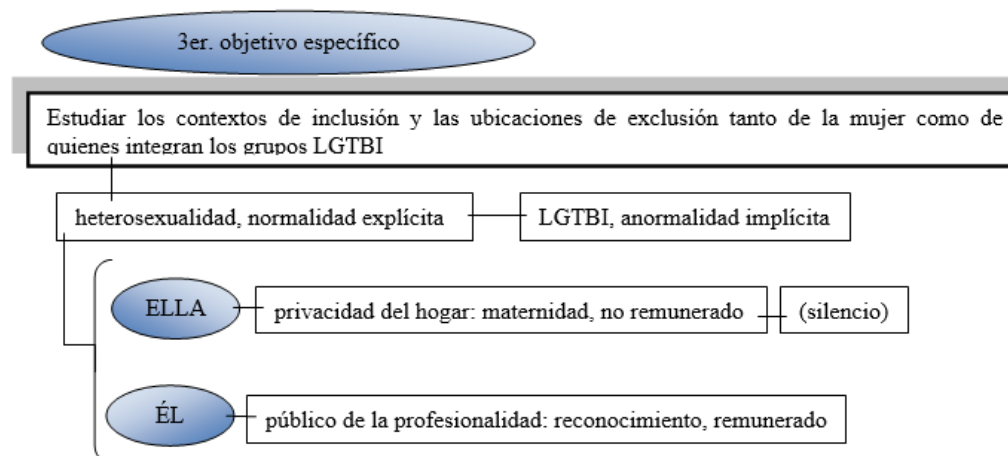
Con referencia al espacio de ubicación de los géneros, el femenino queda instalado en la privacidad del hogar, el apropiado para el cuidado y desarrollo de la maternidad, el mismo por el que no se obtiene ningún tipo de recurso económico aunque sí una consideración afectiva de la familia.

Por su parte, al varón le pertenece el profesional, el que se ejerce fuera del hogar, el remunerado y por el que se obtiene consideración pública. El mismo del que la construcción discursiva radiofónica, de manera artificial y no reflejando la realidad, aleja específicamente a aquellas mujeres que ejercen de facto su trabajo en él. Es de esta forma como en aquellos ámbitos sociales y profesionales en los que ella es mayoría su representación es solapada ante el dominio universal de lo masculino.

También la mujer es ubicada en el espacio del silenciamiento. Es el que no figura en el contenido radiofónico porque la narrativa no la nombra específicamente al incluirla como parte integrante, una vez más, de aquel que referencia a lo masculino. Es así como se forma una imagen sonora que permanece en el contexto de la otredad.

Estas consideraciones las vemos expuestas de manera representativa en la siguiente figura:

Figura 33. Conclusiones sobre el tercer objetivo específico. Elaboración y fuente propias.



### 12.5.- Las conclusiones del cuarto objetivo específico. La mujer y los grupos LGTBI se reivindicando utilizando la estereotipación

Sobre el tratamiento que reciben los contenidos específicos con los que se referencia al género y a la orientación del deseo obtenemos varias reflexiones.

Con respecto a los discursos articulados acerca del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, se observa que la plataforma ondamujer, que trata sobre asuntos concretos de la mujer, solamente emite un espacio, además muy breve, en el que una locutora expresa el rechazo por ser precisamente mujer. En la otra plataforma ondaarcoiris no se radia ningún programa al respecto.

Delas radios convencionales, encontramos que en el conjunto de la población analizada en este trabajo, los contenidos específicos son de orden reivindicativo, excepto en la cadena de emisoras COPE.

Así, en ellos se reflexiona sobre la situación de sumisión, marginación y desprotección de la mujer, en diferentes ámbitos como son el profesional, cultural, político y del ocio, con respecto a los privilegios que disfruta el varón. Sin embargo, esto se articula como

parte de unos mismos contenidos en los que la imagen de la propia mujer queda estereotipada con prejuicios clásicos de género. Por su parte, en la COPE la reivindicación sólo se ciñe al elogio de la maternidad, que es considerada como una forma de expresión inherente del género femenino y de la que se dice que es el objetivo que toda mujer ha de cumplir para alcanzar su valoración personal.

Sobre los contenidos específicos concernientes a la celebración del Orgullo LGTBI, sucede de igual forma. De esta manera, las emisoras presentan las informaciones de este evento desde la posición de reivindicación y demanda de derechos igualitarios para este colectivo, pero también utilizando una discursiva cargada de estereotipos sobre él.

La excepción la encontramos en ondamujer que no presenta ningún espacio al respecto. Por su parte, la Cadena SER es la única que dedica la totalidad de un monográfico a ello mediante la articulación de testimonios de gays que cuentan sus experiencias sin utilizar ningún tipo de prejuicios de valor sobre este colectivo, si bien no incluye a ninguna lesbiana. La COPE, por otra parte, reduce el discurso a convertirlo en una opinión construida sobre la desaprobación del *matrimonio igualitario* al expresar que no debe ser denominado como tal porque un matrimonio, cualquier matrimonio, debe ser exclusivamente el formado por un varón y una mujer heterosexuales. Esta emisora también considera que la homosexualidad es un acto, es decir, una circunstancia humana y no una orientación del deseo continuada y prolongada en el tiempo, que además es antinatural.

Con respecto a otros contenidos específicos tanto sobre el género como la orientación del deseo, hemos observado las siguientes reflexiones.

La primera es que la propia mujer se masculiniza cuando se referencia. Esto es porque utiliza vocablos de género gramatical masculino para nombrarse o citarse, como por ejemplo el término *uno*, cuando debería seleccionar su versión gramatical femenina, *una*.

La segunda, es que los gays se representan utilizando una estereotipación cargada de prejuicios, incluso ejercida por ellos mismos. Es así como quedan vinculados de manera consustancial y sistemática a actividades de ocio, diversión, relacionadas con el colorido

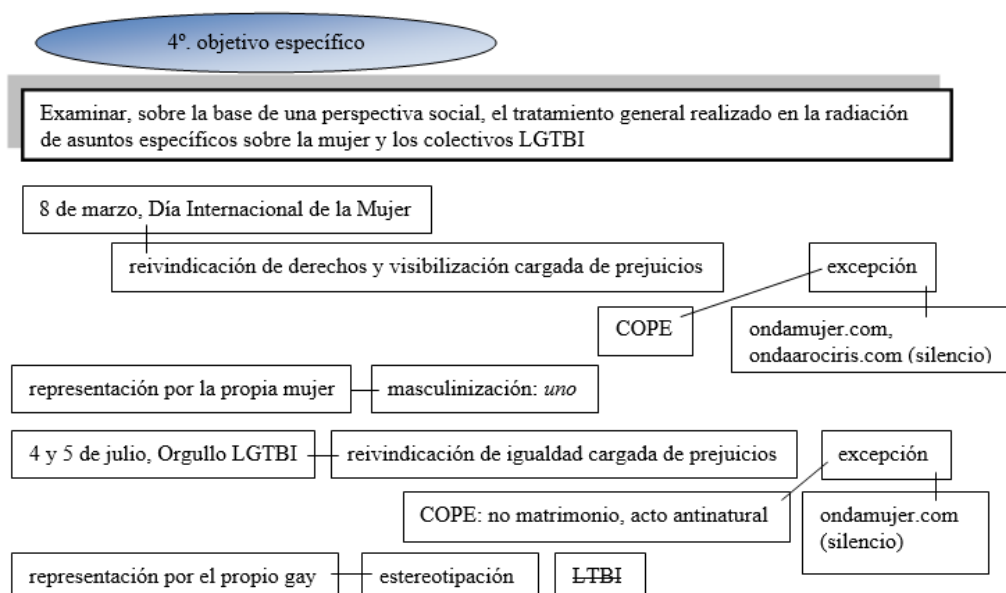
Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

o la fiesta, lo que los aleja del universo del reconocimiento profesional, de la seriedad o la formalidad social, en el que se encuentra el varón heterosexual.

Por su parte, el resto de la población LGTBI ni siquiera es representada. Para el medio radiofónico no existen, ni siquiera en la plataforma específica ondaarcoiris.

En la siguiente figura podemos ver de manera gráfica cuáles son las conclusiones acerca del cuarto objetivo específico de este trabajo de investigación:

Figura 34. Conclusiones sobre el cuarto objetivo específico. Elaboración y fuente propias.



### **CAPÍTULO 13. Aportaciones para la reflexión**

Una vez extraídas las conclusiones de esta tesis doctoral, creemos que es necesario dedicar este espacio para la reflexión.

Es de este modo como entendemos que la utilización de una discursiva masculinizadora con la que el medio radiofónico estereotipa prejuiciosamente tanto al género como a la orientación del deseo se puede evitar ya que, como hemos observado, se trata de una práctica determinada que no es inherente al propio lenguaje sino a su uso. Nos referimos a la que se manifiesta mediante la selección de términos y expresiones con los que se realizan representaciones asimétricas, es decir, sexistas.

Por ello, el ejercicio mediático radiofónico no es un problema que radique en la lengua sino en quienes la utilizan ya que en nuestra normativa lingüística existen elementos discursivos que son inclusivos de género y de la orientación.

“La lengua puede ser de todas y de todos: no es un sistema rígido, cerrado a cualquier mutación sino, al contrario, el cambio está previsto en sus mismas estructuras” (Graziani, 1997:35).

Consecuentemente, quienes se sirven de ella como instrumento de trabajo con la que construir los contenidos radiofónicos deben realizar un ejercicio de actualización y modernización lingüísticas que les lleve a conocer, y dar a conocer, nuevos vocablos y expresiones que permitan el reflejo lingüístico de las nuevas realidades. Las mismas que ya que existen en un nuestra contemporaneidad.

Son las que se conforman por la existencia de géneros más allá de su conceptualización en el marco de la binariedad. Y por la visibilización de otras orientaciones más allá de la heterosexual. Y por las mujeres que han decidido escapar del espacio doméstico, de la maternidad y su dedicación al cuidado de los demás, saltando a uno profesional, visible y reconocido, consiguiendo con ello la necesidad de la construcción de nuevos vocablos para denominarlas. También por aquellos varones que desear huir de su catalogación como los poseedores del poder hegemónico, porque quieren soltarlo y desarrollarse así en nuevos espacios, los mismos que les habían sido vetados sin justificación.

De esta manera, si los periodistas se reconocen a sí mismos como altavoces de la ciudadanía y se identifican con la promoción de la tolerancia y la diversidad cultural (Berganza, Lavín, & Piñeiro-Naval, 2017), han de conocer todo esto para reflejarlo en sus medios, los mismos que consumen elevadas audiencias. Un ejercicio ejecutado utilizando el discurso que, como un arma fundamental constructiva, además de contribuir a la creación de una realidad, adquiere un papel relevante como instrumento ideológico y de poder (Fernández Martínez, 2007).

Es así como deberían enfrentarse a la radio actual. La que va abandonando las ondas hertzianas por los bits. La que se reinventa con nuevas formas de producción y transmisión. La que habita en el ciberespacio. La que no conseguirá innovarse si relega los cambios de manera exclusiva al aspecto tecnológico. Por ello, si este medio no adapta su forma de representar la realidad, con respecto al género y a la orientación del deseo, a las circunstancias sociales contemporáneas, se quedará anclada en el arcaísmo y en la inmovilidad.

De este modo, alcanzar una sociedad más justa debe ser objetivo de todos. También del medio radiofónico que se alza como un instrumento fundamental para la educación de orden informal. Porque existe un lenguaje inclusivo que debería utilizar para que, a modo de referente, sus audiencias lo reproduzcan al elevarlo a la categoría de normalización y universalización.

Porque el lenguaje, que está vivo y que se puede modificar utilizándolo, no puede servir como arma de exclusión en una sociedad que debe exigir que las relaciones de las personas crezcan desde la igualdad. Y esto se conseguirá transformando las mentalidades, las conciencias y las actitudes. También modificando el lenguaje con el que las construimos.

Porque si los medios de comunicación quieren explotar su potencial democrático deberían reflejar la diversidad social existente a través de un lenguaje que refleje de la manera más fiel posible las realidades sociales huyendo de su estereotipación y masculinización (UNESCO, 2014), ya que estos son injustos y punitivos (Vera *et al.* 2015).



“Si una palabra o norma gramatical determinada hiere y ofende a determinada gente, ¿Por qué continuar usándola?” (Harris, 1990:27).

Una tarea ardua y complicada, pero no imposible de ejecutar, en la que la educación, también la que se ejerce desde los medios, es una herramienta imprescindible para alcanzar, o al menos intentar, este objetivo.

Es así como, en el siguiente capítulo, damos cuenta de la existencia de las guías que estudian el lenguaje inclusivo para conseguir utilizarlo con el objetivo de visibilizarlo.

Pero antes de ello nos gustaría lanzar una última reflexión. Es acerca de la conclusión principal de este trabajo de investigación que gira en torno a considerar que el contexto en el que habitamos, que como ya hemos explicado es androcéntrico, patriarcal y heteronormativo, se convierte en el modelo paramétrico con el que la radio construye sus discursiva. Sobre la misma nos preguntamos: ¿Y si fuera al contrario? ¿y si es el medio radiofónico, como constructor del hecho cultural, el que construye y cimenta este modelo, de tal modo que no pueda volcarse hacia otro que suponga su alternatividad?, ¿y si su narrativa consigue afianzar aun más el *statu quo* establecido?

De esta manera lanzamos una cuestión que se relaciona con lo que ha quedado expuesto en el principio de la redacción de este trabajo que es la consideración de la gran influencia que ejerce la radio, como instrumento para el aprendizaje, del conjunto de la población...

Bloque 5. La discusión y las conclusiones acerca del tratamiento y las representaciones radiofónicas del género y de la orientación del deseo

## **CAPÍTULO 14. Guías de lenguaje no sexista. Una propuesta para el ejercicio y la práctica discursiva de inclusión del género y de la orientación del deseo**

Se van a exponer en este capítulo una serie de recomendaciones para la práctica de un lenguaje que derive en la inclusión tanto del género como de la orientación del deseo evitando de esta manera construcciones sexistas. Un ejercicio que dedica especial atención a los dos ámbitos de ejecución que estudiamos en este trabajo: la escuela y los medios de comunicación.

Consecuentemente, se va a detallar a continuación el modo en el que proceder con la elección de las palabras, expresiones y frases para evitar la articulación de representaciones e imágenes sonoras que excluyan a gran parte de la población.

Para realizar este ejercicio acudiremos a las guías lingüísticas existentes que nos ayudan a conseguirlo.

Ya en 1995 el Instituto de la Mujer editó *Nombra. En masculino y en femenino* acerca de cómo el lenguaje representa a estos dos géneros. Sus autoras concluyeron que el mismo no debe ocultar, subordinar, infravalorar, excluir ni quitar la palabra a nadie (Alario, Bengoechea, Lledó & Vargas, 1995).

Desde entonces ha pasado mucho tiempo. También para la práctica del lenguaje y el uso que realizan de él los medios de comunicación.

Recientemente, la institución que vela por un uso correcto del mismo, relata en su página electrónica: “El pleno de la RAE suscribe un informe del académico Ignacio Bosque sobre sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer” (RAE, 2012). Este catedrático de lengua en la Universidad Complutense y ponente de la *Nueva Gramática de la Lengua Española* expone su opinión acerca de las guías no sexistas que han aparecido en los nuevos tiempos. Manifiesta, entre otras cosas, su desconformidad en cuanto a que se han elaborado sin consultar a quienes se dedican profesionalmente a trabajar con *la lengua* por lo que muchas de ellas contravienen las normas de las Academias aunque también comenta: “No hay, desde luego, ilegalidad alguna en las recomendaciones sobre el uso del lenguaje que se introducen en esas guías” (Bosque,

2012). También, cuenta en este extenso informe, que él entiende, y hay que hacer entender a los demás, que si el lenguaje que se utiliza es ofensivo, o invisibilizador, o excluye a las mujeres, habrá que adaptarlo y modificarlo.

#### 14.1.- Utilización del lenguaje inclusivo en el aula

Sobre las guías que ayudan a utilizar un lenguaje no sexista en el contexto educativo destacamos las siguientes:

La primera a la que hacemos referencia es la *Guía de lenguaje no sexista* que ha creado la Oficina de Igualdad de la UNED. En ella se exponen recomendaciones para el uso de un lenguaje inclusivo en el ámbito de la docencia. Podemos ver varios ejemplos prácticos en los que se refleja de manera explícita cuándo un texto es sexista y cómo modificarlo para que no lo sea. Entre otras cosas destaca que: “Una manera de advertir este sexismo estriba en aplicar la denominada “regla de inversión”, la misma consiste en probar si el texto es correcto al sustituir los términos femeninos por los correspondientes masculinos, y viceversa” (UNED, 2008), esta norma es considerada como la regla matemática del nueve.

El COGAM, Colectivo Gay de Madrid, ha elaborado una *Guía y Recurso para Educadores* (COGAM, 2017). Realmente consiste en una recopilación de otras de diferentes autorías en las que se ofrecen recomendaciones muy directas y prácticas para ser utilizadas en el aula. Con ellas, entre otras consecuencias, se intenta evitar el *bullying*, ciberacoso o el *grooming* llevados a cabo por quienes, aunque sea de manera inconsciente, manejan en su vida la homofobia, lesbifobia o transfobia como arma destructora hacia quienes pertenecen a la población LGTBI. En ellas se explica que un primer paso para evitar estas acciones es considerar su trascendencia ya que no son simplemente manifestaciones lúdicas aunque en muchas ocasiones se adopten como tales.

En la *Guía contra la homofobia para centros educativos* (Serrano Martínez, 2010) podemos leer cómo se puede evitar la misma a través de la redacción de los libros de textos y el transcurso diario en las aulas. Destaca el anexo en el que se incluye un cuestionario en el que, como el propio autor manifiesta consiste en *entender el mundo al*

*revés*. Se refiere a aquellas preguntas que siempre se realizan a la población homosexual pero esta vez dirigiéndolas hacia la heterosexual. Son del tipo: ¿Cuándo descubriste tu heterosexualidad?, ¿te costó aceptarla?, ¿piensas contárselo a tu entorno?

#### 14.2.- Recomendaciones para evitar las representaciones sexistas en los medios

Si ya conocemos la gran capacidad de influencia que en nuestra contemporaneidad adquieren los medios de comunicación de masas como propagadores de las representaciones sociales, no lo es menos con respecto al lenguaje que utilizan para ello, como ya hemos justificado convenientemente en este mismo trabajo de investigación.

Consecuentemente, al conformarse como agentes sociales de primera magnitud, han de ejercer sus ejercicios lingüísticos de manera inclusiva con respecto a la orientación del deseo y al género. Por ello, damos cuenta de las guías específicas que hemos encontrado que ayudan a conseguirlo y que, a nuestro juicio, deberían convertirse en referentes para evitar el sexismo lingüístico.

Así, la corporación pública RTVE, Radio Televisión Española, expone en su página *Todxs por igual* una serie de enlaces hacia otras en las que se muestra cómo evitar el lenguaje sexista haciendo especialmente hincapié en la labor periodística que, como tal, ha de tenerlo como máxima para redactar sus contenidos (RTVE, 2019a). De ellas destacamos el vídeo que ha grabado Susana Guerrero, a modo de clase magistral, que es presentada como especialista en la materia (RTVE, 2019b). En él da cuenta precisamente del desarrollo documentado que justifica su título: *La lengua española no es sexista, sí puede serlo su uso*.

*El manual de género para periodistas* elaborado por el Área Práctica de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en América Latina y El Caribe recoge, también, recomendaciones para la construcción y difusión de un lenguaje inclusivo de género en los medios de comunicación de habla hispana. Es a través de él como realiza un examen de la forma en la que lo femenino queda representado mediáticamente y, en aquellos casos en los que se produce sexismo, explica cómo evitarlo. Sobre el medio radiofónico específicamente ofrece un catálogo de las emisoras

que se difunden bajo la consideración de la inclusividad y la visibilización al respecto (PNUD, 2014).

Por otra parte, es a raíz de una noticia aparecida en la prensa valenciana en la que se narra el asesinato de una transexual, de la que hemos dado cuenta en el apartado dedicado a la representación de la población LGTBI en los medios de este mismo trabajo de investigación, como su autor aprovecha para exponer los estereotipos cargados de prejuicios en los que se incurre en la misma. En todo caso punitivos, injustos e injustificados. De este modo, también explica cómo evitar la estigmatización a la que se someten las informaciones específicas sobre la transexualidad, tan frecuente en los medios. Una sistemática que, según cuenta, sucede en muchas ocasiones tanto por la desinformación existente al respecto como por el desinterés social que sufren estas personas. Por ello, para informar correctamente, nos explica lo que se ha de tener en cuenta:

- ✓ El vocablo *transexual* es adjetivo, no sustantivo.
- ✓ Los nombres, pronombres y adjetivos referidos deberán concordar con el género de destino de la persona obviando el sexo biológico de su nacimiento.
- ✓ El término empleado será transexual y no travesti o travestido dado que estos últimos indican otro tipo de realidades.
- ✓ Las personas transexuales que deciden someterse a la cirugía afrontan una reasignación de sexo y no un cambio de sexo (Carratalá, 2011b).

## Bibliografía

- ABRIL VARGAS, N. (1997). Participación de las mujeres en los medios de comunicación en Euskadi. En A. Rincón (coord.). *El reflejo de la diversidad a través de los medios de comunicación y de la publicidad*. Vitoria: Emakunde/Instituto Vasco de la Mujer. Pp. 47-68.
- AGUEDAD GÓMEZ, J. I. (1993). *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuesta desde los medios*. Huelva: Ed. Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación.
- AHMED, D., & BUHEJI, M. (2018). Reflexivity in Applying “Inspiration Economy” Research: Changing the Game to Make the Research Groups “Researchers”[en línea]. *International Journal of Qualitative Methods*, 17(1). [Consulta 20 enero 2019]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1609406917749156>
- AIMC, Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación. (2015a). *Resumen General abril 2014 a marzo 2015* [en línea]. [Consulta 15 diciembre 2015]. Disponible en <https://www.aimc.es/aimc-ont3nt/uploads/2015/04/resumegm115.pdf>
- AIMC, Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación.(2015b). *Acceso a datos EGM* [en línea]. [Consulta 15 diciembre 2015]. Disponible en <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/radio>
- ALAMINOS FERNÁNDEZ, A. F. (2011). Los medios de comunicación y la orientación política [en línea]. [Consulta 26 mayo 2019]. Disponible en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/74068/1/Losmediosdecomunicacionylaorientacionpolitica\\_AntonioAlaminosFernandez.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/74068/1/Losmediosdecomunicacionylaorientacionpolitica_AntonioAlaminosFernandez.pdf)
- ALAMINOS, A. & CASTEJÓN, J. L. (2006). *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios y escalas de opinión*. Universidad de Alicante: Editorial Marfil.
- ALARIO, C., BENGOCHEA, M., LLEDÓ, E. & VARGAS, A. (1995). *Nombra. En masculino y en femenino*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- ALBALAT, J.G. (2014). *La jueza cita como imputado a Jordi Pujol por el dinero en Andorra* [en línea]. El Periódico, 16 de diciembre. [Consulta 20 enero 2016]. Disponible en <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/jueza-cita-como-imputado-expresidente-generalitat-jordi-pujol-por-dinero-andorra-3776246>
- ALEGRE ZAHONERO, L. (1917a). *Elogio de la homosexualidad*. Barcelona: Arpa editores.
- ALEGRE ZAHONERO, L. (1917b). *El lugar de los poetas*. Madrid: Akal editorial.
- ALER GAY, I. (1996). El género. En J. Maestre Alfonso, J. Almaraz Pestana y M. Gaviria. *Sociología para el trabajo social*. Madrid: Universitas. Pp. 149-171. ISBN 84-7991-056-9.

- ALLPORT, G. W. (1962). *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Ed. Eudeba. Trad.: Ricardo Maffé.
- ALONSO GONZÁLEZ, C.M. (2004). *El canto de las sirenas. Comunicación y persuasión en la publicidad radiofónica*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- ALONSO, L. E. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- ALONSO-CORTÉS, A. (1999). *La exclamación en español. Estudio sintáctico y pragmático*. Madrid: Minerva Ediciones.
- AL-RAWI, A. (2016) Understanding the Social Media Audiences of Radio Stations [en línea]. *Journal of Radio & Audio Media*, 23(1), 50-67. [Consulta 16 abril 2017].
- ALTMAN, D. (1982). *The homosexualization of America*. New York: St Martin Press.
- ALVARADO, E. L. & DE CANALES, F. H. (1994). *Metodología de la investigación: manual para el desarrollo de personal de salud*. Washington DC: OPS.
- ÁLVAREZ VALENCIA, J. (2006). El discurso de género en la emisora juvenil Radioactiva: una aproximación desde el análisis crítico del discurso [en línea]. *Enunciación*, 12(1), 51-65. [Consulta 19 febrero 2015] <https://doi.org/10.14483/22486798.479>
- ÁLVAREZ, J. L. & SVEJENOVA, S. (2003). *La gestión del poder. Breviario de poder, influencia y ética para ejecutivos*. Barcelona: Ediciones Granica.
- ÁLVAREZ-GAYOU, J. (2004). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México DF: Paidós.
- ANSCOMBRE, J. C. & DUCROT, O. (1994). *La argumentación en la lengua*. Madrid: Gredos. Trad.: Julia Sevilla y Marta Tordesillas.
- APA. (2002). American Psychological Association. Public Affairs: Answers to your questions about sexual orientation and homosexuality. Recuperado el 25 de diciembre de 2016 de <http://www.apa.org/topics/lgbt/transgender.aspx>
- APARICI, R. (2005). Medios de comunicación y educación [en línea]. *Revista de Educación*, 338, 85-99. [Consulta 28 septiembre 2016]. Disponible en <https://www.mecd.gob.es/dctm/revista-de-educacion/articulosre338/re33807.pdf?documentId=0901e72b8124809b>
- APARICI, R. & GARCÍA MATILLA, A. (1987). *Lectura de imágenes*. Madrid: Ed. La Torre.
- APM. Asociación de la Prensa de Madrid (2018). Informe anual de la profesión periodística 2018 [en línea]. [Consulta 2 enero 2020]. Disponible en [https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018\\_baja.pdf](https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2019/07/Informe-profesi%C3%B3n-2018_baja.pdf)



- ARONSON, B. & LAUGHTER, J. (2016). The Theory and Practice of Culturally Education: A Synthesis of Research Across Content Areas [en línea]. *Review of Educational Research*, 86, 163-206. [Consulta 23 mayo 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.3102/0034654315582066>
- ARREGUI, J. V. (1999). La construcción del género y del sexo. En M. J. Jiménez Tomé (eds.). *Pensamiento, imagen, identidad: a la búsqueda de la definición de género*. Málaga: UMA, Universidad de Málaga. Pp. 17-63.
- ASTELARRA BONOMI, J. (2006). Políticas públicas de igualdad de oportunidades. En C. Rodríguez Martínez (comp.). *Género y currículo. Aportaciones del género al estudio y práctica del currículo*. Madrid: Ed. Akal. Pp.169-197.
- AUSTIN, J. L. (1991). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós Ibérica. Trad.: Genaro R. Carrió y Eduardo A. Rabossi. Compilado por: J. O. Urmson.
- BACH ARÚS, M., ALTÉSRUFÍAS, E., GALLEGO AYALA, J., PLUJÁ CALDRÓN, M. & PUIG MOLLET, M. (2000). *El Sexo de la Noticia: Reflexiones sobre el género en la información y recomendaciones de estilo* (Vol. 4). Barcelona: Icaria Editorial. Trad.: Pilar Remírez de la Encina.
- BADINTER, E. (1993). *X Y. La identidad masculina*. Madrid: Alianza editorial. 2ª ed.
- BAILE, J. I. (2008). *Estudiando la homosexualidad. Teoría e investigación*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- BALSEBRE, A. (2004). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Ed. Catedra. 4ª edición.
- BALSEBRE, A., PERONA, J. J., FAJULA, A., & BARBEITO, M. (2011). The Hidden Radio Audience in Spain: Study on Children's Relationship with the Radio [en línea]. *Journal of Radio & Audio Media*, 18(2), 212-230. [Consulta 20 mayo 2016]. Disponible en <https://doi.org/10.1080/19376529.2011.615778>
- BARBERÁ, E. (1998). *Psicología del género*. Barcelona: Ed. Ariel.
- BEAUVOIR DE, S. (1949). *El segundo sexo. Los hechos y los mitos*. Buenos Aires: Siglo XX.
- BECK, A. (2006). You've got to hide your love away: gay radio, past and present. En A. Crisell (eds). *More than a music box. Radio cultures and communities in a multi-media world*. Oxford: Berghahn Books. Pp.127-144.
- BEJARANO FRANCO, M. T. (2013). El uso del lenguaje no sexista como herramienta para construir un mundo más igualitario [en línea]. *Revista de comunicación Vivat Academia*, 124, 79-89. [Consulta 4 mayo 2017]. Disponible en <http://dx.doi.org/10.15178/va.2013.124.79-89>
- BELTRÁN, M. (1991). *La realidad social*. Madrid: Editorial Tecnos.

- BENGOECHEA, M. (2007). *Sexismo y androcentrismo en los textos administrativos-normativos*[en línea].Alcalá: Universidad de Alcalá. [Consulta 30 enero 2018]. Disponible en <http://www.upm.es/sfs/Rectorado/Gerencia/Igualdad/Lenguaje/sexisismo%20y%20androcentrismo%20en%20texto%20administrativos.pdf>
- BENHABIB, S. (1992). Una revisión del debate sobre las mujeres y la teoría moral [en línea]. *Isegoría*, (6), 37-63. [Consulta 15 mayo 2017]. Disponible en <http://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/323/324>
- BENNETT, E. E. (2009). Virtual HRD: The intersection of knowledge management, culture, and intranets [en línea]. *Advances in Developing Human Resources*, 11(3), 362–374. [Consulta 8 junio 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1523422309339724>
- BERG, B. L. (2004). *Qualitative research methods for the social sciences, 5ª ed.* California: Pearson Education.
- BERGANZA, R., LAVÍN, E. & PIÑEIRO-NAVAL, V., 2017. La percepción de los periodistas españoles acerca de sus roles profesionales [en línea]. *Revista Comunicar*, 25(51), 83-92. [Consulta 2 febrero 2018]. Disponible en: <https://doi.org/10.3916/C51-2017-08>. e-ISSN 1988-3293.
- BERGERO MIGUEL, T., ASIAINVIERGE, S., GORNEMANSCHAFFER, I., GIRALDO ANSIO, F., LARA MONTENEGRO, J., ESTEVA DE ANTONIO, I. & GÓMEZ BANOVIO, M. (2008). Una reflexión sobre el concepto de género alrededor de la transexualidad [en línea]. *Revista de la asociación española de neuropsiquiatría*, 28(1), 211-226. [Consulta 9 octubre 2018]. Disponible en [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0211-57352008000100013&lng=es&tlng=es](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0211-57352008000100013&lng=es&tlng=es). ISSN 2340-2733.
- BERGIN, D. A. (2016). Social influences on interest [en línea]. *Educational Psychologist*, 51(1), 7-22. [Consulta 21 noviembre 2018]. Disponible en <http://dx.doi.org/10.1080/00461520.2015.1133306>
- BERNARD, H. R. & RYAN, G. (2010). *Analyzing Qualitative Data. Systematic Approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- BETÉS RODRÍGUEZ, K. (2002). *El sonido de la persuasión. Relatos publicitarios en la radio*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo.
- BIERNAT, M., VILLICANA, A.J., SESKO, A.K. & ZHAO, X., (2018). Effects of dyadic communication on race-based impressions and memory [en línea]. *Group Processes & Intergroup Relations*, 21,(2), 302-318. [Consulta 7 febrero 2019]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1368430216663022>
- BIRRIEL, M. (2004). Los estudios de las mujeres en las universidades europeas. En M. A. Guerrero Villalba y M. J. Nestares Pleguezuelo (eds.). *Sobre mujeres: economía, historia y sociología*. Almería: Universidad de Almería Servicio de Publicaciones. Pp. 17-26.

- BISQUERRA ALZINA, R. (1996). *Métodos de investigación educativa. Guía práctica* (Edición revisada). Barcelona: CEAC.
- BLANCO GARCÍA, N. (2000). *El sexismo en los materiales educativos en la E.S.O.* Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- BOLDUC, H. & KINNALLY, W. (2018) Examining the Impact of Social Identification with Music on Music Streaming Behavior [en línea]. *Journal of Radio & Audio Media*, 25 (1), 42-61. [Consulta 2 enero 2019]. Disponible en DOI: 10.1080/19376529.2017.1362893
- BOND, B. J. (2015). The mediating role of self-discrepancies in the relationship between media exposure and well-being among lesbian, gay, and bisexual adolescents [en línea]. *Media Psychology*, 18(1), 51-73. [Consulta 26 mayo 2017]. Disponible en DOI: 10.1080/15213269.2014.917591
- BOND, B. J. (2018). Parasocial Relationships with Media Personae: Why They Matter and How They Differ Among Heterosexual, Lesbian, Gay, and Bisexual Adolescents [en línea]. *Media Psychology*, 1-29. [Consulta 23 marzo 2019]. Disponible en DOI: 10.1080/15213269.2017.1416295
- BONENFANT, Y. (2010). Queer listening to queer vocal timbres [en línea]. *Performance Research*, 15(3), 74-80. [Consulta 11 octubre 2016]. Disponible en DOI:10.1080/13528165.2010.527210
- BONET, M. (2017). Every Window of Opportunity Needs a Frame to Support It. DAB in Spain: Analog Matters [en línea]. *Journal of Radio & Audio Media*, 24(1), 61-76. [Consulta 25 enero 2018]. Disponible en DOI:10.1080/19376529.2017.1297151
- BOSQUE, I. (2012). Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer [en línea]. [Consulta 14 febrero 2017]. Disponible en [https://www.rae.es/sites/default/files/Bosque\\_sexismo\\_linguistico.pdf](https://www.rae.es/sites/default/files/Bosque_sexismo_linguistico.pdf)
- BOURDIEU, P. (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- BOURDIEU, P. (1999). *Meditaciones Pascalianas*. Barcelona: Anagrama.
- BOURDIEU, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- BRUNS, A. (2015). Making sense of society through social media [en línea]. *Social Media+ Society*, 1(1). [Consulta 20 diciembre 2016]. Disponible en doi: 10.1177/2056305115578679. ISSN 2056-3051.
- BURIN, M. & MELER, I. (1998). *Género y familia. Poder, amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*. Buenos Aires: Ed. Paidós. ISSN 2256-5493.

- BURKE, L. E. C. A. (2015). Exploiting the Qualitative Potential of Q Methodology in a Post-Colonial Critical Discourse Analysis [en línea]. *International Journal of Qualitative Methods*, 14(1), 65-79. [Consulta 22 mayo 2017]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/160940691501400107>
- BURKLE BONECCHI, M. (1997-1998). La tecnología las ha olvidado: mujeres del Tercer Mundo y nuevas tecnologías de comunicación [en línea]. en *Razón y Palabra*, 9(2). [Consulta 28 julio 2015]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n9/lasam.htm>
- BUSTAMANTE, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España*. Madrid: Gedisa.
- BUSTOS, I. (1995). *Tratamiento de los problemas de la voz: nuevos enfoques*. Madrid: CEPE, SL.
- BUTLER, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del "sexo"*. Buenos Aires: Paidós. Trad. Alcira Bixio.
- BUTLER, J. (2004). *Lenguaje, poder e identidad*. Madrid: Editorial Síntesis. Trad.: Javier Sáez y Beatriz Preciado. ISBN 8497561775.
- BUTLER, J. (2006). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós. Trad.: Patricia Soley Beltrán.
- BUTLER, J. (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós. Trad.: María Antonia Muñoz.
- CABALLO, V.E. (2002). *Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales*. Madrid: S.XXI. 5ª edición.
- CABELLO, F. (2010). *Manual de sexología y terapia sexual*. Madrid: Editorial Síntesis.
- CALA, M. J. y TRIGO, E. (2004). Metodología y procedimiento de análisis. En E. Barberá e I. Martínez Benlloch (coords.). *Psicología y género*. Madrid: Pearson Educación. Pp.81-106.
- CALCERRADA GUTIÉRREZ, M. (2016). Identidad de género: concepciones tradicionales y nuevas propuestas para su comprensión en la diversidad y complejidad contemporánea [en línea]. *Revista Sexología Y Sociedad*, 21(2), 269-280. [Consulta 20 diciembre 2016]. Disponible en <http://revsexologiaysociedad.sld.cu/index.php/sexologiaysociedad/article/view/55/588>
- CALERO FERNÁNDEZ, M. A. (1999). *Sexismo lingüístico. Análisis y propuestas ante la discriminación sexual en el lenguaje*. Madrid: Narcea.

- CALERO, M. L. (1999). Del silencio al lenguaje (Perspectiva desde la otra orilla) [en línea]. *Cuadernos de educación no sexista. En femenino y en masculino*, (8), 6-11. [Consulta 21 septiembre 2016]. Disponible en <http://www.inmujer.gob.es/ca/areasTematicas/educacion/publicaciones/serieEducacNoSexista/docs/enfemenino.pdf#page=6>
- CALLEJO GALLEGO, J. (2002). Observación, entrevista y grupo de discusión: el silencio de tres prácticas de investigación [en línea]. *Revista Española de Salud Pública. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad*, 76(5), [Consulta 3 marzo 2017]. Disponible en <http://scielo.isciii.es/pdf/resp/v76n5/colabora3.pdf>
- CALLEJO, J. (2001). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel.
- CALSAMIGLIA, H. & TUSÓN, A. (2001). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- CALVO ORTEGA, E. (2014). La representación de la mujer y los roles de género en los informativos deportivos de televisión [en línea]. *Fonseca: Journal of Communication*, 8(1),111-129, [Consulta 19 junio 2017]. Disponible en <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/11814>
- CAMORS, J. (2009). Educación No Formal. Política educativa del MEC 2005 – 2009. En M. Morales (comp.). *III. Educación no formal. Aportes para la elaboración de propuestas de políticas educativas*. Montevideo: UNESCO. Pp. 23-38.
- CANAL HISTORIA (2019). Perfiles. Margaret Thatcher [en línea]. [Consulta 25 enero 2017] Disponible en [https://canalhistoria.es/perfiles/margaret-thatcher/?cli\\_action=1564832408.733](https://canalhistoria.es/perfiles/margaret-thatcher/?cli_action=1564832408.733)
- CARDIN, A. (1984). *Guerreros, chamanes y travestís. Indicios de homosexualidad entre los exóticos*. Barcelona: Tusquets.
- CARRANZA ROJAS, K. (2015). La neutralidad lingüística del sistema penitenciario costarricense: ¿Omisión o discriminación de género? [en línea]. *Revista Costarricense de Trabajo Social*, 26, 53-66. [Consulta 2 mayo 2016]. Disponible en <http://revista.trabajosocial.or.cr/index.php/revista/article/view/301/327>
- CARRATALÁ SIMÓN, A. (2011a). La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio [en línea]. *Miguel Hernández Communication Journal*, 2, 155-172. [Consulta 2 marzo 2016]. Disponible en <http://roderic.uv.es/handle/10550/44099>
- CARRATALÁ SIMÓN, A. (2011b). ¿Smail o Cristina? Desigualdad e identidad transexual en el discurso periodístico [en línea]. *ZER*, 16(31), 183-201. [Consulta 18 junio 2016]. Disponible en <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/4837>. ISSN 1137-1102.

- CARRILLO, J. (2004). Entrevista a Beatriz Preciado [en línea]. *Desacuerdos. Sobre arte, políticas y esfera pública en el Estado español*, 2, 243-261. [Consulta 25 octubre 2018]. Disponible en [https://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/revista/pdf/des\\_c02.pdf](https://www.museoreinasofia.es/sites/default/files/revista/pdf/des_c02.pdf)
- CARROBLES ISABEL, J. A. (1985). Variaciones y ofensas sexuales. En J. A. Carrobles. *Análisis y modificación de la conducta II*. Madrid: UNED. Pp 541-572. ISBN 84-362-1928-7.
- CASADO RAMOS, A. M. (2014). La cara auditiva: El reconocimiento de las personas a través de la voz [en línea]. *Ciencia Cognitiva*, 8(1), 22-24. [Consulta 21 mayo 2016]. Disponible en <http://medina-psicologia.ugr.es/~cienciacognitiva/files/2014-3.pdf>
- CASADO, J. C. (2017). Clínica otorrinolaringológica [en línea]. [Consulta 20 diciembre 2017]. Disponible en <https://cirugiafeminizacionvoz.com/#>
- CASADO, J. C., O'CONNOR, C., ANGULO & M. S., ADRIÁN, J. A. (2016). *Wendler Glottoplasty and Voice- Therapy in Male to Female Transsexuals: Results in Pre and Post Surgery Assessment* [en línea]. *Acta Otorrinolaringológica Española*. 67(2), 83-92. [Consulta 20 diciembre 2017]. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2173573516000296>
- CASTAÑÓN RODRÍGUEZ, J. (2009). Mujer y deporte. Evolución de la presencia femenina en el fútbol español. En A. M. Tauste (dir.). *De igualdad y diferencias: Diez estudios de género*. Madrid: Huerga y Fierro. Pp. 167-200.
- CASTELLS, M.(2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society [en línea]. *International Journal of Communication*, 1(1),238-266. [Consulta 3 febrero 2016]. Disponible en: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/46/35>. ISSN 1932-8036.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales: radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo*. Madrid: Ciencia.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1994). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis.
- CECI, S. J. (2017). Women in Academic Science: Experimental Findings From Hiring Studies [en línea]. *Educational Psychologist*, 0(0), 1-20. [Consulta 15 diciembre 2017]. Disponible en DOI: 10.1080/00461520.2017.1396462
- CGPJ. CONSEJO GENERAL DEL PODER JUDICIAL. (2015). *Informe sobre la estructura de la carrera judicial 2015* [en línea]. [Consulta 5 marzo 2016]. Disponible en <http://www.ifuturo.org/informe-sobre-la-estructura-de-la-carrera-judicial-2015>
- CHAHER, S. & SANTORO, S. (2010). *Las palabras tienen sexo*. Buenos Aires: Artemisa Comunicación.



- CHAN, L. S. (2017). Ambivalence in networked intimacy: Observations from gay men using mobile dating apps [en línea]. *New Media & Society*, 19, 1-16. [Consulta 5 marzo 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1461444817727156>
- CHOMSKY, N. & RAMONET, I. (2001). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- CHOZA ARMENTA, J. (1.991). *Antropología de la sexualidad*. Madrid: Ed. Rialp.
- CISZEK, E. L. (2017). Activist strategic communication for social change: A transnational case study of lesbian, gay, bisexual, and transgender activism [en línea]. *Journal of Communication*, 67(5), 702-718. [Consulta 12 enero 2018]. Disponible en doi:10.1111/jcom.12319
- CLARE, A. (2.002). *Hombres. La masculinidad en crisis*. Madrid: Santillana.
- COE, K., BRUCE, J. B. & RATCLIFF, C. L. (2017). Presidential Communication About Marginalized Groups: Applying a New Analytic Framework in the Context of the LGBT Community [en línea]. *Journal of Communication*, 67 (6), 851-873. [Consulta 4 enero 2019]. Disponible en doi:10.1111/jcom.12335
- COGAM (2017). Guía y recurso para educadores [en línea]. [Consulta 12 febrero 2019]. Disponible en <http://www.cogam.es/guias-y-recursos-para-educadores/>
- COLEMAN, H. & UNRAU, Y. A. (2005). Analyzing qualitative data. Social work research and evaluation. En R. M. Grinnell & Y. A. Unrau (eds.). *Social work: Research and evaluation. Quantitative and qualitative approaches* (7a. ed.). Nueva York: Oxford University Press. Pp. 403-420.
- COLL-PLANAS, G., & CRUELLS, M. (2013). La puesta en práctica de la interseccionalidad política: el caso de las políticas LGTB en Cataluña [en línea]. *Revista Española de Ciencia Política*, 0(31), 153-172. [Consulta 21 julio 2016]. Disponible en <https://recyt.fecyt.es/index.php/recp/article/view/37578/21095>
- COMAS D'ARGEMIR, D. (2009). Las mujeres en los informativos de televisión [en línea]. *Quaderns del Cat*, 33, 97-108. [Consulta 3 febrero 2016]. Disponible en [http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q33\\_Comas\\_ES.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q33_Comas_ES.pdf)
- CONSALVO, M. (2006). Gender and new media. En B. J. Dow & J. T. Wood (eds.) *The SAGE handbook of gender and communication*. Thousand Oaks, CA: Sage. Pp. 355-369.
- CONSTANSIS, A. N. (2013). The Female-to-Male (FTM) Singing Voice and its Interaction with Queer Theory: Roles and Interdependency [en línea]. *Transposition. Musique et Sciences Sociales*, (3). [Consulta 20 diciembre 2017]. Disponible en <http://journals.openedition.org/transposition/353>
- COOK, R. J. & CUSAK, S. (2009). *Estereotipos de Género. Perspectivas Legales Transnacionales*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. Trad.: Andrea Parra.

- COOMBS, PH. H., PROSSER, R. C. & AHMED, M. (1973). *New Paths To Learning for Rural Children and Youth*. New York: International Council for Educational Development for UNICEF.
- COOPER, K. M., & BROWNELL, S. E. (2016). Coming out in class: Challenges and benefits of active learning in a biology classroom for LGBTQIA students [en línea]. *CBE-Life Sciences Education*, 15(3). [Consulta 21 septiembre 2017]. Disponible en Doi: 10.1187/cbe.16-01-0074
- COPE (2019a). Historia de COPE: el origen y el éxito de una radio comprometida y humana [en línea]. [Consulta 5 mayo 2019]. Disponible en [https://www.cope.es/actualidad/sociedad/noticias/historia-cope-origen-exito-una-radio-comprometida-humana-20180417\\_197836](https://www.cope.es/actualidad/sociedad/noticias/historia-cope-origen-exito-una-radio-comprometida-humana-20180417_197836)
- COPE (2019b). Ideario [en línea]. [Consulta 8 junio 2019]. Disponible en <https://www.cope.es/pagina/ideario>
- CORNEAU, G. (1989). *Péremanquant, fils manqué. Que sont les hommesdevenus?*. Québec: Les éditions de l'homme.
- CORREA, R.I., GUZMÁN, M.D. & AGUADED, J.I. (2000). *La mujer invisible. Una lectura disidente de los mensajes publicitarios*. Huelva: Grupo Comunicar Ediciones. ISBN 8492021896.
- CORSI, J. & BONINO MÉNDEZ, L. (2003). Violencia y género. La construcción de la masculinidad como factor de riesgo. En J. Corsi y G. María Peyrú (coord.) *Violencias sociales*. Barcelona: Ariel. Pp. 117-138. ISBN 84-344-7474-3.
- CRESWELL, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative Research*. 4ª. ed. Boston: Pearson Education Inc.
- CRESWELL, J. W. (2014). *Research Design. Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4ª ed. Los Angeles: SAGE.
- CRUZ, J. (2018). ¿Qué pasa con la R de RTVE? [en línea]. [Consulta 23 marzo 2018]. Disponible en [https://elpais.com/politica/2018/07/31/actualidad/1533068094\\_413076.html](https://elpais.com/politica/2018/07/31/actualidad/1533068094_413076.html)
- CUADRADO ESCLÁPEZ, T. (2008). *La enseñanza que no se ve. La educación informal en el siglo XXI*. Madrid: Ed. Narcea.
- CUÉLLAR, M. J. & FRANCOS CAL, M. (2008). *Expresión y comunicación corporal para la educación, recreación y calidad de vida*. Sevilla: Wanceulen editorial deportiva, S. L. ISBN 978-84-9823-229-5.



- DE GREGORIO GODEO, E. (2003). El análisis crítico del discurso como herramienta para el examen de la construcción discursiva de las identidades de género [en línea]. *Interlingüística*, 14, 497-512. [Consulta 20 octubre 2016]. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=918726>
- DE SANTIAGO GUERVÓS, J. (2005). *Principios de comunicación persuasiva*. Madrid: Arco Libros, S. L.
- DE TORRES RAMÍREZ, I. & TORRES SALINAS, D. (2005). Tesis doctorales sobre Estudios de las Mujeres en España (1976-2002): A propósito de un indicador definitivo en investigación [en línea]. *Revista Española de documentación científica*. 28(4), 479-499. [Consulta 3 marzo 2017]. Disponible en doi:<http://dx.doi.org/10.3989/redc.2005.v28.i4.176>
- DELGADO, M. (2007). *Sociedades movedizas. Pasos hacia una antropología de las calles*. Barcelona: Anagrama.
- DEVOR, H. D. (1989). *Gender blending: Confronting the limits of duality*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press. ISBN 0-253-20533-6.
- DI MARCO, G. (2005). Relaciones de género y de autoridad. En G. Di Marco (coord.) *Democratización de las familias*. Pp. 53-68.
- DÍAZ HORMIGO, M. T. (2018). Repercusiones y vigencia del uso de las propuestas para evitar la denominada ‘discriminación lingüística por razón de sexo’. En *Actas do XIII Congreso Internacional de Lingüística Xeral: Vigo, 13-15 de xuño de 2018*. Universidade de Vigo. Pp. 267-274.
- DUFFY, B.E. & SCHWARTZ, B. (2017). Digital “women’s work?”: Job recruitment ads and the feminization of social media employment [en línea]. *New Media & Society*, 19. [Consulta 3 junio 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1461444817738237>
- DURÁN LÓPEZ, M. A. (1996). *Mujer y modalidades del saber en la Grecia Antigua*, En M. I. Calero Secall y R. Francia Somalo (coord.). *Saber vivir: Mujer, Antigüedad y Medieval*. Málaga: Servicio Publicaciones Univ. Málaga. Pp. 43-66.
- DURÁN MANSO, V. (2015). La nueva masculinidad en los personajes homosexuales de la ficción seriada española: de ‘Cuéntame’ a ‘Sexo en Chueca’ [en línea]. *Área Abierta. Revista De Comunicación Audiovisual Y Publicitaria*, 15(1), 63-75. [Consulta 29 mayo 2016]. Disponible en doi:[10.5209/rev\\_ARAB.2015.v15.n1.47596](https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2015.v15.n1.47596)
- DURANDIN, G., (1993). *La información, la desinformación, la realidad*. Barcelona: Paidós.
- DUVERGER, M. (1996). *Método de las Ciencias Sociales*. Barcelona: Ariel Sociología.

- EAGLES (1996). *Text Corpora Working Group Reading Guide*. Expert Advisory Group on Language Engineering EAG-TCWG-FR-2. [en línea]. [Consulta 20 noviembre 2016]. Disponible en <http://www.ilc.cnr.it/EAGLES96/corpintr/node13.html#SECTION00040000000000000000>
- EAGLETON, T. & BOURDIEU, P. (2003). Doxa y vida cotidiana: Una entrevista. En: S. Zizek (comp.). *Ideología: Un mapa de la cuestión*. México: FCE. Pp. 295-308. Trad.: Pablo Pevre.
- EAGLY, A. H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- ERLANDSON, D. A., HARRIS, E. L., SKIPPER, B. L. & ALLEN, S.D. (1993). *Doing naturalistic inquiry: A guide to methods*. CA: Sage.
- ESCANDELL VIDAL, M. V. (1996). *Introducción a la pragmática*. Barcelona: Editorial Ariel, S. A.
- ESPINOSA I MIRABET, S. (2011). Las primeras locutoras y la historia de la radio. El caso de Cataluña, 1924-1939 [en línea]. *Zer*, 16(31), 109-127. [Consulta 18 enero 2017]. Disponible en <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/4829/4699>
- ESTEVE, J.M. (2003). *La tercer revolución. La educación en la sociedad del conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- EVANS, S. K. (2016). Staying Ahead of the Digital Tsunami: The Contributions of an Organizational Communication Approach to Journalism in the Information Age [en línea]. *Journal of Communication*, 66(1), 280–298. [Consulta 21 marzo 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1111/jcom.12217>
- FAIRCLOUGH, N. & WODAK, R. (2000). Análisis crítico del discurso. En T. A. VanDijk (comp.). *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa. Pp. 367-404.
- FAIRCLOUGH, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge: Polity Press.
- FAIRCLOUGH, N. (1995). *Critical Discourse Analysis. The Critical Study of Language*. Londres: Longman.
- FASOLI, F., MAZZUREGA, M., & SULPIZIO, S. (2017). When characters impact on dubbing: the role of sexual stereotypes on voice actor/actress' preferences [en línea]. *Media Psychology*, 20(3), 450-476. [Consulta 21 mayo 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1202840>
- FAUS, A. (1981). *La radio: introducción a un medio desconocido*. Madrid: Latina Universitaria.

- FAUTEUX, B. (2017). 'Songs You Need to Hear': Public radio partnerships and the mobility of national music [en línea]. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 15(1), 47-63. [Consulta 13 febrero 2018]. Disponible doi: 10.1386/rjao.15.1.47\_1
- FELTHAM-KING, T. & MACLEOD, C. (2016). How content analysis may complement and extend the insights of discourse analysis: an example of research on constructions of abortion in South African newspapers 1978–2005 [en línea]. *International journal of qualitative methods*, 15(1). [Consulta 9 marzo 2017]. Disponible en doi: 10.1177/1609406915624575
- FERNÁNDEZ GARCÍA, F. (2003). *Así son las cosas: Análisis del discurso informativo en televisión*. Jaén: Universidad de Jaén.
- FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, D. (2007). From Theory to Method: A methodological approach within critical discourse analysis [en línea]. *Critical Discourse Studies*, 4(2), 125-140. [Consulta 12 abril 2015]. Disponible en <http://dx.doi.org/10.1080/17405900701464790>
- FERNÁNDEZ SANDE, M. (2005). *Los orígenes de la radio en España. I. Historia de Radio Ibérica (1916-1925)*. Madrid: Fragua.
- FERNÁNDEZ SANDE, M. & PEINADO MIGUEL, F. (2012). La empresa radiofónica actual. En J. I. Gallego Pérez y M. T. García Leiva. *Sintonizando el futuro. Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Madrid: Instituto RTVE. Pp. 29-60.
- FERNÁNDEZ, J. (2003). Los cuerpos del feminismo. En D. Maffía (comp.) *Sexualidades migrantes. Sexo y transgénero*. Buenos Aires: Feminaria Editorial. Pp. 138-153. ISBN 9879143051.
- FERNÁNDEZ, P. D. (2018). Aproximación al origen de la COPE: la radio parroquial en Sevilla [en línea]. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (40), 168-176. [Consulta 9 marzo 2019]. Disponible en <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2018.i40.21>
- FERRARI, M., & MAHALINGAM, R. (2010). Personal cognitive development and its implications for teaching and learning [en línea]. *Educational Psychologist*, 33(1), 35-44. [Consulta 3 septiembre 2016]. Disponible en [http://dx.doi.org/10.1207/s15326985ep3301\\_3](http://dx.doi.org/10.1207/s15326985ep3301_3)
- FIERRO, A. (2003). Representaciones de género en un programa radial juvenil: el caso de El Gallo, de Radioactiva [en línea]. *Signo Y Pensamiento*, 22(43), 120-136. [Consulta 14 marzo 2018]. Disponible en <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5190>
- FIRST, A. (2016). Common Sense, Good Sense, and Commercial Television [en línea]. *International Journal of Communication*, 10 (1), 530–548 [20 octubre 2018]. Disponible en <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3551/1550> 2017-05-04

- FLYVBJERG, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research [en línea]. *Qualitative inquiry*, 12(2), 219-245. California: SAGE. [Consulta 18 marzo 2017]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1077800405284363>
- FORSSLUND, T. (2014). Young radio listeners' creative mental interaction and co-production [en línea]. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 12(1-2), 125-139. [Consulta 26 abril 2016]. Disponible en doi: 10.1386/rjao.12.1-2.125\_1
- FOUCAULT, M. (1982). *Historia de la sexualidad I, La voluntad del saber*. México: Siglo XXI. Trad.: Ulises Guinázú.
- FOUCAULT, M. (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets. Trad.: Alberto González.
- FOWLER, R., HODGE, B., KRESS, G. & TREW, T. (1983). *Lenguaje y control*. México: Fondo de Cultura Económica. Trad.: Valente Reyes.
- FRANQUET, R. & ARIAS, M.A. (1991). *La mujer, sujeto y objeto de la información radiotelevisiva. Síntesis de estudios e investigaciones del Instituto de la mujer (1990-1994)*. Madrid: Instituto de la mujer.
- FREEMAN, R. & MCELHINNY, B. (2006). Language and gender. En S. Lee McKey & Nancy H. Hornberger (eds.). *Sociolinguistics and language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press. Pp. 218-280. 11ª ed. ISBN 13-978-0-521-48434-3.
- FRIESEN, N. (2011). The lecture as a transmedial pedagogical form: A historical analysis [en línea]. *Educational researcher*, 40(3), 95-102. [Consulta 7 abril 2018]. Disponible en DOI: 10.3102/0013189X11404603
- FUENTES RODRÍGUEZ, C. & ALCAIDE LARA, E. R. (2002). *Mecanismos lingüísticos de la persuasión*. Madrid: Arcos Libros, S. L.
- GALÁN ARRIBAS, R. & HERRERO GUTIÉRREZ, F. J. (2017). La radio española en el contexto de la convergencia. Análisis de los programas de Onda Cero y Cadena SER creados para ser consumidos exclusivamente online [en línea]. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4(7), 46-67. [Consulta 25 septiembre 2018]. Disponible en <http://www.revistaaic.eu/index.php/raaic/article/view/79>
- GALEANO, M. E. (2004). *Estrategias de investigación social cualitativa: El giro en la mirada*. Colombia: La Carreta.
- GALLAGHER, M. (2012). Los derechos humanos y a comunicar de las mujeres, En A. Vega Montiel (coord.). *Comunicación y Derechos Humanos*. México: UNAM. Pp. 87-94.

- GALLEGO AYALA, J. (2003). Gender Stereotyping in the Production of Daily Newspaper [en línea]. *Communication & Society*, 16(2), 49-66. [Consulta 4 marzo 2016]. Disponible en [https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=99](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=99)
- GALLEGO AYALA, J., ALTÉS, E., MELÚS, M. A., SORIANO, J. & CANTÓN GÓMEZ, M. J. (2002). La prensa diaria por dentro: mecanismos de transmisión de estereotipos de género en la prensa de información general [en línea]. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 28, 225-242. [Consulta 28 octubre 2017]. Disponible en <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15110>
- GALLEGO PÉREZ, J. I. (2010). *Podcasting: distribución de contenidos sonoros y nuevas formas de negocio en la empresa radiofónica española*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense. [Consulta 25 mayo 2017]. Disponible en <http://eprints.ucm.es/11205/>
- GALLEGO, C. (2006). Judith Butler. Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo [en línea]. *Revista Clepsydra*, 5, 226-227. [Consulta 27 junio 2017]. Disponible en <http://publica.webs.ull.es/publicaciones/volumen/clepsydra-volumen-5-2006/>
- GALLEGO, J., DEL RÍO, O. & SERRA, G. (1993) *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes a Catalunya*. Barcelona: Institut Català de la Dona.
- GAMSON, J. (2002). ¿Deben autodestruirse los movimientos identitarios? Un extraño dilema. En R. M. Mérida Jiménez (ed.). *Sexualidades transgresoras. Una antología de los estudios queer*. Barcelona: Incaria Editorial. Pp. 141-172.
- GARCÍA CARRASCO, J. (2005). Educación informal de personas adultas en culturas orales, lectoescritoras e informacionales [en línea]. *Revista de Educación Ministerio de Educación y Ciencia*, 338, 23-44. [Consulta 4 mayo 2017]. Disponible en <http://www.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:aafad834-6d6b-4469-82cc-f93e2886f2b7/re338-pdf.pdf>
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M. L. & GARCÍA DE LEÓN, M. A. (2002). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS.
- GARCÍA MESEGUER, A. (1994). *Es sexista la lengua española?: Una investigación sobre el género gramatical*. Madrid: Editorial Paidós.
- GARCÍA MESSEGUER, A. (2001). ¿Es sexista la lengua española? [en línea]. *Panacea@*, 2(3), 20-34. [Consulta 7 febrero 2017]. Disponible en <http://www.medtrad.org/panacea/PanaceaPDFs/Marzo2001.htm>
- GARCÍA MOLINA, J. (2009). Aportaciones de la Pedagogía Social a la Educación No Formal. En Marcelo Morales (comp.). *III. Educación no formal. Aportes para la elaboración de propuestas de políticas educativas*. Montevideo: UNESCO. Pp. 65-88.

- GARCÍA, J. (2014). *La esposa de Pujol y tres de sus hijos declararon 12 millones en 2013* [en línea]. El País, 16 de diciembre. [Consulta 21 mayo 2017]. Disponible en <https://elpais.com/hemeroteca/elpais/2014/12/16/m/portada.html>
- GARCÍA, J. (2015). *Las 12 respuestas clave de Pujol* [en línea]. El País, 28 de enero. [Consulta 21 mayo 2017]. Disponible en [https://elpais.com/ccaa/2015/01/28/catalunya/1422432211\\_452350.html](https://elpais.com/ccaa/2015/01/28/catalunya/1422432211_452350.html)
- GAREA, F. (2014). *La nueva Fiscal General del Estado, buena jurista y opuesta al aborto* [en línea]. El País, 20 de diciembre. [Consulta 21 enero 2017]. Disponible en [http://politica.elpais.com/politica/2014/12/19/actualidad/1419024462\\_446140.html](http://politica.elpais.com/politica/2014/12/19/actualidad/1419024462_446140.html).
- GHIGLIONE, R. & MATALON, B (1978). *Les enquêtes sociologiques. Théorie et Pratique*. París: Armand Colin Editeurs.
- GIL BENÍTEZ, E.M. (2015). La publicidad radiofónica en la programación de las distintas franjas horarias: Reflexiones desde la perspectiva de género [en línea]. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 64. [Consulta 6 junio 2017]. Disponible en <http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/egbenitez.pdf>
- GIL CALVO, E. (2006). *Máscaras masculinas: Héroes, patriarcas y monstruos*. Madrid: Anagrama.
- GIL CALVO, E. (2008). Representaciones sociales de la masculinidad y la feminidad [en línea]. *Anuario de Sexología*, 10(1), 125-138. [Consulta 8 febrero 2017]. Disponible en <http://www.aeps.es/wp-content/plugins/mycore/files/anuario-10-2008.pdf>
- GILL, R. (1991). *Ideology and popular radio: a discourse analytic examination of disc jockeys' talk*. Tesis doctoral. London: Loughborough University. [Consulta 9 octubre 2017]. Disponible en <https://dspace.lboro.ac.uk/2134/7309>
- GIMENO, B. (2008). *La construcción de la lesbiana perversa*. Barcelona: Gedisa.
- GLAAD (2015). Network Responsibility Index [en línea]. Los Angeles: GLAAD. [Consulta 3 febrero 2016]. Disponible en <https://www.glaad.org/nri2015>
- GOFFMAN, E. (1981). *Forms of Talk*. Oxford: Basil Blackwell. ISBN 0-8122-7790-2.
- GOMES-FRANCO E SILVA, F., COLUSSI, J. & ROCHA, P.M. (2018). WhatsApp as a Tool for Participation on Spanish Radio: A Preliminary Study of the Program Las Mañanas on RNE [en línea]. *Journal of Radio & Audio Media*, 25(1), 77-91. [Consulta 6 enero 2019]. Disponible en DOI: 10.1080/19376529.2017.1370712



- GÓMEZ GARCÍA, S. & GIL GASCÓN, F. (2010). Al oído de las mujeres españolas. Las emisiones femeninas de Radio Nacional de España durante el primer franquismo (1937-1959) [en línea]. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 16, 131-143. [Consulta 6 julio 2017]. Disponible en doi:10.5209/rev\_ESMP.2010.v16.12225
- GÓMEZ GARCÍA, S. & GIL GASCÓN, F. (2018). Los ritos radiofónicos de Radio Nacional de España durante el primer franquismo: 18 de julio, 1 de octubre y 1 de abril [en línea]. *Investigaciones Históricas, época moderna y contemporánea*, 38, 429-450. [Consulta 3 febrero 2019]. Disponible endoi:10.5209/rev\_ESMP.2010.v16.12225
- GÓMEZ GIL, E., ESTEVA DE ANTONIO I. & BERGERO MIGUEL, T. (2006). La transexualidad, transexualismo o trastorno de identidad de género en el adulto: Concepto y características básicas [en línea]. *Cuadernos de Medicina Psicosomática y Psiquiatría de Enlace*, 78, 7-12. [Consulta 3 abril 2017]. Disponible en <http://www.cuadernosdemedicina.com/download.php?idart=241>
- GOMIS, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- GONZÁLEZ CONDE, M. J. (2008). *La radio. El sonido de la supervivencia*. Madrid: Editorial Universitas.
- GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, A. (2017). Estudio del lenguaje sexista en los medios de comunicación a través de big data [en línea]. *Pragmalingüística*, 0(25), 211-231. [Consulta 26 diciembre 2017]. Disponible en <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/article/view/3452>
- GRADDOL, D. & SWANN, J. (1989). *Gender Voices*. Oxford: Basil Blackwell.
- GRAZIANI, F. (1997). Lengua y subjetividad femenina. En A. M<sup>a</sup>. Piussi. *La educación lingüística. Trayectorias y mediaciones femeninas*. Barcelona: Icaria. Pp. 35-44. Trad.: Belén Garí.
- GRECO, L. (2012). Production, circulation and deconstruction of gender norms in LGBTQ speech practices [en línea]. *Discourse Studies*, 14(5), 567-585. [Consulta 3 noviembre 2016]. Disponible en DOI: 10.1177/1461445612452229
- GRICE, H. P. (1991). Lógica y conversación. En L. Valdés Villanueva (comp.). *La búsqueda del significado: Lecturas de filosofía del lenguaje*. Madrid: Tecnos. Pp. 551-530.
- GRIJELMO, A. (2007). *La seducción de las palabras*. Madrid: Santillana.
- GROSS, L. (2001). *Up from invisibility: Lesbians, gay men, and the media in America*. New York: Columbia University Press.
- GUASCH, O. (1995). *La sociedad rosa*. Barcelona: Anagrama.

- GUASCH, O. (2006). *Héroes, científicos, heterosexuales y gays. Los varones en perspectiva de género*. Barcelona: Ed. Bellaterra.
- GUBERN, R. (1988). *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.
- GUIL BOZAL, A. (1998). El papel de los arquetipos en los actuales estereotipos de la mujer [en línea]. *Revista Comunicar*, 12, 95-100. [Consulta 8 marzo 2016]. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801214>
- GUTIÉRREZ ORDÓÑEZ, S. (1997). *Temas, remas, focos, tópicos y comentarios*. Madrid: Arco Libros.
- HAAS, E. & FISCHMAN, G. (2010). Nostalgia, Entrepreneurship, and Redemption: Understanding Prototypes in Higher Education [en línea]. *American Educational Research Journal*, 47(3), 532–562. [Consulta 5 junio 2017]. Disponible en DOI: 10.3102/0002831209359419
- HALLIDAY, M. A. K. (2001). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. Argentina: FCE. Trad.: Jorge Ferreiro Santana.
- HARRIS, M. (1990). *Antropología cultural*. 3ª ed. Madrid: Alianza Editorial. Trad.: Vicente Bordoy y Francisco Revuelta.
- HAUSER, R. (1969). *La sociedad homosexual*. Barcelona: Edicions 62.
- HENDRIKS VETTEHEN, P., TROOST, J., BOERBOOM, L., STEIJAERT, M., & SCHEEPERS, P. (2017). The Relationship Between Media Content Preferences and Political Participation in 25 European Countries: The Moderating Role of Broadband Penetration and Broadband Access [en línea]. *Communication Research* [Consulta 28 septiembre 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/0093650217701033>
- HENDY, D. (2000). *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- HERNÁNDEZ MARTÍNEZ, C. (1999). *Manual de creatividad publicitaria*. Madrid: Síntesis.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R., FERNÁNDEZ COLLADO, C. & BAPTISTA LUCIO, P. (2006). *Metodología de la investigación*. 4ª ed. México DF: McGraw Hill.
- HERRERA, L., CREMADES, R. & LORENZO, O. (2010). Preferencias musicales de los estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria: influencia de la educación formal e informal [en línea]. *Cultura y Educación*, 22(1), 37-51. [Consulta 27 mayo 2017]. Disponible en <https://doi.org/10.1174/113564010790935222>
- HIDALGO TENORIO, E. (2011). Critical discourse analysis, an overview [en línea]. *Nordic Journal of English Studies*, 10(1), 183-210. [Consulta 7 octubre 2017]. Disponible en [ojs.ub.gu.se/ojs/index.php/njes/article/download/658/609](http://ojs.ub.gu.se/ojs/index.php/njes/article/download/658/609)



- HOWES, K. & SHERRIN, N. (1993). *Broadcastingit: An Encyclopaedia of Homosexuality on Film, Radio and TV in the UK 1923-1993*. London: Cassell. [http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6038/1/N%c2%ba%20I\\_pp207\\_225.pdf](http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6038/1/N%c2%ba%20I_pp207_225.pdf). ISSN 1696-019X.
- IBÁÑEZ GRACIA, T. (2003). El giro lingüístico. En L. Iñiguez (coord.). *Análisis del Discurso. Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC. Pp. 21-42.
- IBÁÑEZ, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión, teoría y crítica*. México: Siglo XXI Editores.
- IBÁÑEZ, J. (1986). *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*.
- IBÁÑEZ, J. (2006). Presentación. En M. Canales Cerón (coord. y ed.). *Metodologías de la investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago: LOM. Pp. 11-30.
- INE. (2017) España en cifras 2017 [en línea]. [Consulta 18 enero 2019]. Disponible en [https://www.ine.es/prodyser/espa\\_cifras/2017/index.html#18/z](https://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2017/index.html#18/z)
- JIMÉNEZ ARDÓN, O. (1993). *¿Cómo hacer análisis ideológico? Propuesta metodológica de análisis ideológico de los discursos del presidente Lic. Rafael Angel Calderón Fournier a la Asamblea Legislativa, mayo 1990-1992*. 1ª ed. San José de Costa Rica: Centro de Estudios y Publicaciones Alforja.
- JOHNSON, P. W. & KEITH, M. C. (2014). *Queer Airwaves: The Story of Gay and Lesbian Broadcasting [en línea]*. Routledge. [Consulta 30 marzo 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.4324/9781315701325> eBook ISBN 9781317461517.
- JONES, D. E. (2006). La comunicación en el escaparate [en línea]. *Tendencias*, 6, 447-456 [Consulta 7 febrero 2016]. Disponible en <http://www.infoamerica.org/TENDENCIAS/tendencias/tendencias06/pdfs/45.pdf>
- JØRGENSEN, M. W. & PHILLIPS, L. J. (2002). *Discourse analysis as theory and method*. London: Sage.
- JULIANO, D. (2004) *Excluidas y marginadas. Una introducción antropológica*. Madrid: Feminismos de Cátedra.
- KARPF, A. (2006). *The human voice. The story of a remarkable talent*. London: Bloomsbury Publishing PLC. ISBN-10: 0747576491.
- KELLER, E. F. (1994). El sistema género/ciencia: o ¿es el sexo al género lo que la naturaleza es a la ciencia?. En Centro de Estudios y Documentación (eds.). *La mujer y la ciencia. Cuadernos para el debate*. Madrid: Instituto de la Mujer Ministerio de Asuntos Sociales.

- KIMMERLE, J., MOSKALIUK, J., OEBERST, A. & CRESS, U. (2015). Learning and collective knowledge construction with social media: A process-oriented perspective [en línea]. *Educational Psychologist*, 50(2), 120-137. [Consulta 23 mayo 2016]. Disponible en <https://doi.org/10.1080/00461520.2015.1036273>
- KNAPP, M. L. (1982). *La comunicación no verbal: el cuerpo y el entorno*. Paidós Ibérica. Barcelona.
- KRISTIANSEN, T. M., & GRØNKJÆR, M. (2017). Focus Groups as Social Arenas for the Negotiation of Normativity [en línea]. *International Journal of Qualitative Methods*, 17(1). [Consulta 5 noviembre 2018]. Disponible en DOI: 10.1177/1609406917747393
- KRUEGER, R. A. (1991). *El Grupo de Discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide. ISBN 84-368-0589-5.
- KRZYZANOWSKI, M., (2016). Recontextualisation of neoliberalism and the increasingly conceptual nature of discourse: Challenges for critical discourse studies [en línea]. *Discourse & Society*, 27(3), 308-321. [Consulta 2 abril 2017]. Disponible en doi: 10.1177/0957926516630901
- LA GACETA (2019). *Cuando la radio 'nacional' comenzó a sonar en Salamanca* [en línea]. [Consulta 25 enero 2019]. Disponible en <https://www.lagacetadesalamanca.es/hemeroteca/radio-nacional-comenzo-sonar-salamanca-ITGS258257>
- LABIO, A. (2006). Del estereotipo al amarillismo. Prácticas periodísticas incorrectas en el tratamiento de grupos sociales vulnerables [en línea]. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 33, 31-44 [Consulta 27 enero 2017]. Disponible en <http://hdl.handle.net/11441/29596>
- LACLAU, E. & MOFFEY, C. (2004). *Hegemonía y estrategia socialista*. México DF: FCE.
- LAGARDE Y DE LOS RÍOS, M. (1990). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- LAGO GARABATOS, J. (2000). Lengua y sexismo lingüístico: denuncia de un falso tópico. En M. Serrano Mañe, L. Avendaño Anguita y M. C. Molina Romero (coords.). *La philologie française à la croisée de l'an 2000: panorama linguistique et littéraire. Vol. II*. Granada: Universidad de Granada. Pp. 53-61.
- LANDARROITAJAUREGI, J. (2013). Sexus y genus: la nueva epistemología de los sexos y el viejo paradigma de la cópula. En A. D. García Rojas y F. Cabello Santamaría (eds.). *Actualizaciones en sexología clínica y educativa*. Huelva: Universidad de Huelva Publicaciones. Pp. 127-142.

- LANDAZABAL, M. G. & LARRAIN, E. (2020). Acoso y ciberacoso en adolescentes LGTB: Prevalencia y efectos en la salud mental [en línea]. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (62), 79-90. [Consulta 3 febrero 2020]. Disponible en DOI: <https://doi.org/10.3916/C62-2020-07>
- LAUER, S., MOMSEN, J., OFFERDAHL, E., KRYJEVSKAIA, M., CHRISTENSEN, W. & MONTPLAISIR, L. (2013). Stereotyped: investigating gender in introductory science courses [en línea]. *CBE-Life Sciences Education*, 12(1), 30-38. [Consulta 5 julio 2017]. Disponible en DOI: 10.1187/cbe.12-08-0133
- LA RAZÓN (2010). Veinte años de historia con Onda Cero [en línea]. [Consulta 23 octubre 2019]. Disponible en [https://www.larazon.es/historico/501-veinte-anos-de-historia-con-onda-cero-RLLA\\_RAZON\\_344440/](https://www.larazon.es/historico/501-veinte-anos-de-historia-con-onda-cero-RLLA_RAZON_344440/)
- LE HUCHE, F. & ALLALI, A. (2003). *La voz. Anatomía y fisiología de los órganos de la voz y del habla*. 2ª ed. Barcelona: Masson, SA. Trad.: José Mª de Prado Marcilla.
- LEDERMAN, L. C. (1990). Assessing Educational effectiveness: the focus group interview as a technique for data collection [en línea]. *Communication Education*, 38, 117-127. [Consulta 23 noviembre 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1080/03634529009378794>
- LEGORBURU, J.M. (2007). Luces y sombras del papel de la mujer en la radio española. En P. Fernández Martínez y A. Pedrero González (coords.). *La mujer y la sociedad de la información. ¿Existe un lenguaje sexista?*. Madrid: Editorial Fragua. Pp. 72-82.
- LEVAY, S. (2017). *Gay, straight, and the reason why. The science of the sexual orientation*. Oxford: University Press. 2ª ed.
- LICERAS RUIZ, A.(2006). Medios de comunicación, educación informal y violencia [en línea]. *Comunicar*,(26), 207-214. [Consulta 4 junio 2018]. Disponible en <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=26&articulo=26-2006-32>
- LICERAS RUÍZ, A. (2014). La educación informal de los medios de comunicación y la protección de los menores de la violencia en televisión: historia de un fracaso [en línea]. *Revista Profesorado*,18(2), 353-365. [ Consulta 5 junio 2018]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10481/33528>
- LIPPMANN, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- LLAMAS, R. (1998). *Teoría torcida. Prejuicios y discursos en torno a “la homosexualidad”*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.

- LLISTERRI, J. (2017). *La representación ortográfica de corpus orales* [en línea]. Departament de Filologia Espanyola. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. [Consulta 27 abril 2018]. Disponible en: [http://liceu.uab.cat/~joaquim/language\\_resources/spoken\\_res/Repres\\_ortog\\_c\\_or\\_p\\_oral.html](http://liceu.uab.cat/~joaquim/language_resources/spoken_res/Repres_ortog_c_or_p_oral.html)
- LÓPEZ DE LA CERDA, C. (2007). Ideología, medios de comunicación y género [en línea]. *Comunicación e ciudadanía: revista internacional de xornalismo social*. 1(1), 101-106. [Consulta 7 septiembre 2017]. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/revista/11583/A/2007>
- LÓPEZ DÍEZ, P. (1997). La articulación del discurso femenino en la radio [en línea]. *Razón y palabra*, 9(2). [Consulta 27 mayo 2015]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n9/index.html>
- LÓPEZ DÍEZ, P. (2005). 2º Informe de la investigación: Representación de género en los informativos de radio y televisión [en línea]. Madrid: Instituto de la Mujer e IORTV. [Consulta 2 mayo 2016]. Disponible en [https://www.nodo50.org/ameco/SegundoInforme\\_IORTVE.pdf](https://www.nodo50.org/ameco/SegundoInforme_IORTVE.pdf)
- LÓPEZ OJEDA, E. (2006). Análisis sociolingüístico: pautas de observación y análisis del sexismo. Los materiales educativos [en línea]. *Revista Interlingüística*, 17, 630-639. [Consulta 23 junio 2017]. Disponible en <https://estudiosinterlinguisticos.com/numero-17/>
- LÓPEZ VIDALES, N. & GÓMEZ RUBIO, L. (2014). Nuevos hábitos de los jóvenes españoles y tendencias de futuro en el consumo de radio y televisión [en línea]. *Historia y Comunicación Social*, 19, 327-340. [Consulta 27 junio 2018]. Disponible en [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2014.v19.45031](http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45031)
- LÓPEZ-FERRERO, C. & BACH, C. (2016). Discourse analysis of statements of purpose: Connecting academic and professional genres [en línea]. *Discourse Studies*, 18(3), 286-310. [Consulta 7 octubre 2017]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1461445616634553>
- LÓPEZ-GUIMERA, G., LEVINE, M. P., SÁNCHEZ-CARRACEDO, D., & FAUQUET, J. (2010). Influence of mass media on body image and eating disordered attitudes and behaviors in females: A review of effects and processes [en línea]. *Media Psychology*, 13(4), 387-416 [Consulta 8 mayo 2018]. Disponible en 10.1080/15213269.2010.525737
- LORENTE, R. (2001). Mujer periodista en la era de las nuevas tecnologías de la información. En *Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje*. España: Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO). Pp. 129-144.
- LOVIGLIO, J. (2008). Sound effects: Gender, voice and the cultural work of NPR [en línea]. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 5(2-3), 67-81. [Consulta 25 mayo 2018]. Disponible en doi: 10.1386/rajo.5.2&3.67/1

- LOZANO BARTOLOZZI, P. (2006). *El tsunami informativo. Panorama comunicativo del siglo XXI*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- LUCAS, M. (2007). Fundamentos biológicos de la sexualidad. En M. Lucas Matheu y F. Cabello Santamaría. *Introducción a la sexología clínica*. Barcelona: Elsevier España. Pp. 1-42.
- LUENGO, M. (2018). Gender violence: the media, civil society, and the struggle for human rights in Argentina [en línea]. *Media, Culture & Society*, 40(3), 397-414. [Consulta 28 febrero 2019]. Disponible en DOI: 10.1177/0163443717713259
- LUNA, L. (2004). Balance sobre los estudios de las mujeres: perspectivas de futuro. En M. A. Guerrero Villalba y M. J. Nestares Pleguezuelo (eds.). *Sobre mujeres: Economía, historia y sociología*. Almería: Universidad de Almería Servicio de Publicaciones. Pp. 221-234. ISBN 84-8240-675-2.
- MACÍA MERCADÉ, J. M. (2000). *Comunicación persuasiva para la sociedad de la información*. Madrid: Ed. Universitas.
- MACKINNON, C. (1987). *Feminism unmodified: discourses on life and law*. Cambridge: Harvard University Press.
- MAIER, M., ROTHMUND, T., RETZBACH, A., OTTO, L. & BESLEY, J.C. (2014) Informal Learning Through Science Media Usage [en línea]. *Educational Psychologist*, 49(2), 86-103. [Consulta 23 marzo 2018]. Disponible en DOI: 10.1080/00461520.2014.916215
- MARAÑÓN, G. (1929). *Los estadios intersexuales en la especie humana*. Madrid: Morata.
- MARQUET, A. (2001). *¡Que se quede el infinito sin estrellas! La cultura gay al final del milenio*. Azcapotzalco: Universidad Autónoma Metropolitana.
- MARRACO, M. (2014). *Los Pujol ocultaron 12,4 millones en patrimonio y otros 4,1 en renta* [en línea]. *El Mundo*, 16 de diciembre. [Consulta 20 enero 2015]. Disponible en <http://www.elmundo.es/cataluna/2014/12/16/548f6fd9e2704e55668b457a.html>
- MARTELES MARTELES, E. (2006). Notas sobre la historia de las mujeres en la radio española [en línea]. *ARBOR, ciencia, pensamiento y cultura*, 182(720), 455-467. [Consulta 24 octubre 2019]. Disponible en <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewFile/43/43>
- MARTI, J. M. (1990). *Modelos de programación radiofónica*. Barcelona: Feed-Back.
- MARTÍ, J. M. (2004). La programación radiofónica. En M. P. Martínez-Costa y E. Moreno (eds.). *Programación Radiofónica: arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Ariel. Pp. 21-45.

- MARTÍNEZ GARCÍA, A. (2004). La estructuración del género en los lenguajes icónicos. En A. Martínez García (coord.). *Cultura, Lenguaje y traducción desde una perspectiva de género*. Málaga: UMA Servicio de Publicaciones. Pp. 25-66. ISBN 84-9747-053-2.
- MARTÍNEZ-COSTA, M. P., MORENO, E. y AMOEDO, A. (2018). Mapa de la radio online en España: tipología y caracterización en el contexto de los cybermedios [en línea]. *El profesional de la información (EPI)*, 27(4), 849-857. [Consulta 6 mayo 2019]. Disponible en <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2018/jul/14.html>
- MASTERS, W. H., JOHNSON, V. E. & KOLODNY, R. C. (1988). *La Sexualidad Humana*. Barcelona: Editorial Grijalbo.
- MATARESE, M. T. & VAN NIJNATTEN, C. (2015). Making a Case for Client Insistence in Social Work Interaction [en línea]. *Discourse Processes*, 52(8), 670-688. [Consulta 23 junio 2017]. Disponible en doi: 10.1080/0163853X.2014.979974
- MCDOWELL, L. (2000). *Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas*. Madrid: Ed. Cátedra. Trad.: Pepa Linares.
- MEDIAFLOWS (2018). Percepción Ciudadana sobre medios y periodistas relevantes [en línea]. [Consulta 22 diciembre 2019]. Disponible en <http://mediaflows.es/primeros-resultados-de-la-encuesta-sobre-medios-de-comunicacion-y-comunicadores/>
- MEDIAVILLA CALLEJA, M. (1999). Aproximación a un recorrido por el Diccionario de la Real Academia Española: representación de mujeres y hombres. En *En femenino y en masculino (Cuaderno de educación no sexista nº 8)*. Madrid: Instituto de la Mujer. Pp.30-41.
- MEHRABIAN, A. (2017). *Nonverbal communication [en línea]*. New York: Routledge. 1ª edición 1972. [Consulta 5 marzo 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.4324/9781351308724>. ebook ISBN 9781351308717.
- MELERO, A. (2014). La representación de la homosexualidad en el cine de la dictadura franquista [en línea]. *Revista Zer*, 19(36), 189-204. [Consulta 5 julio 2016]. Disponible en <http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/La-representacin-de-la-homosexualidad-en-el-cine-de-la-dictadura-franquista/558>
- MENÉNDEZ, M. I. (2001). Una representación invisible: imagen actual de las mujeres en la información. En *Mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje*. España: Asociación de Mujeres Profesionales de la Comunicación (AMECO). Pp. 77-96.
- MERAYO, A. (2000A). Identidad, sentido y uso de la radio educativa [en línea]. III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Pp. 387-404. Salamanca: Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca. [Consulta 3 septiembre 2017]. Disponible en [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt)



- MERAYO, A. (2000b). *Para entender la radio*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. 2ª ed.
- MERAYO, A. (2002). La construcción del relato informativo radiofónico. En M. P. Martínez-Costa (coord.). *Información radiofónica. Cómo contar noticias en la radio hoy*. Barcelona: Ariel comunicación. Pp. 59-96.
- MERTENS, D. M. (2009). *Research and evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods*. 3a. ed. Thousand Oaks, California: SAGE.
- MILES, M. B., & HUBERMAN, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Los Angeles: SAGE.
- MILLETT, K. (2010). *Política sexual*. Madrid: Cátedra.
- MILTON, J. L. & VON HIPPEL, W. (1996). Stereotypes [en línea]. *Annual Review of Psychology*, 47, 237-271. [Consulta 3 noviembre 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.47.1.237>
- MOLINA, C. (2003). Género y poder desde sus metáforas. Apuntes para una topografía del patriarcado. En S. Tubert (eds.). *Del sexo al género. Los equívocos de un concepto*. Madrid: Cátedra. Pp.123-160.
- MOLINER, M. J. (2007). *Diccionario del uso del español. María Moliner*. 3ª ed. Vol. I y II. Madrid: Gredos.
- MORDUCHOWICZ, R. (2001). *A mí la tele me enseña muchas cosas: la educación en medios para alumnos de sectores populares*. Buenos Aires: Paidós.
- MORENO, M. (2000). *Cómo se enseña a ser niña: el sexismo en la escuela*. Barcelona: Icaria. 3ª ed.
- MORENO SÁNCHEZ, A. & PICHARDO GALÀN, J. I. (2006). Homonormatividad y existencia sexual. Amistades peligrosas entre género y sexualidad [en línea]. *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(1), 143-156. [Consulta 8 mayo 2016]. Disponible en <http://www.uacm.kirj.redalyc.org/articulo.oa?id=62310110>
- MORENO SÁNCHEZ, E. & CORREA GARCÍA, R.I. (2012). De la dominación masculina y demás leyes naturales. En R. Aparici (coord.) *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid: UNED. Pp. 81-94.
- MORENO SARDÁ, A. (1998). *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch.
- MORENO, E. (2004). La radio especializada: las técnicas de programación de la radio de formato cerrado. En M. P. Martínez-Costa y E. Moreno (coords.). *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Ariel comunicación. Pp.101-140.

- MORENO, E. (2005). The “radios” and the models of programming [en línea]. *Communication & Society*, 18(1), 61-111. [Consulta 7 julio 2019]. Disponible en [https://www.unav.es/fcom/communication-society/en/articulo.php?art\\_id=65](https://www.unav.es/fcom/communication-society/en/articulo.php?art_id=65)
- MORENO, E. (2006). La transmisión de modelos sexistas en la escuela. En M. A. Santos Guerra (coord.). *El harén pedagógico. Perspectiva de género en la organización escolar*. Barcelona: Graó. 2ª edición. PP. 11-32.
- MORENO, R. (2006). Does the modality principle hold for different media? A test of the method-affects-learning hypothesis [en línea]. *Journal of Computer Assisted Learning*, 22(3), 149-158. [Consulta 3 diciembre 2016]. Disponible en <https://doi.org/10.1111/j.1365-2729.2006.00170.x>
- MORGAN, D. L. (1996): *Focus groups as qualitative research*. Volumen 16. Portland: Sage Publications.
- MORGAN, E. (1977). *Eva al desnudo*. Buenos Aires: Ed. Vergara.
- MOURELLE DE LEMA, M. (2003). *Ensayo de teoría general de comunicación verbal*. Madrid: Grupalma Ediciones.
- MOYA RICHARD, I. (2004). Lo gay también vende [en línea]. *Revista Sexología y Sociedad*, 10(27), 16-21. [Consulta 24 diciembre 2017]. Disponible en <http://revsexologiaysociedad.sld.cu/index.php/sexologiaysociedad/article/view/285/343>
- MOYA RICHARD, I. (2005). El cuerpo, la construcción de lo femenino y el audiovisual [en línea]. *Revista Sexología y Sociedad*, 11(29), 4-8. [Consulta 22 octubre 2016]. Disponible en <http://revsexologiaysociedad.sld.cu/index.php/sexologiaysociedad/article/view/299/357>
- MUNSÓ CABÚS, J. (1988). *Escrito en el aire*. Madrid: Servicio de Publicaciones de RTVE.
- MUSITU, G. (1996). Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita [en línea]. *Revista Alternativas, Cuadernos de trabajo social, Universidad de Valencia*, 4, 263-267. [Consulta 8 junio 2015]. Disponible en <http://dx.doi.org/10.14198/ALTERN1996.4.19>. ISSN-e 1989-9971.
- NEWMAN, L. & LEVY, D. A. (2014). *Reuters Institute digital news report 2014. Tracking the future of news*. Reuters Institute. [en línea]. [Consulta 25 febrero 2016]. Disponible en: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/publication/digital-news-report-2014>
- NICHOLSON, J. (1987). *Hombres y mujeres. ¿Hasta qué punto son diferentes?*. Barcelona: Ed. Ariel.



- NICHOLSON, L. (2003). La interpretación del concepto de género. En S. Tubert (ed.). *Del sexo al género. Los equívocos de un concepto*. Madrid: Ed. Cátedra. Pp. 47-82.
- NOBEL, (2014). *Malala Yousafzai. Facts*. [en línea]. [Consulta 25 febrero 2019]. Disponible en <https://www.nobelprize.org/prizes/peace/2014/yousafzai/facts/>
- NOELLE NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- OAKLEY, A. (1972). *Sex, gender and society*. New York: Harper Colophon Books. ISBN 10: 0060903201.
- ONU (1995). *Informe de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer* [en línea]. [Consulta 3 marzo 2018]. Disponible en <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/Beijing%20full%20report%20S.pdf>
- ONU (2015). *The Beijing declaration and platform for action turns 20*. [en línea]. [Consulta 3 marzo 2018]. Disponible en <http://www.undocs.org/es/E/CN.6/2015/3>
- ORTEGA ESTEBAN, J. (2005). La educación a lo largo de la vida: La educación social, la educación escolar, la educación continua...Todas son educaciones formales [en línea]. *Revista de Educación*, 338, 167-175. [Consulta 7 octubre 2016]. Disponible en [https://www.mecd.gob.es/revista-de-educacion/numeros-revista-educacion/numeros-antteriores/2005/re338/re338\\_10.html](https://www.mecd.gob.es/revista-de-educacion/numeros-revista-educacion/numeros-antteriores/2005/re338/re338_10.html)
- OSBORNE, R. (2008). Un espeso muro de silencio: de la relación entre una «identidad débil» y la invisibilización de las lesbianas en el espacio público [en línea]. *Revista Asparkía*, 19, 39-55. [Consulta 8 diciembre 2016]. Disponible en <http://www.e-revistas.uji.es/index.php/asparkia/article/view/468>
- OTERO, N. (2018). *80 años de RNE* [en línea]. Muy Historia. [Consulta 9 marzo 2019]. Disponible en <https://www.muyhistoria.es/contemporanea/articulo/80-anos-de-radio-nacional-de-espana-281484730399>
- PALAZZOLO, F. & VIDARTEASOREY, V. (2013). Claves para abordar el diseño metodológico. En M. S. Souza, C. Giordano y M. Migliorati (eds.) *Hacia la tesis. Itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*. Buenos Aires: Instituto de Investigaciones en Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. Pp. 83-92.
- PALENQUE, M. (2006). Ni ofelias ni amazonas, sino seres completos: aproximación a Teresa de Escoriaza [en línea]. *Arbor CSIC*, 182(719), 363-376. [Consulta 4 marzo 2016]. Disponible en doi:<http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2006.i719.36>

- PALLARES, M. R. (2018). La impronta de las políticas de gestión de archivos en la labor formativa de los medios. Estudio comparativo de los radios líderes en España y Portugal [en línea]. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1691-1701. [Consulta 9 junio 2019]. Disponible en <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.62241>
- PARDO ABRIL, N. G. (2013). *Poder, discurso y sociedad II. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. 2ª ed.
- PARDO FERNÁNDEZ, A. (1992). La política lingüística del patriarcado [en línea]. *Política y Cultura*, (1), 195-213. [Consulta 8 mayo 2016]. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26700114>
- PASTOR HOMS, M. I. (2001). Orígenes y evolución del concepto de educación no formal [en línea]. *Revista española de pedagogía*, LIX(220), 525-544. [Consulta 18 mayo 2017]. Disponible en <https://revistadepedagogia.org/wp-content/uploads/2007/06/220-08.pdf>
- PASTOR, L. & XIFRA, J. (2010). La dramatización radiofónica de contenidos educativos: Una experiencia universitaria [en línea]. *Comunicar*, XVIII(35), 121-129. [Consulta 28 julio 2017]. Disponible en DOI:10.3916/C35-2010-03-05
- PATTON, M. Q. (2015). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 4ª edición. California: Sage Publications.
- PAUTASSI, L. (2000). Igualdad de derechos y desigualdad de oportunidades: ciudadanía, derechos sociales y género en América Latina. En G. Herrera (comp.). *Las fisuras del patriarcado. Reflexiones sobre feminismo y derecho*. Quito: FLACSO. Pp. 65-90.
- PAYRATÓ, LL. (1995). Transcripción del discurso coloquial. En L. M. Cortés Rodríguez (coord.). *El español coloquial*. Actas del I Simposio sobre Análisis del Discurso Oral. Almería, 23-25 de noviembre de 1994. Almería: Universidad de Almería, Servicio de Publicaciones. Pp.43-70.
- PEDRERO ESTEBAN, L. M. (2000). *La radio musical en España: historia y análisis*. Madrid: IORTV.
- PEDRERO ESTEBAN, L. M., SÁNCHEZ SERRANO, C. & PÉREZ MAÍLLO, A. (2015). Desafíos de la industria radiofónica española en el entorno digital: hacia la redefinición de su modelo de producción, comercialización y difusión [en línea]. En *El nuevo diálogo social*. Ed. Campgrafic. Pp. 421-436. [Consulta 5 marzo 2018]. Disponible en <https://forodecomunicacion.org/wp-content/uploads/2016/04/Foro2014.pdf>. ISBN 978-84-96657-40-3.
- PERAL, M. (2014). *Torres-Dulce dimite como Fiscal General del Estado por la falta de sintonía con el Gobierno* [en línea]. *El Mundo*, 18 de diciembre. [Consulta 20 enero 2015]. Disponible en <http://www.elmundo.es/espana/2014/12/18/5492a671ca47414b038b4572.html>

- PÉREZ HERNÁNDEZ, C. (2004). Terminología basada en corpus. Principios teóricos y metodológicos. En P. Faber Benítez y C. Jiménez Hurtado (coords.). *Investigar en terminología*. Granada: Comares. Pp. 127-166. ISBN 84-8444-632-8.
- PÉREZ HERNÁNDEZ, M. CH. (2002). *Explotación de los corpóra textuales informatizados para la creación de bases de datos terminológicas basadas en el conocimiento* [en línea]. Estudios de Lingüística Española (ELiEs), 18. [Consulta 18 mayo 2017]. Disponible en <http://elies.rediris.es/elies18/>
- PÉREZ SERRANO, G. (1994). *Investigación Cualitativa: Retos e interrogantes*. Madrid: Editorial La Muralla.
- PÉREZ, B. M. & HORTELANO, J. M. L. (2016). Los primeros intentos de apertura informativa en la radio española durante el régimen de Franco: ‘Matinal Cadena SER’ y ‘Hora 25’ [en línea]. *Aportes. Revista de Historia Contemporánea*, 31(92), 147-176 . [Consulta 25 febrero 2018]. Disponible en <http://revistaaportes.com/index.php/aportes/article/view/211>
- PERKINS GILMAN, C. (2013). Our Androcentric Culture, or the man made world [en línea]. [Consulta 25 abril 2017]. Disponible en <http://www.gutenberg.org/files/3015/3015-h/3015-h.htm>
- PERONA PÁEZ, J. J. (2012). Las emisoras universitarias en el contexto digital: programación, nuevos medios y hábitos de escucha. En C. Espino Narváez y D. Martín Pena (eds.). *Las radios universitarias, más allá de la radio. Las TIC como recursos de interacción radiofónica*. Barcelona: UOC. Pp. 37-52. ISBN 978-84-9788-989-6.
- PETIT, J. (2003). *25 años más. Una perspectiva sobre el pasado, el presente y el futuro del movimiento de gays, lesbianas, bisexuales y transexuales*. Barcelona: Icaria Editorial.
- PINEDA, E. B., DE ALVARADO, E. L. & DE CANALES, F. H. (1994). *Metodología de la investigación: manual para el desarrollo de personal de salud*. Washington: OPS, Organización Panamericana de la Salud. 2ª ed. ISBN 92-75-32135-3.
- PIÑEIRO OTERO, T. (2010). Voces femeninas en la publicidad radiofónica española. Una aproximación a su presencia y utilización desde la perspectiva del análisis de contenido [en línea]. *Razón y Palabra*, 74. [Consulta 8 noviembre 2016]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N74/index74a.html>
- PIÑEIRO OTERO, T. & RAMOS, F. (2013). El complejo salto de la radio convencional a la webradio. Usos y percepciones de los universitarios [en línea]. *Vivat Academia*, 0(122), 40-53. [Consulta 9 junio 2018]. Disponible en doi:10.15178/va.2013.122.40-53

- PITOWSKY, E. F. & VÁSQUEZ GAMARRA, J. (2009). El uso de los corpus lingüísticos como herramienta pedagógica para la enseñanza y aprendizaje de ELE [en línea]. *Tinkuy Boletín de Investigación y Debate*. 11, 31-51. [Consulta 12 mayo 2015]. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3303856>. ISSN-e 1913-0481.
- PLEISS, M. K. & FELDHUSEN, J. F. (1995). Mentors, role models, and heroes in the lives of gifted children [en línea]. *Educational Psychologist*, 30(3), 159-169. [Consulta 9 julio 2018]. Disponible en DOI: 10.1207/s15326985ep3003\_6
- PNUD. (2014). *Manual de género para periodistas* [en línea]. América Latina Genera. Área Práctica de Género del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en América Latina y El Caribe. [Consulta 2 mayo 2018]. Disponible en <https://www.eird.org/orange-day/docs/genero/manual-de-genero-para-periodistas-pnud.pdf>
- POOL SOLA, I. (1973). *Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNally.
- POZO LLORENTE, M. T. & RODRÍGUEZ SABIOTE, C. (2006). «El grupo de discusión como estrategia para la evaluación de la realidad educativa multicultural», *Congreso Internacional de Educación Intercultural*, UNED, Madrid.
- PRECIADO, B. (2008). *El testo yonqui* [en línea]. [Consulta 7 febrero 2018]. Madrid: Espasa Calpe. Disponible en <https://antropologiadeoutraforma.files.wordpress.com/2013/04/preciado-testo-yonqui.pdf>
- PRECIADO, P. B. (2011). *Manifiesto contrasexual*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- PRNOTICIAS (2017). Grupo prnoticias [en línea]. [Consulta 5 marzo 2019]. Disponible en <https://www.grupoprnoticias.com/grupo-pr>
- PRNOTICIAS (2013). Grupo PR lanza OndaMujer.com, la primera radio digital hecha por y para mujeres [en línea]. [Consulta 2 enero 2020]. Disponible en <https://prnoticias.com/radiopr/443-radios-tematicas-1/20125690-grupo-pr-lanza-ondamujercom-la-primera-radio-digital-hecha-por-y-para-mujeres#inline-auto1611>
- PULLEN, C. (2012). *Gay identity, new storytelling and the media*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- QUEIZÁN, M. X. (2001). *Mujeres en Medio. Repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje*. Madrid: AMECO.
- QUIN, R. (2012). Ideología y medios de comunicación. En R. Aparici (coord.). *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid: UNED. Pp. 23-34.

- QUIN, R. & MCMAHON, B. (1997). *Historias y estereotipos*. Madrid: Editorial La Torre.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2005a). *Diccionario Panhispánico de dudas*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 15 agosto 2017]. Disponible en <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=2VAvJgr6tD6bMa8swW#1>  
BÚSQUEDA: que, pronombre relativo.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2005b). *Diccionario Panhispánico de Dudas*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 15 agosto 2017]. Disponible en <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=XEVeLzVZaD6CG25cW5>  
BÚSQUEDA: concordancia.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2005c). *Diccionario Panhispánico de Dudas*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 15 agosto 2017]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=MaZWBEH>  
BÚSQUEDA: jueza.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2005d). *Diccionario Panhispánico de Dudas*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 15 agosto 2017]. Disponible en <http://lema.rae.es/dpd/?key=fiscala>  
BÚSQUEDA: fiscal.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2006a). *Diccionario Esencial de la Lengua Española*. Madrid: Espasa Calpe, S. A.  
BÚSQUEDA: jueza.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2006b). *Diccionario Esencial de la Lengua Española*. Madrid: Espasa Calpe, S. A.  
BÚSQUEDA: fiscal.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2010a). *NGLE, Nueva Gramática de la Lengua Española. Manual*. Madrid: Espasa Libros.  
BÚSQUEDA: jueza.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2010b). *NGLE, Nueva Gramática de la Lengua Española. Manual*. Madrid: Espasa Libros.  
BÚSQUEDA: fiscal.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2012). *El pleno de la RAE suscribe un informe del académico Ignacio Bosque sobre Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer [en línea]*. [Consulta 4 junio 2018]. Disponible en <https://www.rae.es/noticias/el-pleno-de-la-rae-suscribe-un-informe-del-academico-ignacio-bosque-sobre-sexismo>
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2014a). *DRAE, Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Real Academia Española.  
BÚSQUEDA: jueza.

- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2014b). *DRAE, Diccionario de la Lengua Española*. Madrid: Real Academia Española.  
BÚSQUEDA: fiscal.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2015). *Diccionario Panhispánico de Dudas* [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 15 agosto 2017]. Disponible en <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=XEVeLzVZaD6CG25cW5>  
BÚSQUEDA: concordancia
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 15 agosto 2017]. Disponible en <http://dle.rae.es/?id=KaXUUZZ>  
BÚSQUEDA: hombre.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018a). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 julio 2018]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=AwTBMcs> BÚSQUEDA: corpus.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018b). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 julio 2018]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=GS1rtMy> BÚSQUEDA: espacio.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018c). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 julio 2018]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=UJpgYGO> BÚSQUEDA: programa.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018d). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 julio 2018]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=Rz2e7ZR|Rz3As5K> BÚSQUEDA: parrilla.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018e). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 julio 2018]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=VntRGCW> BÚSQUEDA: rejilla.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018f). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 julio 2018]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=0riC970> BÚSQUEDA: adulta.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018g). *Diccionario de la Lengua Español*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=KbvDDyj> BÚSQUEDA: homosexual.



- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018h). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=J1HLflc> BÚSQUEDA: gay.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018i). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=KbzIdTC> BÚSQUEDA: homosexualidad.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018j). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=N9yxt4g> BÚSQUEDA: lesbiana.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018k). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 21 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=NGziyCV> BÚSQUEDA: lideresa.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018l). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 21 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=Jxm2JZR> BÚSQUEDA: hada.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018m). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 21 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=JxsZGaS> BÚSQUEDA: hado.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018n). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 21 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=Q1vMnRp> BÚSQUEDA: mujer.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018ñ). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 21 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=bOJpDhG> BÚSQUEDA: varón.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018o). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 21 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?id=2ND9BMI> BÚSQUEDA: amo de casa.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018p). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 5 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/pr%C3%ADncipe#UBt4jVS> BÚSQUEDA: princesa.

- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018q). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 10 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/acojonar?m=form> BÚSQUEDA: acojonar.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018r). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 8 agosto 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/co%C3%B1azo?m=form2> BÚSQUEDA: coñazo.
- RAE. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (2018s). *Diccionario de la Lengua Española*. [en línea]. Madrid: Real Academia Española. [Consulta 7 septiembre 2019]. Disponible en <https://dle.rae.es/?w=pedo> BÚSQUEDA: pedo.
- REICH, W. (1993). *La función del orgasmo*. Barcelona: Paidós. Trad.: Felipe Suárez.
- REY, J. (2009). La imagen del hombre en publicidad: géneros híbridos y nuevos consumidores [en línea]. In *Congreso Congènere sobre Mujer y Publicidad*. Girona, 25 y 26 de mayo de 2009. Universidad de Girona. [Consulta 8 septiembre 2017]. Disponible en <http://www3.udg.edu/publicacions/vell/electroniques/congenere/>
- REYNAUD, E. (1981). *La sainte virilité*. París: Syros.
- REYZÁBAL, M. V. (2002). *Didáctica de los discursos persuasivos: la publicidad y la propaganda*. Madrid: La Muralla, S. A.
- RIBESGUÀRDIA, F. X. (2001). *Las emisoras de radio del estado español en internet: las bitcasters*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. [Consulta 17 septiembre 2017]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10803/4097>
- RICE, R. E. & ATKIN, C. K. (2009). *Public Communication Campaigns: Theoretical Principles and Practical Applications*. En J. Bryant & M. B. Oliver (eds.). *Media effects: Advances in theory and research* (3ª ed.). New York: Routledge.
- RICH, A. (1983). *Sobre mentiras, secretos y silencios*. Barcelona: Icaria.
- RICH, A. (2001). *Sangre, pan y poesía. Prosa escogida (1979-1985)*. Barcelona: Icaria-Antrazyt. Trad.: M. S. Sánchez Gómez.
- RIGATUSO, E. M. (2006). ¿Y vos por qué me tratás de usted? Fórmulas de tratamiento y cortesía lingüística en español bonaerense actual. En *Actas del X Congreso de la Sociedad \ Argentina de Lingüística*. Salta: Universidad Católica de Salta.
- RIMAL, R. N., CHUNG, A. H. & DHUNGANA, N., (2015). Media as educator, media as disruptor: Conceptualizing the role of social context in media effects [en línea]. *Journal of Communication*, 65(5), 863-887. [Consulta 8 marzo 2016]. Disponible en <https://doi.org/10.1111/jcom.12175>. ISSN 0021-9916.



- RIVAS TORRES, R. M. & FIUZA ASOREY, M. J. (2006). *La voz y las disfonías disfuncionales*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- RODERO ANTÓN, E. & SÁNCHEZ SERRANO, CH. (2007). Radiografía de la radio en España [en línea]. *Revista Latina de Comunicación Social*, (62), 170-181. [Consulta 27 marzo 2017]. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200714RoderoySanchez.htm>
- RODERO ANTÓN, E. (2001). *El tono de la voz masculina y femenina en los informativos radiofónicos: un análisis comparativo* [en línea]. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicaçao. [Consulta 8 octubre 2017]. Disponible en <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-tono-voz-femenina.pdf>
- RODERO ANTÓN, E., ALONSO GONZÁLEZ, C. M. & FUENTES ABAD, J. A. (2004). *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios*. Barcelona: Ariel.
- RODERO, E. (2008). Educar a través de la radio [en línea]. *Signo y Pensamiento*, XXVII (52), 97-109. [Consulta 8 marzo 2017]. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005207>
- RODERO, E. (2009). Y siempre, por último, con ustedes: la radio. Revisión de la producción bibliográfica y hemerográfica radiofónica en España [en línea]. *Admira*, 1(1), 98-126. [Consulta 8 marzo 2017]. Disponible en [https://www.researchgate.net/publication/287491463\\_Y\\_siempre\\_por\\_ultimo\\_con\\_ustedes\\_la\\_radio\\_Revision\\_de\\_la\\_produccion\\_bibliografica\\_y\\_hemerografica\\_a\\_radiofonica\\_en\\_Espana](https://www.researchgate.net/publication/287491463_Y_siempre_por_ultimo_con_ustedes_la_radio_Revision_de_la_produccion_bibliografica_y_hemerografica_a_radiofonica_en_Espana)
- RODRÍGUEZ BRAVO, Á. (1989). *La construcción de una voz radiofónica*. Tesis doctoral. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. [Consulta 17 febrero 2017]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10803/4132>
- RODRÍGUEZ ESTRADA, M. (2002). *Hablar es crear. El poder mágico de la palabra*. México DF: Panorama Editorial.
- RODRÍGUEZ GÓMEZ, G., GIL FLORES, J. y GARCÍA JIMÉNEZ, E. (1999). *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- RODRÍGUEZ MARTÍNEZ, P. (2004). Sociología de las relaciones entre los sexos-géneros. En A. Guerrero y M. J. Nestares (eds.). *Sobre mujeres: economía, historia y sociología*. Almería: Universidad de Almería Servicio de Publicaciones. Pp. 159-187.
- RODRÍGUEZ MATEOS, D. (2001). Radioescuela, una apasionante aventura de comunicación y educación [en línea]. *Comunicar*, 17, 144-147. [Consulta 8 mayo 2018]. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1580172>

- RODRÍGUEZ NUÑEZ, M. (2016). La realidad de lesbianas, gays, bisexuales, transexuales e intersexuales. Una aproximación a sus vulnerabilidades sociales. *Revista Sexología Y Sociedad*, 22(1), 2-14. [Consulta 5 junio 2017]. Disponible en <http://revsexologiaysociedad.sld.cu/index.php/sexologiaysociedad/article/view/567/593>
- RODRÍGUEZ, G., GIL, J. & GARCÍA, E. (1996). *Métodos de investigación cualitativa*. 2ª ed. Málaga: Aljibe. ISBN 978-8487767562.
- ROJAS TORRIJOS, J. L. (2010). La construcción de las noticias deportivas desde una mirada androcéntrica. De la invisibilidad a los estereotipos de la mujer deportista [en línea]. *Vivat Academia*, (113), 1-15. [Consulta 7 julio 2017]. Disponible en <http://dx.doi.org/10.15178/va.2010.113.122-136>
- ROMERO BACHILLER, C. (2004). Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo de Judith Butler [en línea]. *Política y Sociedad*, 41(1), 209-211. [Consulta 7 junio 2018]. Disponible en <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0404130209A/23402>
- ROSALES LÓPEZ, C. (2009). Aprendizaje formal e informal con medios [en línea]. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 35, 21-32. [Consulta 6 junio 2018]. Disponible en <https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/61349/37362>
- ROSALES, M. B. (2013). Hacia la conformación de la Red de Observatorios de comunicación y género [en línea]. *Revista Tram [p] as de la Comunicación y la Cultura*, 74, 57-61. [Consulta 6 mayo 2016]. Disponible en <http://www.revistatrampas.com.ar/2012/03/trampas-74-marzoabril-2013.html#sumario>
- RTVE. (2017). Cuéntame cómo pasó [en línea]. [Consulta 7 mayo 2018]. Disponible en <http://www.rtve.es/television/cuentame/>
- RTVE. (2019a). Todxs por igual [en línea]. [Consulta 2 septiembre 2019]. Disponible en <http://www.rtve.es/noticias/todxsporigual/documentacion/>
- RTVE. (2019b). Susana Guerrero: “La lengua española no es sexista, sí puede serlo su uso” [en línea]. [Consulta 2 septiembre 2019]. Disponible en <http://www.rtve.es/alcarta/videos/todxs-por-igual/susana-guerrero-lengua-espanola-no-sexista-si-puede-serlo-su-uso/5051839/>
- RUBIN, G., (1975). *The traffic in women*. En R. R. Reiter (ed.). *Toward and Anthropology of Women*. New York: Monthly Review Press. Pp. 157-210.
- RUIZ SAN ROMÁN, J. A. & PORTO PEDROSA, L. (2014). Los grupos de discusión. En K. Sáenz López y G. Tamez González (eds.). *Métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas aplicables a la investigación en ciencias sociales*. México: Tirant Humanidades. Pp.253-273.
- SÁEZ, J. (2004). *Teoría Queer y psicoanálisis*. Madrid: Editorial Síntesis.

- SAMPEDRO BLANCO, V. F. (2008). La jerarquía de las identidades mediáticas. En R. Pérez-Amat, S. Nuñez Puente y A. García Jiménez (coord.). *Comunicación, identidad y género*. Madrid: Fragua. Pp.39-51.
- SANABRIA, F. (1994). *Información audiovisual, teoría y técnica de la información radiofónica y televisiva*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- SÁNCHEZ APELLÁNIZ, M. J. (2009). Lenguaje y comunicación no sexista. En M. Román (coord.). *Manual de Agentes de Igualdad*. Sevilla: Diputación Provincial de Sevilla. Pp. 255-268.
- SÁNCHEZ BURÓN, A. (1998). El sexo como variable estímulo: análisis de las interacciones entre los sexos. En J. Fernández (coord.). *Género y sociedad*. Madrid: Pirámide. Pp. 77-105.
- SÁNCHEZ DEL PULGAR LEGIDO, R. M. (2017). Homosexualidad latente en el cine del siglo XX [en línea]. *Revista Femeris*, 2, (2), 99-118. [Consulta 9 febrero 2018]. Disponible en doi: <https://doi.org/10.20318/femeris.2017.3760>
- SÁNCHEZ TORREJÓN, M. B. (2013). La heterosexualidad como categoría política de control: desde Simone de Beauvoir hasta Judith Butler [en línea]. *Revista Educación y Humanismo*, 15(24), 170-183. [Consulta 4 junio 2017]. Disponible en <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/educacion/issue/view/151>. ISSN 0124-2121.
- SÁNCHEZ, J. F. & LÓPEZ PAN, F. (1998). Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma [en línea]. *Comunicación y estudios universitarios*, (8), 15-36. [Consulta 6 junio 2017]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10171/34984>
- SANTANDER, D. (2011). Por qué y cómo hacer análisis de discurso [en línea]. *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*, 0(41), 207-224. [Consulta 3 mayo 2017]. Disponible en <http://www.cintademoebio.uchile.cl/index.php/CDM/article/view/18183/19048>
- SANTORO, P., GABRIEL, C. & CONDE, F. (2010). *El respeto a la diversidad sexual entre jóvenes y adolescentes. Una aproximación cualitativa* [en línea]. Madrid: Instituto de la Juventud. [Consulta 3 mayo 2017]. Disponible en <http://www.felgtb.org/rs/471/d112d6ad-54ec-438b-9358-4483f9e98868/544/filename/el-respeto-a-la-diversidad-sexual-entre-jovenes-y-adolescentes-una-aproximacion-cualitativa.pdf>
- SAU, V. (2001). *Diccionario ideológico feminista* (Vol. 2). Barcelona: Icaria Editorial.
- SAUCA I BALART, A. (2017). Unidad de voz transgénero. Feminización o masculinización de la voz [en línea]. [Consulta 9 abril 2018]. Disponible en [www.asauca.net/voz-transgenero.php](http://www.asauca.net/voz-transgenero.php)
- SAUSSURE, F. (1997). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada. 24ª ed. Trad.: Amado Alonso.

- SAYAGO, S. (2007). La metodología de los estudios críticos del discurso: Problemas, posibilidades y desafíos. En P. Santander (ed). *Discurso y crítica social. Acerca de las posibilidades teóricas y políticas del análisis del discurso*. Santiago de Chile: E.O.C. Pp. 45-59.
- SEARLE, J. (1994). *Actos del habla*. Barcelona: Planeta Agostini. Trad.: Luis M. Valdés Villanueva.
- SECANELLA, P. M. & FAGOAGA, C. (1984). *Umbral de presencia de las mujeres en la prensa española*. Madrid: Instituto de la mujer.
- SECO, M. (1996). *Gramática Esencial del Español*. Madrid: Espasa Calpe. 4ª ed.
- SEITER, E. (2003). Television and the Internet. En G. Dines & J. Humez (eds.). *Gender, race and class in media*. Thousand Oaks, CA: SAGE. Pp. 688–695.
- SENDER, K. (2004). *Business, not politics. The making of the gay market*. New York: Columbia University Press.
- SERRANO MARTÍNEZ, G. F. (2010). *Guía contra la homofobia para centros educativos* [en línea]. Bilbao: Fortiori Editorial. [Consulta 9 junio 2017]. Disponible en [http://www.familiasporladiversidad.es/files/objetos/guia\\_contra\\_la\\_homofobia.pdf](http://www.familiasporladiversidad.es/files/objetos/guia_contra_la_homofobia.pdf)
- SIBLE, J. C., WILHELM, D. E. & LEDERMAN, M. (2006). Teaching cell and molecular biology for gender equity [en línea]. *CBE-Life Sciences Education*, 5(3), 227-238. [Consulta 27 abril 2018]. Disponible en DOI: 10.1187/cbe.05–08–0096
- SIERRA BRAVO, R. (2008). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- SILVA, O. (2002). El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación [en línea]. *Razón y palabra*, 26. [Consulta 6 septiembre 2017]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/osilva.html>
- SILVA-CORVALÁN, C. & ENRIQUE-ARIAS, A. (2017). *Sociolingüística y pragmática del español*. Washington D.C.: Georgetown University Press. 2ª ed.
- SIMONIS, A. (2009). Lesbofobia: asignatura pendiente del feminismo español. En A. M. Vigarra Tauste (dir.) *De igualdad y diferencias: Diez estudios de género*. Madrid: Huerga y Fierro. Pp. 283-313.
- SINCLAIR, J. (2004). Developing Linguistic Corpora: a Guide to Good Practice [en línea]. [Consulta 9 junio 2018]. Disponible en <https://ota.ox.ac.uk/documents/creating/dlc/chapter1.htm>

- SIXTO GARCÍA, J. S. (2018). La radio española en las redes sociales: cross-media en el escenario convergente [en línea]. *Communication Papers*, 7(14), 181-205. [Consulta 2 febrero 2019]. Disponible en <https://communicationpapers.revistes.udg.edu/communication-papers/issue/viewIssue/895/12>
- SMITTER, Y. (2006). Hacia una perspectiva sistémica de la educación no formal [en línea]. *Laurus*, 12(22). [Consulta 25 octubre 2018]. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/761/76102213.pdf>
- SOLERA, J. I. (2008). Primeras impresiones de Ivoox [en línea]. Blog Idea Peregrina. De idea peregrina, a realidad. [Consulta 12 noviembre 2017]. Disponible en <http://ideaperegrina.wordpress.com/2008/09/21/primeras-impresiones-de-ivoox/>
- SOROA, M., GOROSTIAGA, A. & BALLUERKA, N. (2016). Conocimiento de los docentes sobre el TDAH: relevancia de la formación y de las percepciones individuales [en línea]. *Revista de Psicodidáctica*, 21(2), 205-226. [Consulta 23 abril 2017]. Disponible en DOI: 10.1387/RevPsicodidact.14023
- SPERBER, D. & WILSON, D. (2004). La teoría de la relevancia [en línea]. *Revista de investigación lingüística*, 7(1), 233-283. [Consulta 28 enero 2016]. Disponible en <http://revistas.um.es/ril/article/view/6691/6491>
- STOLLER, R. (1989). *Masculin ou féminin?* París: PUF. ISBN-10: 2130424988.
- STRAUSS, A. & CORBIN, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín: Universidad de Antioquia. Trad.: Eva Zimmerman.
- STRAUSS, A. (1987). *Qualitative Analysis for Social Scientists*. Cambridge: University Press. ISBN 978-0521338066.
- STRITIKUS, T., & NGUYEN, D. (2007). Strategic transformation: Cultural and gender identity negotiation in first-generation Vietnamese youth [en línea]. *American Educational Research Journal*, 44(4), 853-895. [Consulta 25 noviembre 2017]. Disponible en DOI: 10.3102/0002831207308645
- SUARDIAZ, D. E. (2002). *El sexismo en la lengua española*. Zaragoza: Libros Pórtico.
- TAIBI, M. (2003). Hacia un discurso mediático por la convivencia y la tolerancia. En C. Valero y G. Mancho (eds.). *Discursos [dis]concordantes: Modos y formas de comunicación y convivencia*. Alcalá de Henares: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alcalá. Pp. 35-48.
- TAYLOR, S. J. & BODGAN, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós. 2ª ed.
- TENORIO, I. (2012). *La nueva radio. Manual completo del radiofonista 2.0*. Barcelona: Marcombo. 2ª ed.

- TEURLINGS, J. (2018). Social Media and the New Commons of TV Criticism [en línea]. *Television & New Media*, 19(3), 208–224. [Consulta 7 junio 2019]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1527476417709599>
- THELL, N. & PERÄKYLÄ, A. (2018). “What are you taking away with you?” Closing radio counselling encounters by reviewing progress [en línea]. *Discourse Studies* 20(3), 377–396. [Consulta 3 diciembre 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/1461445618754420>
- THEODOSIADOU, S. (2018). From DJ talk to music journalism [en línea]. *Social Semiotics*, 29(2). [Consulta 22 diciembre 2018]. Disponible en DOI: 10.1080/10350330.2018.1425319
- TORO-ALFONSO, J. (2005). El estudio de las homosexualidades: Revisión, retos éticos y metodológicos [en línea]. *Revista de Ciencias Sociales (Etapa II)*, 14.(1), 78-97. [Consulta 8 abril 2017]. Disponible en <http://revistas.upr.edu/index.php/racs/article/view/5884>
- TORRES, R. M. (2009). Evaluación en educación no formal. En M. Morales (comp.). III. *Educación no formal. Aportes para la elaboración de propuestas de políticas educativas*. Montevideo: UNESCO. Pp.163-171.
- TORRICELLA, A. (2009). La relación lenguaje-cuerpo-performatividad en la obra de Judith Butler: una cartografía [en línea]. *Debate feminista*, 40, 229-239. [Consulta 8 febrero 2015]. Disponible en <http://debatefeminista.cieg.unam.mx/index.php/category/vol-40/>
- TORRUELLA, J. & LLISTERRI, J. (1999). Diseño de corpus textuales y orales. En J. M. Bleca, G. Clavería y J. Torruella (eds.). *Filología e informática. Nuevas tecnologías en los estudios filológicos*. Barcelona: Seminario de Filología e Informática, Departamento de Filología Española, Universidad Autónoma de Barcelona, Editorial Milenio. Pp. 45-77.
- TRILLA, J. (1992). *La Educación No Formal: definición, conceptos básicos y ámbitos de aplicación*. España: Universidad de Barcelona.
- TRIPP, C. A. (1978). *La cuestión homosexual*. Madrid: EDAF. Trad.: Rafael Lassaletta.
- TUBERT, S. (2004). La maternidad en el discurso de las nuevas tecnologías reproductivas. En A. De la Concha Muñoz y R. Osborne (coord.). *Las mujeres y los niños primero (Discursos de la maternidad)*. Barcelona: Icaria. Pp. 111-138.
- TUSÓN VALLS, A. (1999). Diferencia sexual y diversidad lingüística. En C. Lomas (coord.). *¿Iguales o diferentes?. Género, diferencia sexual, lenguaje y educación*. Barcelona: Paidós Ibérica. Pp. 85-100.
- TVE La 2. (2014). Entrevista de Alejandro Jodorowski a Beatriz Preciado [en línea]. [Consulta 9 junio 2017]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=M4k98oLXAmI>



- UNED (2008). Guía de lenguaje no sexista [en línea]. Oficina de Igualdad. [Consulta 8 abril 2019]. Disponible en [http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED\\_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/GERENCIA/OFICINA\\_IGUALDAD/CONCEPTOS%20BASICOS/GUIA\\_LINGUAJE.PDF](http://portal.uned.es/pls/portal/docs/PAGE/UNED_MAIN/LAUNIVERSIDAD/VICERRECTORADOS/GERENCIA/OFICINA_IGUALDAD/CONCEPTOS%20BASICOS/GUIA_LINGUAJE.PDF)
- UNESCO (2007). *Bases sólidas. Atención y educación de la primera infancia* [en línea]. [Consulta 9 mayo 2018]. París: UNESCO. Trad.: Francisco Vicente-Sandoval. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001505/150518S.pdf>
- UNESCO (2012). *Directrices de la UNESCO para el reconocimiento, validación y acreditación de los resultados del aprendizaje no formal e informal* [en línea]. [Consulta 9 mayo 2018] Hamburgo: Instituto de la UNESCO para el Aprendizaje a lo Largo de Toda la Vida. Disponible en [UIL/2012/PI/H/3rev2](http://uil.unesco.org/UIL/2012/PI/H/3rev2)
- UNESCO (2014). *Indicadores de UNESCO para medios de comunicación. Marco de indicadores para evaluar la sensibilidad en materia de género en las operaciones y contenidos mediáticos* [en línea]. París: UNESCO. [Consulta 22 abril 2016]. Disponible en <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2014>.
- UNESCO (2019). *La educación transforma vidas* [en línea]. [Consulta 22 abril 2016]. Disponible en <https://es.unesco.org/themes/education>
- UNGER, R. K. (1994). Los reflejos imperfectos de la realidad: la psicología construye los roles sexuales. En R. T. Hare-Mustin y J. Marecek (eds.). *Marcar la diferencia, psicología y construcción de los sexos* Barcelona: Herder. Pp. 154-172). Trad.: Juan Manuel Iglesias.
- VALLEJO, F. (1998). *Logoi. Una gramática del lenguaje literario*. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- VALLES, M. (2000). *Técnicas cualitativas de investigación social*. Madrid: Síntesis. ISBN 84-7738-449-5.
- VAN DEN BEEMT, A., AKKERMAN, S. & SIMONS, P. R. J. (2011). Patterns of interactive media use among contemporary youth [en línea]. *Journal of computer assisted learning*, 27(2), 103-118. [Consulta 27 marzo 2018]. Disponible en doi: 10.1111/j.1365-2729.2010.00384.x
- VAN DIJK, T. (1990). *La noticia como discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós Comunicación. Trad.: G. Cal. ISBN 8475096220.
- VAN DIJK, T. (1996). *Estructura y funciones del discurso*. México: Siglo XXI Editores. 10ª Ed.

- VAN DIJK, T. (2000). *El discurso como interacción en la sociedad*. En T. Van Dijk. *El discurso como interacción social: estudios del discurso, introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa. Pp.19-66.
- VAN DIJK, T. (2003). Political discourse and ideology [en línea]. *Doxa Comunicación, revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 1, 207-226. [Consulta 30 enero 2016]. Disponible en [http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6038/1/N%c2%ba%20I\\_pp207\\_225.pdf](http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/6038/1/N%c2%ba%20I_pp207_225.pdf)
- VAN PUIJENBROEK, T., POELL, R. F., KROON, B. & TIMMERMAN, V. (2014). The effect of social media use on work-related learning [en línea]. *Journal of Computer Assisted Learning*, 30(2), 159-172. [Consulta 9 junio 2016]. Disponible en doi: 10.1111/jcal.12037
- VANDENBOSCH, L. & VAN OOSTEN, J. M. (2017). The relationship between online pornography and the sexual objectification of women: The attenuating role of porn literacy education [en línea]. *Journal of Communication*, 67(6), 1015-1036. [Consulta 3 enero 2018]. Disponible en doi:10.1111/jcom.12341
- VÁZQUEZ G, F. & CLEMINSON, R. (2003). Democracia y culturas sexuales. La irrupción de la homosexualidad en la escena política española. *Er, Revista de Filosofía*, 32, 129-166.
- VÁZQUEZ, G. (1998). La educación no formal y otros conceptos próximos. En J. Sarramona, G. Vázquez y A. Colom. *Educación no formal*. Barcelona: Ariel. Pp. 11-25.
- VEERKAMP, H. (2014). Feminist Frequencies: Why Radio Needs Feminism [en línea]. *Journal of Radio & Audio Media*, 21(2), 307-315. [Consulta 14 abril 2018]. Disponible en DOI:10.1080/19376529.2014.950154
- VERA BALANZA, M. T. (2004). La construcción del género en los medios de comunicación: La segregación del discurso informativo. En R. M. Ballesteros García y M. T. Vera Balanza (eds.). *Mujeres y medios de comunicación. Imágenes, mensajes y discursos*. Málaga: Universidad de Málaga. Pp. 133-150.
- VERA OCAMPO, S. (1987). *Los roles femenino y masculino, ¿Condicionamiento o biología?* Buenos Aires: Grupo editor latinoamericano.
- VERA, T. & SIMELIO, N. (2015). *¿Quién figura en las noticias?. Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015. Informe Nacional*. [en línea]. [Consulta 23 de mayo 2017]. Disponible en <http://hdl.handle.net/10630/10773>
- VETTEHEN, P. H., TROOST, J., BOERBOOM, L., STEIJAERT, M. & SCHEEPERS, P. (2017). The Relationship Between Media Content Preferences and Political Participation in 25 European Countries: The Moderating Role of Broadband Penetration and Broadband Access [en línea]. *Communication Research*. [Consulta 7 junio 2018]. Disponible en <https://doi.org/10.1177/0093650217701033>



- VINCENT, J. (2016). *LGBT people and the UK cultural sector. The response of libraries, museums, archives and heritage since 1950*. London: Routledge.
- VIVANCO ARANCIBIA, M. (2006). Diseños de muestras en investigación social. En M. Canales Cerón (coord. y ed.). *Metodologías de la investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago: LOM. Pp. 141-168.
- VIVANCO, M. (2005). *Muestreo estadístico. Diseño y aplicaciones*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.
- VOLOSHINOV, V. N. (1992). *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza. Trad.: Tatiana Bubnova. ISBN 9789874086471.
- VOSS, J. F. & VAN DYKE, J. A. (2001). Argumentation in Psychology: Background Comments [en línea]. *Discourse Processes*, 32(2-3), 89-111. [Consulta 28 junio 2015]. Disponible en doi: 10.1080/0163853X.2001.9651593
- WACC (2015). ¿Quién figura en las noticias? [en línea]. España. Proyecto de Monitoreo Global de Medios 2015. Informe Nacional. [Consulta 8 julio 2017]. Disponible en <http://whomakesthenews.org/gmmp-2015#spanish>
- WARNER, R.Z. & HEWETT, B.L. (2017). Technical Communication Coaching: A Strategy for Instilling Reader Usability Assurance in Online Course Material Development [en línea]. *Technical Communication Quarterly*. [Consulta 10 julio 2017]. Disponible en DOI: 10.1080/10572252.2017.1339493
- WATTS, M. & EBBUTT, D. (1987). More than the sum of the parts: research methods in group interviewing [en línea]. *British Educational Research Journal*, 13(1), 25-34. [Consulta 14 enero 2016]. Disponible en <http://https://doi.org/10.1080/0141192870130103>
- WEEKS, J. (1989). *Sex, Politics and Society. The regulations of sexuality since 1800*. Londres: Largman. 2ª ed. Trad.: María Antonia Muñoz.
- WHITAM, F. & MATHY, R. (1991). Childhood cross-gender behavior of homosexual females in Brazil, Peru, The Philippines and the United States [en línea]. *Archives of sexual behavior*, 20, 151-170. [Consulta 16 septiembre 2017]. Disponible en <https://link.springer.com/article/10.1007%2FBF01541941>
- WILKINSON, S. & KITZINGER, C. (2008). Using conversation analysis in feminist and critical research [en línea]. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(2), 555-573. [Consulta 28 marzo 2016]. Disponible en <https://dspace.lboro.ac.uk/2134/15568>
- WITTIG, M. (1992). *El pensamiento heterosexual y otros ensayos*. Madrid: Editorial Egales, S.L. Trad.: Javier Sáez y Paco Vidarte.
- WODAK, R. (1997). Introduction: Some important issues in the research of gender and discourse. En R. Wodak (ed.). *Gender and Discourse*. Londres: Sage. Pp.1-20.

- WODAK, R. (2006). Mediation between discourse and society: assessing cognitive approaches in CDA [en línea]. *Discourse Studies*, 8(1), 179-190. [Consulta 8 abril 2018]. Disponible en 10.1177/1461445606059566
- WOLF, M. (1984). Géneros y televisión [en línea]. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (9), 189-198. [Consulta 5 mayo 2016]. Disponible en <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n9/02112175n9p189.pdf>
- YEBRA, C. (2010). Lenguaje, poder e identidad social. Nietzsche, Bordieu, Austin. [en línea]. *Nómadas. Revista Crítica De Ciencias Sociales Y Jurídicas*, 28(4), 147-167. [Consulta 25 octubre 2016]. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/view/NOMA1010440147A/25722>
- YOUSAFZAI, M. (2013). *Discurso de Malala: “Que nadie sea olvidado”* [en línea]. Web oficial de Amnistía Internacional España. [Consulta 20 enero 2019]. Disponible en <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/noticias/noticia/articulo/discurso-de-malala-que-nadie-sea-olvidado/>

## Anexos

### Anexo 1.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado *El aspecto físico de la mujer*

Bajo este título se han difundido los siguientes cortes cuyo contenido es el transcrito a continuación:

#### Corte 1.1.- Emitido en *Las mañanas de rne* de RNE el 15 de diciembre:

La corresponsal en París hace referencia a una noticia que aparece en un diario francés: “Este era además el titular de *Journal de Dimanche* tenía en su portada una foto enorme de una Angela Merkel sonriente y con esa figura algo más esbelta después de haber perdido 10 kilos, que es lo que ha conseguido a lo largo de todo este año. El 72% de los franceses consultado por ese periódico tiene una buena opinión de la canciller, pero ojo, como persona”.

#### Corte 1.2.- Emitido en *Julia en la onda* de Onda Cero el 16 de diciembre y en *Noticias mediodía* de Onda Cero el 18 de diciembre:

Durante la cuña publicitaria del blanqueante dental *Clisident* oímos que una locutora con voz sensual dice: Ponte guapa, blanquea tus dientes con el nuevo kit express de *Clisident*.

#### Corte 1.3.- Emitido en *La tarde* de COPE el 19 de diciembre:

Ramón García: Tú, cuando eras más pequeña Elena, eh..., ¿jugabas a pintarte la cara, a maquillarte...?

José Luis Pérez Gómez: Depende.

Elena Grandal: A maquillarme, no

José Luis Pérez Gómez: A pintarte la cara, sí.

Elena Grandal: A pintarme la cara, sí.

Ramón García: Que las niñas jugáis mucho a eso, con las cosas de las madres.

Elena Grandal: ¿A jugar a maquillaje? No, no, no...

Ramón García: Fíjate como he acertado, no le pegaba mucho. Bueno,

José Luis Pérez Gómez: Ahora viene muy pintada.

Ramón García: Sí. Como una puerta, como una puerta.

José Luis Pérez Gómez: Tú no te pintas la cara.

Elena Grandal: No, no, no. Que no, Ramón García.

Ramón García: No lo necesita, no lo necesita. Bueno, vamos a escuchar a Mar Pérez que nos va a recomendar tener ojo con las pinturas. Si tenéis niñas que les gusta, que se pinten y tal, pues hay que tener cuidado con eso, con las pinturas, y también con los envoltorios de los juguetes.

Anexo 2.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado *La moda es cosa de mujeres porque ellos son unos ceporros y unos desastres*

Bajo este título se han difundido los siguientes cortes cuyo contenido es el transcrito a continuación:

Corte 2.1.- Emitido en *Esto me suena* de RNE el 18 de diciembre:

En una alusión sobre la feria de la moda *Fashion Week Mercedes Benz* en Madrid escuchamos los siguientes comentarios:

José Antonio García: ¿Se compra moda masculina? Porque primero, los hombres somos como más desastres que las mujeres...

Locutor: Sí. Un poco *dejaos*...

José Antonio García: En general, eso es así.

Corte 2.2.- Emitido en *La tarde* de COPE el 15 de diciembre:

Durante esta mención publicitaria de *El Corte Inglés* Ramón García señala que a veces no se sabe cómo acertar con la compra de un regalo: “Oye, que mi mujer, la talla...”, “Mi marido, es un poco ceporro, le quiero cambiar un poco la ropa, ¿qué le podríamos comprar?”.

Ramón García: Son unas fechas de muchos regalos y a veces pues, no sabes cómo acertar, cómo aconsejar también a los Reyes Magos, *oye, que mi mujer, pues mira, es esto, la talla es esto...*

Elena Grandal: ¿Qué le gusta o...?, ¿qué colores lleva?...

Ramón García: *O mi marido es un poco ceporro, le quiero cambiar un poco la ropa, ¿qué le podríamos comprar?*

Elena Grandal: (se ríe).

Corte 2.3.- Emitido en *La mañana* de COPE el 16 de diciembre:

Fernández: Si hay un lugar del que no se puede salir es cuando tu novia o tu mujer te suelta aquello de *¿qué tal me queda este vestido?*

Javi Nieves: Ahí hay que ser muy rápido.

Fernández: Sí. Si le dices *mal*, estás muerto, si le dices *bien*, mal, porque le estás mintiendo.

Javi Nieves: No, ahí hay que ser muy rápido...,

Locutora: ¡Oye!

Javi Nieves: ...Ser muy rápido y decir *estupendo como todo, si tú no necesitas ponerte nada*.

Fernández: Y te dice, y te dice *siempre me dices lo mismo*.

Locutora: Eso está muy manido.

Fernández: No hay salida, no hay salida.

Locutora: (se ríe).

Anexo 3.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado *Las niñas son princesas y las mujeres hembras encantadoras*

Bajo este título se han difundido los siguientes cortes cuyo contenido es el transcrito a continuación:

Corte 3.1.- Emitido en *Julia en la onda* de Onda Cero el 19 de diciembre:

Julia Otero: Di algo, hombre.

Locutor: Estoy encantado con la princesita que va a tener Aném, una maravilla.

Corte 3.2.- Emitido en *La tarde* de COPE el 15 de diciembre:

Ramón García: Oye, Fran, ¿cómo se llama esa princesa que tienes ahí?

Fran: Pues se llama Carmen Julia.

Ramón García: Pues a Carmen Julia, cuídala, dale un besito de mi parte y a ejercer de padre, ¡venga!

Corte 3.3.- Emitido en *No es un día cualquiera* de RNE el 21 de diciembre:

Martín Llade: Y así es como en España, em..., se entera la gente de que existe un tal Luis Mariano, que le llaman el novio de todas las francesas [...]

Luis Mariano: Valencia, tus mujeres todas tienen de las rosas el color, [...] tus hembras, ponen alma y ponen vida en un beso de pasión.

Corte 3.4.- Emitido en *La linterna* de COPE el 17 de diciembre:

Tertuliano: Y la ministra de trabajo

Juan Pablo Colmenarejo: Báñez, y empleo

Pilar Gómez: Fátima Báñez

Tertuliano: Fátima Báñez, que estuvo encantadora como siempre





Anexo 4.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado *Los roles diferenciados*

Bajo este título se han difundido los siguientes cortes cuyo contenido es el transcrito a continuación:

Corte 4.1.- Esto me suena de RNE el 18 de diciembre:

(Suena una canción en plano de fondo de Eros Ramazzoti).

José Antonio García: Eros Ramazzoti, eh..., fue uno de los odiados por el sector masculino de la, de los de la EGB, ¿no? Era uno de los pósters de chica.

Javier Ikaz: Era de chica, además era, siempre le gustaba a la chica que te gustaban a ti, ¿no? el ser chico, era uno de los odiados, como los *Hombres G* y tal...

Jorge Díaz: Bueno y *Los Pecos*. Como seguramente fuera odiada Samantha, Samantha Fox y Sabrina, obviamente

José Antonio García: No, no creas (se ríe)

Javier Ikaz: También había grupos que gustaban a las chicas que eran muy odiados por los tíos, incluso *Europe*, me acuerdo, que como las tías estaban locas por, por ellos, pues, los chicos como que no, ¿no?

Corte 4.2.- Emitido en *Herrera en la onda* de Onda Cero el 15 de diciembre y en *Hoy por hoy* de SER el 16 de diciembre:

Una niña: Papá, mira, papá, mira, papá, mira papá..., papá, ¿me estás mirando?

Locutor: El asistente de salida involuntaria del carril del *SEAT León* te alerta cuando te desvías del carril. *SEAT León* TSI 110 caballos AIT con la última tecnología en seguridad y con todo lo que un padre necesita por trece mil novecientos euros.

Corte 4.3.- Emitido en *Hoy por hoy* de SER el 17 de diciembre:

Locutor: Soy Luis. Llevo 15 años como mecánico en Norauto.

Corte 4.4.- Emitido en *Esto me suena* de RNE el 18 de diciembre:

Locutor: Dice, de todas maneras el estudio que los hombres aficionados al bricolaje son más serviciales, protectores y detallistas que el resto, será por eso que el 45% de las mujeres los consideran más atractivos.

Corte 4.5.- Emitido en *El larguero* de SER el 15 de diciembre:

José Ramón de la Morena: Pero tu novia, Dani, tu novia empezará a decirte

*Dani, a mí me gustaría que me pusieras en la Seguridad Social, ¿no?” [...]. Pero, te dirá yo quiero hacer una boda ya como dios manda y con un cura y todas esas cosas, ¿no?*

Anexo 5.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado *La fiscal y la jueza*

Bajo este título se han difundido los siguientes cortes cuyo contenido es el transcrito a continuación:

Corte 5.1.- Emitido en *Las mañanas de rne* de RNE el 16 de diciembre:

Locutora: La juez imputa a Jordi Pujol padre, a Marta Ferrusola y a los hijos Mireia, Marta y Pere un delito fiscal y uno de blanqueo. Esta magistrada es la que desde este verano investiga el origen del patrimonio de la familia Pujol.

Corte 5.2.- Emitido en *La tarde* de COPE el 19 de diciembre:

Ramón García: Bueno, vamos a hablar como te he prometido de Consuelo Madrigal, era una de las noticias que te actualizamos ahora con Blanca María Pol. Es la nueva Fiscal General del Estado en sustitución de Eduardo Torres Dulce [...]. Es la primera mujer que tiene este cargo. Tiene un perfil conservador, discreto. Es en la actualidad fiscal de la sala coordinadora de menores. Fue fiscal del Tribunal Supremo.

Corte 5.3.- Emitido en *La ventana* de SER el 19 de diciembre:

Isaías Lafuente: Porque somos una especie de Doñana de la radio, desde aquí observamos pues todo el ecosistema de las palabras, algunas que están sanas, otras en peligro de extinción, otras que vienen y se van, y otras que vienen para quedarse, por ejemplo algunos femeninos que al principio nos resultan extraños, pero después al final, terminamos utilizándolos con una cierta normalidad, y hemos vivido en este sentido una semana histórica, por ejemplo, esta mañana, la primera Fiscal General del Estado y alguien me preguntaba en *twitter* ¿será fiscal generala?. Bueno pues, *fiscal* sí porque es una palabra que está en el diccionario, *general* no porque como adjetivo tiene un valor invariable así que podemos hablar de ella como *fiscal general*. También hemos tenido, no aquí en España, pero sí en Gran Bretaña a la primera mujer obispa y así la hemos llamado en la SER con naturalidad.

Locutora: Ha sido una larga lucha que ha dividido profundamente al clero, pero después de veinte años de que las mujeres accedieran al sacerdocio, la Iglesia de Inglaterra ha designado al fin hoy a la primera mujer obispa.

Isaías Lafuente: Obispa, muy bien. Así se han referido también otros medios de comunicación. Ahora es un nombramiento que le ha pillado a los académicos con el

nuevo diccionario recién salido del horno y no recoge este femenino, y alguno podría pensar *¡hombre! Si no había mujeres obispos, ¿para qué crear el femenino?*

Anexo 6.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado *Rajoy y Soraya*

Bajo este título se ha difundido el siguiente corte cuyo contenido es el transcrito a continuación:

Corte 6.1.- Emitido en *La brújula* de Onda Cero el 15 de diciembre:

Carlos Alsina: Rajoy no consta, no consta, que haga cena de empresa, de su empresa política, digamos, ministros, secretarios de Estado, hombres y mujeres de confianza, pero si Rajoy organizara una cena de Navidad, seguro que en lugar de ir él enviaría a Soraya. Soraya es Rajoy a todos los efectos y Rajoy es Soraya. No les distraigan muy menores como que él sea hombre y ella mujer, él muy alto y ella menos, el futbolero y ella qué más da lo que sea. Hoy, por ejemplo, Rajoy viajó a Afganistán a saludar a las tropas españolas, las que tenemos en Herat, aunque en las fotos sale una señora saludando a los militares y saludando a la base que tenemos allí, aunque es una señora la que brinda por el Rey y por España, no se distraigan, es Rajoy encarnado en Soraya. Esta noche celebra su cena de Navidad el Partido Popular Madrileño y se ha anunciado la presencia de Rajoy. Será Rajoy o será Soraya.



Anexo 7.- Corte reproducido en los grupos de discusión titulado *Entrevista a la deportista olímpica Mireia Belmonte en El larguero*

Bajo este título se ha difundido el siguiente corte cuyo contenido es el transcrito a continuación:

Corte 7.1.- Emitido en *El larguero* de la SER el 16 de diciembre:

David Alonso: No, pero estoy, estoy acompañado por, por dos bellezas, las reinas de las noches...

José Ramón de la Morena: Estás cortado, David

David Alonso: Sí, sí...

José Ramón de la Morena: En la voz te lo noto

David Alonso: Estoy cortado. Además, me estoy viendo en una situación eh..., a mi izquierda una rubia, a mi derecha una morena

José Ramón de la Morena: Je, je, es una zarzuela

David Alonso: Mira, te voy a presentar a la reina de la noche en esta gala del diario *As* en el *Palace*, por delante incluso de la presentadora estrella que ha sido Laura Martínez, brillante, guapísima, pero claro, es que Mireia Belmonte tiene el plus de ser la mejor deportista española y además ha completado un año con un números asombrosos, eh..., la gente que nos escucha se va a..., yo creo que se va a quedar de piedra con esto, pero estos datos son ciertos, en 2014 esta chica que tengo al lado con vestido negro, de espalda descubierta, eh..., de gasa, ¿es de gasa, verdad Mireia?

Mireia Belmonte: Sí, sí, sí.

José Ramón de la Morena: La reina

David Alonso: Eso es, pues ha conseguido 53 medallas en grandes competiciones, 32 de ellas de oro y varios records del mundo de los 5 que tiene en total

José Ramón de la Morena: Tendrá ganas de hablar de, de, de..., de moda, de vestidos, de, de compras, de *cotis*, ¿no?

Mireia Belmonte: Bueno, de todo en general

José Ramón de la Morena: ¿Te ha costado, te ha costado mucho decir *qué me pongo*, *qué me pongo*, *qué me pongo*?

Mireia Belmonte: Bueno, la verdad es que, que esta vez me lo han puesto muy fácil, hoy voy de Roberto Verino con joyas de Rabat, así que imagínate qué lujo

José Ramón de la Morena: Si te estoy viendo una foto del As, te estoy viendo en la foto del As, a ver qué, el, el, la, la falda, la falda es oscura ¿no?

Mireia Belmonte: Sí, llevo un vestido negro con, de gasa...

José Ramón de la Morena: Sí, sí, sí...

Mireia Belmonte: ...Con la espalda descubierta con pedrería también, así que, que si hoy, si hoy cambio de bañador por otro traje más elegante

David Alonso: Vamos a colgar alguna foto...

José Ramón de la Morena: Escote cerrado y ¿el moño?, ese moñito recogido arriba...

David Alonso: No, no, no lleva moño

José Ramón de la Morena: ¿no?

David Alonso: No, no, no, lleva el pelo suelto

Mireia Belmonte: Ondas

José Ramón de la Morena: Entonces, lo estoy viendo mal es que no me he puesto las gafas

David Alonso: Esa foto es antigua, es de otra gala. Ahora vamos a mandar una buena

José Ramón de la Morena: Es posible, es posible, dámela tú, dámela tú [...]

David Alonso: Bueno, lleva un vestido negro realmente espectacular de gasa

José Ramón de la Morena: Ah, ya, ya...

David Alonso: De Roberto Verino, la espalda descubierta...

José Ramón de la Morena: Sí, sí sí...

David Alonso: Rubia, el pelo así..., ¿cómo se llama?, ondeado ¿no? Tiene ondas, bueno, sonrisa permanente, ojos claros preciosos, así que hoy Mireia de verdad está realmente radiante

José Ramón de la Morena: Mireia, y ¿te gastas mucho en ropa?

Mireia Belmonte: Bueno, me gusta mucho ir de compras porque me gusta mucho el, todo el mundo de la moda pero la verdad es que no tengo tiempo, es lo que me falta es el tiempo

José Ramón de la Morena: Sí, claro. Cuando se tiene dinero no se tiene tiempo y cuando se tiene mucho tiempo no se tiene un real ¿a que sí?

Mireia Belmonte: Sí, sí

José Ramón de la Morena: Dices que, que, que si es por nadar que ¿cuántas...? Hoy, por ejemplo ¿has nadado?



Mireia Belmonte: No, hoy tenía día de descanso porque ayer acabé el campeonato de España de, que duró tres días, y hoy tenía descanso pero mañana, bueno en unas horas, creo que voy a estar en la piscina

José Ramón de la Morena: Hoy habrás dicho *Uy, que tengo que ir a la pelu* ¿cuánto tiempo te has tirado en la *pelu*?

Mireia Belmonte: Pues, nada, quince minutos

José Ramón de la Morena: No, no me lo creo

Mireia Belmonte: Sí, sí

José Ramón de la Morena: Quince minutos es imposible. Mira, aquí quince minutos en la *pelu* no se tira ni Manolote

Mireia Belmonte: Laura está de testigo

Laura: Yo lo he visto, yo lo he visto

José Ramón de la Morena: Laura,...

Laura: Sí, sí, sí, quince minutos

José Ramón de la Morena: Pues Laura, tú te has ido esta mañana y has vuelto a las tres

Laura: No, pues sí...

José Ramón de la Morena: Bien temprano...

Laura: Es que hay una diferencia en el volumen, el de Mireia es más fácil que el mío, José Ramón, eso son temas ya, de, de mujer tan no sé qué, pero bueno que que está como te decía guapísima.



## Anexo 8.- Transcripción de los discursos producidos en el grupo formado por la audiencia radiofónica

La información acerca de este grupo es:

- ✓ Fecha de celebración: 10 de abril de 2018.
- ✓ Hora de comienzo: 10:00h. de la mañana.
- ✓ Lugar: estudio número 6 de radio de la *Escuela Superior de Imagen y Sonido CES*, calle Mar Adriático número 11 de Madrid.
- ✓ La denominación con la que su membresía aparece citada en este trabajo, su lugar y fecha de nacimiento, los estudios superiores que ha alcanzado y su profesión son<sup>58</sup>:

OYENTE MUJER-1: Caracas, Venezuela. 4 enero 1977. Educación Secundaria. Ama de casa.

OYENTE MUJER-2: Valladolid. 15 marzo 2000. Graduada en Enfermería. Enfermera.

OYENTE MUJER-3: Madrid. 22 enero 1951. Técnica superior en diseño de moda. Secretaria.

OYENTE MUJER-4: Madrid. 22 octubre 1985. Licenciada en ingeniería informática. Informática.

OYENTE VARÓN-1: Illescas, Toledo. 3 junio 1999. Bachillerato. Operario en una estación de servicio.

OYENTE VARÓN-2: Oviedo, Asturias. 24 octubre 1985. Graduado en Musicología. Músico de orquesta.

OYENTE VARÓN-3: Madrid. 3 agosto 1994. Licenciado en Psicología. Terapeuta ocupacional en una ONG.

OYENTE VARÓN-4: Madrid. 20 abril 1967. EGB. Dependiente.

---

<sup>58</sup> En la información sobre la filiación de quienes integran este grupo se ha ocultado la relación de sus nombres y apellidos en aras de la preservación de su privacidad.

A.- Tratamiento de asuntos de carácter general

1.- Primera parte

MODERADOR: ¿Sabéis lo que es el sexo, el género y la orientación del deseo de una persona?

OYENTE VARÓN-1: El género es la diferencia entre un hombre y una mujer. El sexo pues es la orientación sexual, puede ser, o...

OYENTE VARÓN-2: Yo opino que el sexo es como lo que físicamente no se puede cambiar, o sea, lo que ya viene dado. Y el género es la orientación que puedas tener.

OYENTE MUJER-1: Sí, estoy de acuerdo.

OYENTE VARÓN-1. Pero a día de hoy el sexo también se puede cambiar, es decir, te puedes operar.

OYENTE MUJER-1: Pero naces con, no..., naces con los genitales con los que naces. Y luego el género, pues, el género luego lo adquieres.

OYENTE MUJER-3: El género es con lo que, un, es algo impuesto por la sociedad, es decir, si tú naces mujer se te pone el género femenino y, si naces hombre, supuestamente tienes que tener género, eh..., masculino. El sexo es, al fin y al cabo, si naces mujer u hombre. No sé.

OYENTE MUJER-2: Sexo es lo que biológicamente, digamos, y género lo que tú psicológica y mentalmente quieres.

OYENTE VARÓN-3. Yo creo que estaría la heterosexual y la homosexual y a partir de ahí, yo lo entiendo como un continuo de si esto es la heterosexualidad y esto es la homosexualidad, que me gustan las personas del sexo contrario o me gustan mucho las personas del mismo sexo, eso es un continuo de me van a poder gustar, voy a poder ser bisexual, es decir, que me gustan tanto los tíos como las tías, siendo tío o tía, pero

puede que me gusten más los tíos o puede que me gusten más las tías, es decir, en un continuo no tengo que estar en un extremo o en otro, puedo estar entremedias.

OYENTE MUJER-3: Bisexual, eh..., asexual, intersexual.

OYENTE MUJER-4: Muchísimas.

OYENTE VARÓN-1: A día de hoy ha salido una nueva que es que hay personas pansexuales que lo que hacen es que les gusta la persona en sí.

OYENTE VARÓN-3. Estás mezclando la orientación con la identidad. No es lo mismo el género fluido que la orientación sexual.

OYENTE VARÓN-2. Yo pienso que la idea que hay hoy del género fluido es que te gusta una cosa u otra sintiéndote una cosa u otra. Depende del tiempo en el que estés.

OYENTE VARÓN-1: Sí pero al fin y al cabo no vas a dejar de ser bisexual.

OYENTE VARÓN-3: Esto son etiquetas que se ponen para sentirse cómodos. Hay gente que con la etiqueta gay se siente cómodo y hay gente que con la etiqueta gay no se siente cómodo. Entonces dice soy un hombre que tiene relaciones sexuales con otros hombres pero porque no le gusta llamarse gay. Entonces aquí ¿existen varias orientaciones? podemos decir que, para mí hay heterosexual, homosexual y bisexual en un continuo pero si alguien se siente más cómodo diciendo que es un hombre al que a veces le gusta follar con hombres pues bienvenido sea si él se siente cómo así, yo no seré quien le diga que no se puede ser así.

OYENTE VARÓN-1: Está claro que esa es la definición exactamente de la palabra gay, si lo quiere omitir pues lo omite y ya está.

MODERADOR: ¿Qué relación existe entre el sexo de una persona, su género y su orientación?

OYENTE VARÓN-3: Para mí el sexo es parte de los genitales, diríamos, bueno, los genitales y la estructura del cuerpo y el género hace referencia a la identidad sexual, es decir, de a como vivo y cómo me expreso en el mundo sexual.

OYENTE MUJER-4: O sea, yo creo que son más diferencias sociales, al fin y al cabo. No creo que haya una diferencia de, de, identidad de género en ese sentido. Yo creo que muchas veces se asocia el género a distintas actitudes y yo creo que no, que no tiene nada que ver.

OYENTE MUJER-3: Al final si es un, lo que te impone la sociedad, es lo que te impone la sociedad, los comportamientos que se supone que tú tienes que tener por haber nacido mujer o hombre.

OYENTE VARÓN-2: Sí. La cultura que está arraigada, que poco a poco se va cambiando y no está siendo tan fuerte, pero es que el problema viene dado ya.

OYENTE MUJER-1: A día de hoy si lo vemos de la forma en que estamos conociendo el mundo como tal, ¿no?, pienso que quizás no tanto, a lo mejor, quizás naces con un sexo pero luego tu género puede cambiar, depende de tu propia decisión.

OYENTE VARÓN-3. Puede cambiar si no que el género al final no va a venir tanto que marcado biológicamente o sí. Pero que va a influir mucho tanto la parte cultural, la parte social, la parte de las relaciones aunque yo creo, en mi opinión, que siempre va a haber una parte biológica, pero no tiene por qué coincidir ese género con ese sexo con el que hemos nacido.

OYENTE MUJER-1: Exacto.

MODERADOR: ¿Cómo se manifiestan?

OYENTE MUJER-1: Educación, la parte cultural, ¿no?

OYENTE VARÓN-3: Toda la crianza, yo creo, la familia. Todos los ámbitos relacionales, los amigos, tus padres, tus amigos.

OYENTE VARÓN-1: Un poco todo lo que te rodea es lo que te influye. La influencia que tú tienes es la que, es la que tú al fin y al cabo vas a enseñar a la gente.

MODERADOR: ¿Qué factores influyen en su adopción y de qué orden son?

OYENTE VARÓN-4: Se supone que si tú eres hombre no puedes llorar, tienes que ser súper fuerte. Y si eres mujer es todo lo contrario, tienes que ir a la cocina, tienes que cuidar de los niños, etc., etc. Cuando totalmente es todo lo contrario, los hombres pueden llorar igual que las mujeres, los hombres pueden cocinar igual que las mujeres.

MODERADOR: ¿De qué dependen el comportamiento y la actitud que una persona tiene en lo referente a estas categorías?, ¿en qué lugar y de qué modo se adquieren?, ¿qué referentes existen que puedan ser tomados como modelos a copiar?

OYENTE VARÓN-2: Totalmente.

OYENTE VARÓN-3. De hecho si te vas a otras culturas vas a ver que no siempre es igual el patrón masculino. Vas a países del este y los hombres van dados de la mano, aquí ver a dos hombres dados de la mano sigue siendo algo homosexual, algo muy femenino, entonces vemos que la cultura sí que marca unos patrones femeninos o masculinos.

OYENTE MUJER-1: Entiendo que será el gusto sexual que tengas, la, si te gusta un hombre o una mujer o el género que te guste.

OYENTE VARÓN-2: Opinión exacta no, pero me puedo hacer una idea.

OYENTE VARÓN-4: Como para ponernos a enumerar.

MODERADOR: ¿Creéis que existen roles, papeles, estereotipos y patrones de comportamiento asociados a cada uno de los géneros y de las orientaciones?, ¿por qué son de ese tipo y no de otro?

OYENTE MUJER-1: Sí, y están marcados.

OYENTE VARÓN-1: Si naces hombre tienes unos papeles en la sociedad y si naces mujer otros.

## 2.- Segunda parte

MODERADOR: ¿Pensáis que lo que se narra a través de la radio, los contenidos que escuchamos cuando sintonizamos una emisora, el tipo de lenguaje que utiliza para ello y cómo lo cuenta influyen en la población?

OYENTE VARÓN-1: Influir no, pero apoyar sí.

OYENTE VARÓN-2: Yo creo que influye. Influye todo, vamos.

OYENTE VARÓN-4: Sí.

OYENTE MUJER-4: En la adopción del género.

MODERADOR: ¿Cómo trata la radio los contenidos en los que se representa a una mujer con respecto a aquellos en los que se referencia a un varón? ¿y de alguien homosexual con respecto a otra persona heterosexual?

OYENTE MUJER-1: Yo creo que no, yo creo que viene, viene a lo mejor en el alma, entre comillas, mi opinión es que no.

OYENTE VARÓN-3: Yo creo que va a influir, igual no, es que también, como el género no lo hemos llegado a definir del todo, sí que va a tener una influencia no tanto en como yo me sienta sino en cómo me expreso, es decir, los medios de comunicación van a marcar un estatus o una forma de actuar en función a mi género. Si soy hombre voy a tener que actuar de una forma y si soy mujer voy a tener que actuar de otra forma y si me salgo de esa norma, aunque hoy en día está cambiando, eh..., voy a ser raro, o voy a ser especial y por eso me van a caer palos. Yo creo.

OYENTE MUJER-1: Claro, en ese sentido sí es verdad, influenciar en ese sentido sí.



OYENTE VARÓN-3. Yo creo que lo vemos en la radio, lo vemos en la televisión, que hay patrones muy marcados, el género masculino y el género femenino.

OYENTE VARÓN-4: En la radio, como todos los medios de comunicación, pienso.

OYENTE MUJER-4: Bueno, a lo mejor puede ser menor porque, al fin y al cabo, visualmente, no sabes, o sea, al fin y al cabo, estás oyendo voces y sus perspectivas, pero, a lo mejor, sí que te sientes, eh, eh..., ¿cómo decirlo?, influido por el hecho de que haya más voces masculinas que femeninas, y ya, seguir los roles, o que, las diferentes posiciones que tengan esas voces dentro de un mismo programa. No sé...

OYENTE VARÓN-2: Yo creo que lo que pasa en la radio como en la televisión es que todavía se sigue con un lenguaje antiguo, vamos, es que desde las nuevas políticas parece que se está intentando cambiar, para bien, yo creo, un poco más... Es inconsciente la mayoría de las veces pero sí se llegan a decir cosas que, si te pones a pensar, como decíamos antes, influyendo demasiado en la sociedad para que alguien elija un lado u otro, o el del medio, yo creo que se está llevando un poco a la tradición oral.

OYENTE VARÓN-2. Introduciendo poco a poco conciencia.

OYENTE VARÓN-3. Yo creo que no basta con cambiar el lenguaje sino con cambiar, lo que hay que cambiar es la mentalidad o la forma de pensar.

OYENTE VARÓN-2. Es muy difícil, grandes glorias del periodismos y demás, cambiarlos ahora. Pero bueno,

OYENTE VARÓN-3. Pero sí, es verdad que..., que puedes cambiar el lenguaje pero se te va a escapar algo y piensas de otra forma, vas a hablar de otra forma, yo creo.

OYENTE VARÓN-1: Sí pero, siempre se va a enseñar en la radio que se tiene que hablar de esta forma, entonces yo creo que hasta que no se cambie el rol de cómo enseñar a la gente nuevas formas de expresarse, hablar de otra manera más, por así decirlo, más moderno ¿no?, porque se sigue hablando muy antiguo, eh..., yo creo que

hasta que no partamos de esa base de empezar a, a enseñar a la gente a hablar de, de enseñar este tipo de cosas a la gente, del miedo a decirlo, yo creo que no se va a cambiar nunca en la radio y aún así teniendo referentes, o tomando como referentes a otros periodistas que han estado hablando siempre pero así de cultos, ya por ejemplo, en la COPE, en la SER, o sea, siempre hay un..., está marcado el hombre y la mujer, hasta que eso no se elimine, o sea, no va a desaparecer...

OYENTE VARÓN-3: Que no es consciente tampoco muchas veces, no todos los locutores ni mucho menos tienen la idea de hablar de esta forma porque mi pensamiento es, es, es así.

OYENTE VARÓN-1: Es lo que te estoy diciendo, porque le han enseñado eso.

OYENTE VARÓN-3: Hablo así porque ha crecido así, porque se ha desarrollado así.

OYENTE VARÓN-1: Si a ti te enseñan a hacer la cama de una forma, la vas a hacer así hasta el último día de tu vida.

OYENTE VARÓN-2: Pero, ¿no crees que eso se puede cambiar? Yo creo que es una tradición que tienes en la cabeza que no sabes que tienes.

OYENTE VARÓN-3: Eso es, yo creo que es como el problema del machismo, eh..., somos todos, tanto hombres como mujeres somos muy machistas pero no por el hecho de que nos sintamos ser machistas sino porque es algo con lo que hemos crecido, muy interiorizado, nos salen, pues barbaridades más grandes o más pequeñas, pero que soltamos de forma inconsciente, no porque pensemos en la inferioridad de la mujer, sino porque hemos asumido que era un rol que era así.

OYENTE MUJER-1. Yo creo que el mundo radiofónico sigue siendo quizás todavía machista, incluso yo creo que el mundo audiovisual en general, aunque ahora se nota que están entrando más mujeres, pero sí, se nota muchísimo que sigue siendo, muchos más hombres...

OYENTE MUJER-3: Es como todo ahora, ahora se está teniendo más cuidado en el lenguaje,... Pero, desde mi punto de vista, sigue siendo machista, pero, vamos, no es nada, en la radio, en la televisión.

MODERADOR: ¿Existe algún tipo de relación entre el contenido de un programa y el género de la persona que lo presenta?, ¿creéis que el grado de credibilidad de una noticia está condicionado por el género de la persona que lo lee en antena?

OYENTE VARÓN-1. Que se lo crea más.

OYENTE VARÓN-3. Yo creo que sí, que la gente

OYENTE VARÓN-1: Sobre todo en noticias de este estilo, de machismo y demás, la gente se cree más a un hombre que a una mujer porque la mujer se entiende que es feminista, ahora no te voy a hacer caso porque defiendes tus intereses. Entonces, creo que eso hay que cambiar un poco la mentalidad.

OYENTE VARÓN-3: Exactamente, yo estoy de acuerdo, cuando es una noticia relacionada, pues, con, con, con la mujer o con una violencia machista por ejemplo, es verdad que si lo lee un hombre, igual otros hombres le van a dar más validez que si lo lee una mujer que va a tener una actitud mucho más de, de, de a claro esta lo lee porque le influye directamente o por, porque, porque es mujer, pero si lo lee un tío es como, ah, no, claro, igual es un problema de verdad.

OYENTE MUJER-1: O la han puesto en este sitio...

OYENTE VARÓN-3: Exactamente.

OYENTE MUJER-1: Para darle oportunidad a las mujeres.

OYENTE VARÓN-3: Eso es. O comentario del plano de no es que se lo merezca como un hombre pero por ser mujer y porque tiene que haber mujeres aquí la han puesto.

OYENTE MUJER-1: Por la igualdad. Exacto. Por la igualdad, por la condición, vamos a poner aquí a una mujer.

OYENTE MUJER-1: Yo creo que sí lo eligen.

OYENTE MUJER-2: Se es consciente de que se va a tomar más en serio, quizás un programa sobre salud, sobre cómo llevar una vida *fitness*, cualquier cosa de estas, probablemente pongan a una mujer, digamos que está más vinculado a la estética y al no sé qué. Y de un programa, digamos de finanzas o un tema más político el, digamos que el empresario es más consciente de que la gente lo va a tomar más en serio, la decisión, y perpetúa esa diferencia social.

OYENTE VARÓN-1: Sí. Tenemos el ejemplo. Yo..., el ejemplo de Sara Carbonero. Sara Carbonero siempre presentaba los deportes, pero... ¿por qué presentaba los deportes? Todos lo sabemos, estaba su pareja ahí, y por eso estaba ahí básicamente. Porque en el momento en el que se fue...

OYENTE VARÓN-3: Pensé que ibas a decir otra cosa.

OYENTE VARÓN-1: En el momento en el que se fue de España su pareja ella desapareció.

OYENTE MUJER-1: En las tertulias deportivas es todo tíos.

OYENTE VARÓN-2: Son las chicas que ponen que son las guapas que están ahí.

OYENTE MUJER-1: De adorno, de adorno.

OYENTE VARÓN-3: Hemos visto cómo se ha ido metiendo el papel de la mujer en el mundo deportivo pero también con la idea de *mira qué progres somos*, vamos a poner... Que hemos visto que se ha ido introduciendo el mundo femenino, el mundo de la mujer en los deportes, eh..., precisamente no como, por el hecho de decir *mira qué progre soy*, *mira cómo meto mujeres en el programa* como dice el micro 4.

OYENTE MUJER-1: Claro, es el plan, vamos a ponerlas de adorno que son muy guapas, y ya está. No porque realmente les vaya a dar un contenido interesante.

OYENTE VARÓN-3: El tertuliano masculino puede ser la persona más fea del mundo pero como va a saber mucho de fútbol, va a tener que estar ahí y la chica va a tener que ser una chica guapa, que consideramos guapa.

OYENTE VARÓN-4: Por ejemplo, en los deportes se nota muchísimo cuando habla una mujer, eh..., más que nada sobre el fútbol, que es lo que conozco yo, no se la toma tanto, no se la toma en serio como cuando habla cualquier hombre. Por ejemplo, en casi todos los programas de deportes casi todos son hombres, prácticamente no hay casi ninguna mujer. Pues, por eso.

OYENTE VARÓN-3: Igual me paso, pero escuchando radio clásica por la mañana, es un programa que es como la sintonía de la mañana, y es verdad que la voz del tipo es una voz muy áspera, muy, como muy poco cuidada y la de la chica sí es verdad que es como una voz más cuidada, y habla mucho menos él que ella, porque es verdad que él interrumpe mucho a la chica, pero es una voz mucho más limpia, y la del otro es muy de bueno: *bla, bla, bla...*,

OYENTE MUJER-1. Claro, a lo mejor tienden a exigir que suene un poco sensual, eso sea, en vez más eso que en realidad la voz sea bonita realmente ¿no?, o que proyecte o que suene más, un rollo así, sensual.

### 3.- Tercera parte

#### 3.1.- Reproducción del corte titulado *El aspecto físico de la mujer*<sup>59</sup>

OYENTE MUJER-1. Una vergüenza, una vergüenza. Cada uno es más patético que el anterior. Es bastante vergonzoso.

---

<sup>59</sup> La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 1 que lleva el mismo título.

OYENTE VARÓN-3: Además, luego continua la cosa y dice y *ahora Mar Márquez nos va a hablar de las pinturas y los que tengáis niñas* tened cuidado con, con esto, además es aparte de, de, de, tened cuidado vosotros, propietarios sobre de ellas, de, de, de haber qué pasa con las pinturas.

OYENTE MUJER-1. ¿Qué clase de contenido?, ¿no?

OYENTE VARÓN-3: La de Merkel, pues la referencia a la pérdida de peso, o sea nos guste más o nos guste menos Merkel, no deja de ser una Jefa de Estado, creo,

OYENTE MUJER-1: Que ya ves tú lo que nos importa que...

OYENTE VARÓN-3: Lo que importa es que ha perdido diez kilos en este año

OYENTE VARÓN-1: Pero también tienes que darte cuenta del anuncio de Clisident, creo que ha sido, *ponte guapa* y podía salir perfectamente un hombre diciendo *ponte guapo*, claro. Como diciendo la chica tiene que tener la boca perfecta para el hombre, pero el hombre puede tenerla como le dé la gana

OYENTE MUJER-1: Sí, desde luego.

OYENTE VARÓN-1: Ha sido el mensaje básicamente.

OYENTE VARÓN-3: Sí, sí, el mensaje es que las mujeres tienen que estar pintadas, guapas, delgadas. Y en cuanto a lo de la radio es increíble.

### 3.2.- Reproducción del corte titulado *La moda es cosa de mujeres porque ellos son unos cepporros y unos desastres*<sup>60</sup>

OYENTE MUJER-1. Es un poco ofensivo incluso hasta para vosotros, los hombres, porque no es realmente así.

---

<sup>60</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 2 que lleva el mismo título.

OYENTE VARÓN-2: No refleja la realidad.

OYENTE VARÓN-3. Y veo más aquí, igual que en la primer parte veía como algo más consciente de un comentario machista, aquí yo creo que es la parte más inconsciente que no es algo que hagan aposta, que piensan así, que las mujeres por, por historia, son las que han comprado la ropa a los maridos, son las que conjuntan mejor, tal, no sé qué, y los hombres, ni idea. Entonces es, es, es estigma, yo creo, del hombre y la mujer como elemento de, de, de belleza. No sé.

OYENTE MUJER-3: Es lo que está pasando hoy en día, en mi casa también pasa, por ejemplo, mi padre pues, ha estado siempre muy, siempre le ha dejado todo eso a mi madre. Es como, ya, mi madre, como que ya ha asumido ese comportamiento y como que ya es la que tiene que, que hacerlo porque le toca. Pero, no, no, no sé, vamos...

OYENTE MUJER-1. Además, parece un contenido como que realmente no tienes nada que decir en ese momento y *me invento un contenido y lo suelto*. No, para la radio no debería, no sé, no sé. Bueno, ni para la radio, ni para nada.

OYENTE MUJER-4: Creo que también legitiman ciertos comportamientos que si un hombre no está de acuerdo con lo que se está diciendo, legitiman que otros hombres puedan decirle algo, o..., esto no es normal, esto no es algo generalizado y, ese hombre puede tener esa conducta también..., en fin...

### 3.3.- Reproducción del corte titulado *Las niñas son princesas y las mujeres hembras encantadoras*<sup>61</sup>

OYENTE VARÓN-2: Yo creo que esos conceptos que existe, por ejemplo en la palabra princesa, no son conscientes. O sea, la tradición que existe ahora pues *ay, mi princesa, ay, no sé qué, no sé cuantos*. No hay consciencia.

OYENTE MUJER-1: Se usa más bien como *ay, qué bonita es*, pero en realidad tiene una connotación como la que has dicho.

---

<sup>61</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 3 que lleva el mismo título.

OYENTE VARÓN-3: Y el factor que has dicho es posesión, yo creo de, de, del príncipe que rescata a la princesa, ¿no? es muchas veces la historia, entonces ¿y cómo acaba la historia? con un beso, de todo. Yo creo que todas las pelis de Disney, Mario Bros rescata a la princesa y consigue el beso al final, entonces, esa connotación al final, sexual, del príncipe, consigue a la princesa, ¿no?

OYENTE MUJER-2: La figura de la princesa es como una figura que siempre está muy vinculada a la delicadeza, a la modosita que está siempre detrás mirando y ya está. Y al final, aunque lo digan como a modo de, de, de elogiar, de una princesa y tal, el tema es no ser consciente de que aunque para ti sea un comentario positivo, realmente estás llevando a que muchas niñas piensen que eso es lo que tienen que ser, tienen que ser así...

OYENTE MUJER-3: La cosificación de la mujer, que somos un objeto y estamos para agradecerles a ellos, para vestir como ellos quieran, para tratarnos como, como...

OYENTE MUJER-1. Exactamente. Y en cuanto a lo de la ministra pues, no viene a cuento decirlo ahí en ese momento ¿no? porque si es tu amiga, a lo mejor es que es su amiga y por eso dice *encantadora como siempre*, pero bueno, lo puedes dejar para ti mismo pero no *mira qué ministra tan encantadora*. Tampoco es...

OYENTE VARÓN-3: Como lo de Ángela Merkel. Que el peso es un comentario totalmente absurdo que no tiene que ver con...

OYENTE VARÓN-1. A mí me llama la atención lo de la rosa, el color de la rosa la mujer, que decías se asocia la mujer a la rosa.

OYENTE VARÓN-3: Sí, exactamente.

OYENTE VARÓN-1: O sea, no, la, la, la mujer no puede tener otro color que no sea el rosa y...

OYENTE VARÓN-3: El rosa de la princesa...



OYENTE VARÓN-1: Tú no puedes salir, de salir en falda y... rosa, todo rosa y sin maquilla y guapa, para mí. Eso no se puede salir de ahí.

OYENTE MUJER-1: Las hembras.

OYENTE VARÓN-3: Estos que eran varios cortes y princesa, princesa, la niña, mi princesa, o sea que...

OYENTE VARÓN-1: y me ha hecho gracia también lo de la hembra, en plan refiriéndose como a *mi perro*.

OYENTE MUJER-1: ¡Ay!, sí, suena fatal.

OYENTE VARÓN-1: Me he sentido así como, como, es muy perro. Voy a sacar a mi hembra a paseo.

OYENTE MUJER-1: (se ríe).

OYENTE VARÓN-3: Además es *la voy a sacar* no vamos a...

OYENTE MUJER-1: La voy a sacar.

OYENTE VARÓN-2: Si no, no puede salir de casa.

OYENTE VARÓN-1: Así se sigue hablando muchas veces,

OYENTE MUJER-1: Sí, sí, sí.

OYENTE VARÓN-3: Sí, es verdad.

3.4.- Reproducción del corte titulado *Los roles diferenciados*<sup>62</sup>

OYENTE VARÓN-3: El hombre no puede querer casarse. Y esa voz, antes hablábamos de las voces pero esta voz de (este participante pone su voz más grave) *Tu novia te va a pedir...* (Se ríen).

OYENTE MUJER-1: duele escucharlo. (Se vuelven a reír).

OYENTE VARÓN-1: Me ha hecho gracia el de los grupos musicales.

OYENTE MUJER-1: Sí, sí, sí.

OYENTE VARÓN-1: Que a día de hoy, a día de hoy sigue pasando, es decir, pasó por 2012 o así que Justin Bieber cuando salió, luego pasó con los *One Direction*...

.

OYENTE MUJER-1: Como todo, sí los *Back Street Boys*.

OYENTE VARÓN-1: O sea, es imposible.

OYENTE MUJER-1: Y el anuncio de coches es terrible porque yo me fijo mucho en eso y siempre los coches, o sea, los más *guays*, los que tienen las aventuras más espectaculares son los tíos, ¿no? y la tía es ahí la que está como una tonta preguntándole *ay, ¿cómo te fue?* y el otro ahí súper, ya sabes. Y todo, todas las personalidades de, la personalidad aventurera, la personalidad de no sé qué...

OYENTE VARÓN-3: Son hombres.

OYENTE MUJER-1: Son tíos. Y yo, el batería, el músico ¿no?, es un tío, no es una tía, y yo, *joer* los cuento así cada uno y hasta a veces les pongo en el *twitt*, en el *twitter* les pongo ¿qué pasa que todos los *cool* son solo tíos y no hay mujeres que tengan una vida interesante?

---

<sup>62</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 4 que lleva el mismo título.

OYENTE VARÓN-3: O una mujer guitarrista, tampoco la ves. O...

OYENTE MUJER-1: Es más, es bastante menos en la música, muchísimo menos desde luego.

OYENTE VARÓN-1: O una mujer que pueda montar su propio armario, su propio mesilla de...

OYENTE VARÓN-3: Bueno, lo que decía del hombre caballero, este, el hombre del bricolaje es como mucho más atractivo.

OYENTE VARÓN-1: Es que el hombre del bricolaje es el más macho del todo.

OYENTE VARÓN-3: Exactamente. El caballero, el príncipe del que hablábamos antes, es el que...

OYENTE MUJER-1: El que arregla la casa...

OYENTE VARÓN-3: Y lo que dices tú de los coches el todoterreno, pero yo creo que esto en radio, en televisión, en *Los Simpsons* se ve el coche todoterreno es el del hombre y el utilitario este, ranchera, para llevar la compra es el de la mujer.

OYENTE VARÓN-1: Ha llegado... llevar la compra y a los niños.

OYENTE VARÓN-3: Exactamente.

OYENTE VARÓN-1: Pero eso sí, eso pasa en la televisión, en las noticias...

OYENTE VARÓN-3: En las películas, en todas las películas.

OYENTE VARÓN-1: En las series, sigue pasando...

### 3.5.- Reproducción del corte titulado *La fiscal y la jueza*<sup>63</sup>

OYENTE VARÓN-3: Yo creo que en la mayoría de los casos han sido cargos de poder, ¿no?, juez, fiscal, obispo, que normalmente no están, no suelen mujeres las que los ocupan y por lo tanto, pues, la interiorización del, del, del cargo como algo masculino, ¿no? Pues lo que decíamos, el defensor del pueblo, el fiscal, no solemos ver que sean cargos femeninos.

OYENTE MUJER-2: Yo creo que al final es como que sorprende que aparezcan esas palabras, pero aparecen esas palabras porque hasta ahora, hasta hace muy poco las mujeres no han tenido las mismas oportunidades de acceder a ciertos, a ciertos trabajos, a ciertas posiciones, entonces evidentemente hasta ese momento no había ninguna palabra porque no había ninguna necesidad social de generar esa palabra, y ahora que la hay parece de que lo asusta y lo que nos llama la atención es *ah, no está reconocido por la RAE*, quizás lo que asusta de verdad es que realmente las mujeres están haciéndose su hueco en un sitio que siempre ha sido de hombres.

OYENTE VARÓN-1: Pero, aun así, antiguamente, hasta hace poquito, antes de que cambie la mentalidad de la gente, cuando la reina acudía a algún evento no, ni se, ni se decía prácticamente, se hacía eco de la noticia, pero iba el rey, aquí, iba el rey y era como *vamos a montar el cordón de seguridad, porque va el rey, va no sé qué, todas las televisiones, va el rey*, y ya cuando va la reina, la reina tiene que dar esa, esa imagen de señora, de, de mujer, como...

OYENTE VARÓN-3: Sí, de primera dama.

OYENTE VARÓN-1: Exacto.

OYENTE VARÓN-3: Claro, pero luego en Gran Bretaña, por ejemplo, es la Reina de Inglaterra, de hecho el marido de la reina no es rey.

---

<sup>63</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 5 que lleva el mismo título.

OYENTE VARÓN-2: Jueza ya sí se empieza a escuchar, suena, ya el oído está hecho a ello digamos.

OYENTE VARÓN-1: Son palabras que están saliendo nuevas, ahora, y entonces se ciñen a lo antiguo.

OYENTE MUJER-1: Claro.

OYENTE VARÓN-3: Tú como periodista tienes que estudiar y actualizar continuamente. Al igual que un escritor tiene que hacerlo pues un periodista...

OYENTE MUJER-1: Está más obligado.

OYENTE VARÓN-1: Estos son cargos altos, ingeniera...

3.6.- Reproducción del corte titulado *Entrevista a la deportista olímpica Mireia Belmonte en El larguero*<sup>64</sup>

OYENTE MUJER-2: Madre mía, no me puedo creer, de verdad...

OYENTE VARÓN-4: La única pregunta de su deporte es si ha nadado hoy, lo demás era su vestido...

OYENTE MUJER-4: Bueno, es que la campeona olímpica, el plus, el plus era que ella era campeona, o sea, es que es muy fuerte. Y luego, que también me ha llamado la atención que, se ha vendido como una entrevista y era un acoso continuo por parte de los dos hombres para decir los comentarios y babosear sobre ella. Literal. O sea, en ningún momento se ha preguntado absolutamente, o sea, han opinado más ellos de lo que llevaba puesto que, es, de verdad, no ha sido para nada una entrevista, ha sido, literal, un acoso. No la dejaban hablar hasta equis preguntas que tenían más que ver para darles, y seguir hablando y babosear todo lo que estaba, lo que tenía puesto o el pelo y demás, o sea, una vergüenza.

---

<sup>64</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 7 que lleva el mismo título.

OYENTE MUJER-3: Al final da igual todo lo que consigamos, da igual todo lo que seamos, lo que importa es si valemos o no como mujer, si servimos o no...

OYENTE MUJER-4: Que su físico es primordial y que lo secundario es su profesión.

OYENTE MUJER-1: Pienso que estos señores están obsoletos definitivamente porque aparte de, de eso, maleducados, una falta de respeto y están obsoletos, parece la época de no sé... de las cavernas, ¿sabes?

OYENTE VARÓN-3: Incluso la chica dice *no, no, es que la peluquería son cosa de mujeres* o sea que también se lleva todo ese campo [...] Ni una pregunta de deportes.

OYENTE MUJER-2: Se ve en muchísimas profesiones cuando los Óscar y tal, se comenta durante una hora o dos horas los vestidos que llevaban ellas y cómo iban, y cómo tal, y cuando se hace una entrevista a un hombre es sobre la actuación, y tal. Si este hubiese sido un Michael Phelps o cualquier otro nadador con muchísimos premios las preguntas hubiesen sido *bueno, y entonces tu entrenamiento cuál es*, y este que lleva un vestido de gasa y que lleva el pelo no sé cómo, y además, haciendo un poco como que lleva es que, *es que no va a llegar, cuántas horas has estado en la peluquería*, son como preguntas muy banales, muy absurdas, que no tienen...

OYENTE VARÓN-2: Yo creo que hay que renovar a toda esta gente.

OYENTE MUJER-1: Sí, sí, sí.

OYENTE VARÓN-3: Y lo estos que hace de *¡Oh, qué vestido!...*

OYENTE MUJER-1: *El escote.*

OYENTE VARÓN-1: Yo lo primero, espero que tuvieran una toalla debajo del micro para no manchar nada. Y lo segundo la cabeza de Mireia, ¿qué estaría pensando?

OYENTE VARÓN-2: Pobre chica.

OYENTE VARÓN-1: Yo creo que estaría pensando *Dejo todo y me voy porque no me vais a preguntar nada*.

OYENTE VARÓN-3: Si ella coge y dice *No, me voy, porque no me dais... Mírala, qué estrecha, qué te cree, qué vergüenza, qué maleducada...*

OYENTE MUJER-1: Sí, sí, sale en las noticias una semana más diciendo que es muy borde, que...

OYENTE VARÓN-2: Pero le daríais la razón, todos, [...] la mayoría, quiero pensar.

OYENTE VARÓN-3: Yo creo que no. No estoy de acuerdo contigo.

OYENTE VARÓN-2: A ver, si yo voy a una entrevista, soy chica, y me empiezan a preguntar una cosa de lo que no soy, o sea, soy deportista, o sea, pregúntame del deporte.

OYENTE MUJER-1: Y la gala es sobre deporte, sobre el periódico, entonces...,

OYENTE VARÓN-1: Yo, a día de hoy, se lo volvería a poner y le diría *mira ¿qué opinas?*, me gustaría saber qué opina.

OYENTE MUJER-1: Qué opina, qué le pasó por la cabeza en ese momento.

OYENTE MUJER-1: Pero definitivamente a esa gente hay que renovarla ya. Que no creo que valgan ya para servir en la radio. Es mi opinión.





## Anexo 9.- Transcripción de los discursos producidos en el grupo formado por el alumnado

La información acerca de este grupo es:

- ✓ Fecha de celebración: 17 de abril de 2018.
- ✓ Hora de comienzo: 10:30h. de la mañana.
- ✓ Lugar: estudio número 5 de radio de la *Escuela Superior de Imagen y Sonido CES*, calle Mar Adriático número 11 de Madrid.
- ✓ La denominación con la que su membresía aparece citada en este trabajo y su lugar y fecha de nacimiento son<sup>65</sup>:

ALUMNA-1: Madrid. 24 enero 2002.

ALUMNA-2: Madrid. 8 septiembre 1999.

ALUMNA-3: Segovia. 3 marzo 2001.

ALUMNA-4: Madrid. 15 agosto 1998.

ALUMNO-1: Madrid. 9 noviembre 2002.

ALUMNO-2: Almería. 6 julio 2001.

ALUMNO-3: Madrid. 25 julio 2002.

ALUMNO-4: Madrid. 14 febrero 2000.

### A.- Tratamiento de asuntos de carácter general

#### 1.- Primera parte

MODERADOR: ¿Sabéis lo que es el sexo, el género y la orientación del deseo de una persona?

---

<sup>65</sup> En la información sobre la filiación de quienes integran este grupo se ha ocultado la relación de sus nombres y apellidos en aras de la preservación de su privacidad.

ALUMNA-2: El sexo es biológicamente con lo que naces, es decir, si naces con un pene o naces con una vagina. Pero el género es lo que tienes en la cabeza, lo que sabes que eres, o sea no es que digas, hostias, tengo vagina soy una mujer, no, no... es que yo sé que soy una mujer.

ALUMNO-3: Yo opino lo mismo, tú naces con una serie de órganos sexuales y ese es tu sexo, eh.., pero a lo largo de tu vida van desarrollando una personalidad que no puede, no tiene que ser acorde al sexo que se te ha puesto, entonces es donde ya entran los, los, los transexuales, los diversos géneros que hay, es decir, actualmente en esta sociedad no se puede, no nos podemos quedar con tú eres niño, tú eres niña, y ahí toda la vida, no se puede, no sé yo lo veo así.

ALUMNO-1: Yo creo que cada uno somos lo que creemos en la cabeza, lo que sentimos, no lo que se ve por fuera o lo que nos hacen creer los demás.

ALUMNO-2: Yo creo que una persona cuando nace le viene asignado biológicamente un sexo y crece y mediante la sociedad se recalca que el sexo femenino y masculino son distintos pero en la sociedad que estamos ahora pues se está viendo que, que, el sexo es un estado mental no es un estado biológico. Tú puedes ser biológicamente un chico, no tiene absolutamente nada que ver con que tú, tú te sientas otra cosa porque tú eres libre de ser lo que tú quieres y viceversa, o sea, en los tiempos que corren yo creo que hay que tener la mente abierta aunque sea...que...que existen ciertas diferencias y yo creo que hay que aceptarlas y aprender a convivir con ellas.

ALUMNO-3: Yo quería decir, yo creo que la discriminación que hay... *tú eres niño, tú eres niña* y así, gran parte de culpa sobre todo en este país la ha tenido la iglesia católica que durante años ha establecido eso, si no, durante el franquismo ya hemos visto que... y que ahora ya con el tiempo hemos ido avanzando más en la sociedad, se ha ido viendo que, pues que no es así, que las personas no somos, no somos una ecuación matemática, que cada uno tiene un pensamiento muy distinto, que si una... que si naces chico durante tu vida puedes pensar que te sientes más identificado con lo que se establece siendo chica.

ALUMNA-3: Pues, normalmente por culpa de la sociedad en la que vivimos la gente se siente identificada con el sexo por ejemplo que tiene, aunque no siempre es así.

ALUMNA-4: A ver yo creo que ahora el problema es, bueno no es problema, en realidad es que tenemos información ¿no? De que tú les puedes decir... eh... si te sientes de otro género, da igual que hayas nacido con este si te, tú te sientes otra cosa, ya está, es lo que tú quieras, pero si es verdad que ahora hay mucha más libertad al decirlo, ¿no?, y es mucho más fácil encontrarte con alguien que te diga *soy, eh, esto*, ¿sabes? Y que tú digas *ah, vale*, el problema es que lo que sigue siendo, o sea, mmm..., sigue habiendo...., hay información para la gente que quiere buscarla, es decir, decirlo. Tú, por ejemplo, si te sientes que no te correspondes es fácil que tú la busques pero sí es verdad de que a la hora de que alguien que no le importa el tema le digas *soy esto* no va a saber qué es, a lo mejor.

ALUMNO-4: Con respecto a lo que acabas de decir el problema es el..., la..., los pensamientos de esta sociedad que, que es súper clasista, o sea, hombre si has nacido hombre es hombre, mujer y si quieres ser mujer pues, ah, pues te aguantas y eres hombre porque lo eres y ya ahí te van a machacar como, como siempre por la sociedad de mierda que estamos viviendo.

ALUMNA-1: Es que esa gente no lo suele decir por el simple hecho de que aunque se diga que hay mucha aceptación social a día de hoy hay mucha gente que sigue sin aceptar esos, esos roles, entonces... A la gente que ha nacido de un sexo pero no se siente identificado con su género. Yo, por ejemplo, tengo una amiga que ella ha nacido con un cuerpo de mujer pero ella se siente identificada como un hombre pero no se quiere operar para ser hombre pero ni nada por el estilo pero quiere que le llamen de chico que le digan *el* y que le digan esas cosas. Entonces, gente tan cercana como su familia dicen que no lo aceptan y que le van a seguir tratando de mujer porque para ellos es una mujer, entonces, es gente que le cuesta mucho salir de eso.

ALUMNA-4: Eso por ejemplo es intersexual creo, es que hay conceptos que realmente no..., a veces, a mí me dijeron lo de intersexual y no sabía ni que existía esa palabra que, yo era como, mmm, no sé lo que es, sabía que era lo de *me siento binario, no binario* y luego ya descubrí que, por ejemplo, existía esa palabra. Palabras que están ahí

y lo conoce, eso es lo que he dicho, lo conoce la persona que busca la información de *me siento así*, entonces, encuentra una definición con lo que etiquetarse, con lo que definirse, pero es que los demás, si no estás metido en ese mundo a lo mejor no sabes realmente lo que es.

ALUMNA-3: Pero la diferencia de esas personas son las que cuando tú les dices, por ejemplo, *soy intersexual* son las personas que ni siquiera se interesan, o las personas que te dicen *oye, quiero saber qué es eso, ¿sabes?*

MODERADOR: ¿Qué relación existe entre el sexo de una persona, su género y su orientación?

ALUMNA-2: Hombre, en principio la sociedad lo que nos impone, *eres chica, rosa, vestido*, no puedes hacer ciertas cosas y al chico *puedes hacer totalmente lo contrario*, pero como ahora estamos en la época de la diversidad cada vez se está viendo que no, que a lo mejor eres chica, y eres agénero, es decir, que no eres ni chica ni chico, o eres un chico trans, o, o..., mil historias más. Sabes?, es que es increíble, y al final la persona se va dando cuenta aunque la sociedad nos imponga algo, tú sabes quién eres, por mucho que te digan.

ALUMNO-1: Yo creo que la sociedad ahora, eh..., cuando vamos creciendo, como que nosotros queremos ser más libres, en plan, al crecer esta sociedad, mmm, vamos queriendo ser más libres y..., la verdad es que nos da un poco igual todo. Cuando pasan los años.

ALUMNO-3: Yo creo que nada más nacer ya te lo van enseñando, tus regalos si eres chico ya van siendo, a lo mejor, un balón, un coche, si eres chica ya empieza a ser una *Barbie...* te van diciendo *tú el fútbol* o las chicas más el baile, eh, cosas que a lo mejor cuando eres pequeño no te das cuenta. Pero bueno, ¿esto por qué?, hay chicas a las que les gusta el fútbol, cuando eres chico te dicen *no llores eso es de nenas*, cuando ven a una chica jugando al fútbol igual, se ponen a..., a decirla marimacho y al chico cuando está bailando le dicen igual, que si eres un mariquita o si eres una nena, y eso aunque hemos ido evolucionando está muy presente.

MODERADOR: ¿Cómo se manifiestan?

ALUMNA-4: Yo creo que sobre todo a la hora donde más se nota es a la hora de trabajo, de yo que sé, a lo mejor es que te vas a algo que sea asistencia sanitaria o, o algo así, y por ejemplo lo que es el cuidado del hogar, el cuidado de las personas está más dedicado a las mujeres, o sea, da igual, en el sentido de cuidado lo tienen más las mujeres, en el sentido de, mmm, deporte, trabajo físico, por ejemplo, en este grado somos cuatro chicas y es una cosa que es un medio audiovisual que es una cosa que yo considero neutra, o sea, que nunca ha sido, bueno, yo no sé si ha sido considerada siempre de hombres o de mujeres, o creo que dentro de lo que cabe, bueno, técnico de sonido sí que puede ser de hombre.

ALUMNA-1: Pero ser *Dj* sí podía ser cualquiera, una mujer, un hombre.

ALUMNO-4: Hay *Dj*'s mujeres, *Dj*'s hombres. Hay *Dj*'s de todo.

ALUMNA-4: A lo que me refiero sobre todo es que todo lo de *esto es de hombre, esto es de mujer* se nota en trabajo, y a la hora de trabajo los estudios, o sea, tú ahora mismo vas a esta misma escuela a Caracterización hay un chico ¿sabes?, hay dos chicos. Luego es hobbies ni se te ocurra hacer deporte eres un, un machorro. Da igual eres machorro. No puede ser que te guste el deporte, eh..., porque no, eres machorro y ya está porque eso es de hombres.

MODERADOR: ¿Qué factores influyen en su adopción y de qué orden son?

ALUMNA-3: Eso se nota sobre todo en la infancia, por ejemplo, yo cuando me ponía a jugar con mis amigos chicos las chicas se metían conmigo porque según ellas era un marimacho por estar jugando con los chicos.

ALUMNO-4: A mí me pasaba lo mismo cuando jugaba con las chicas. Bueno, pues que digan lo que quieran.

ALUMNA-1: Yo tuve una época de *bulling* muy extremo porque decían que yo al ser mujer no podía estar jugando a videojuegos. Entonces, yo todos los amigos que tuve antes de los quince años los perdí porque me dijeron que si yo no cambiaba mis gustos no podía seguir con ellos. Pues pasé dos años completamente sola hasta que gracias a los videojuegos y ese tipo de sitios empecé a conocer a los amigos que tengo hoy en día.

MODERADOR: ¿De qué dependen el comportamiento y la actitud que una persona tiene en lo referente a estas categorías?, ¿en qué lugar y de qué modo se adquieren?, ¿qué referentes existen que puedan ser tomados como modelos a copiar?

ALUMNA-4: En verdad lo que ha dicho de cuando eres pequeño si eres una chica y estás con los chicos se meten con ello o con los chicos igual. Si eres un chico y estás con muchas chicas se meten contigo pero luego a lo mejor en la adolescencia, ummm..., sigue siendo eso pero si un chico tiene un montón de amigas chicas y tal es como *ala, es que estás con muchas chicas* es que ¿sabes? Que cambia a lo contrario, como que se cuelgan medallas de tengo amigos del sexo opuesto o me rodeo de personas del sexo opuesto.

ALUMNA-1: También hay mucha gente que piensa que una chica y un chico no pueden ser amigos porque siempre hay tensión sexual de por medio, o sea, yo por ejemplo, mi familia, lo que es mi abuela me dice que, que no, que yo si me voy a casa de un amigo tengo que dormir con las chicas y que no puedo dormir en casa de un chico así simplemente porque es un chico.

ALUMNA-4: Pero, eso es por ejemplo, la idea de que cuando dice alguien *soy gay* y está el concepto de que el gay es como súper promiscuo, no sé qué, y ya es como *ah, ¿Eres gay? Pues ya no podemos ser amigos porque es que te voy a gustar*, como, si es igual, o sea, perdona, yo puedo ser hetero ver un chico y que no me guste, que no me guste físicamente, que no me guste personalmente o que me caiga mal ¿sabes?

ALUMNA-1: O que lo veas como amigo.

MODERADOR: ¿Creéis que existen roles, papeles, estereotipos y patrones de comportamiento asociados a cada uno de los géneros y de las orientaciones?, ¿por qué son de ese tipo y no de otro?

ALUMNA-2: Uno definido no, porque yo me he encontrado con muchos estereotipos dentro de cada uno. Está el hombre, el machote, están..., bueno hay muchos tipos la chica femenina, la machorra o muchas clasificaciones, y..., también se juega mucho en contra, o sea, hay tanta clasificación que nos metemos unos con otros, incluso pidiendo respeto entre nosotros nos sacamos, nos vamos metiendo con nosotros mismos. O sea, a lo mejor con el colectivo LGTBI si es verdad que pedimos respeto pero, a lo mejor entre nosotros, nos acabamos insultando. Yo me he encontrado con gente homosexual que se mete con transexuales, y es increíble.

ALUMNO-3: Va en función, va en función, a lo mejor de, de, de tu visualidad, es decir, una chica lesbiana ya automáticamente van a pensar *pues es una chica machorra*, como se suele decir, eh., si es un, si es gay pues *es un chico muy afeminado* y si no es afeminado le dicen *es que tú no pareces gay*, es decir, cuando, cuando de repente chocan los estereotipos con las personas reales se produce ese, ese., ah *tú no pareces gay, tú no pareces lesbiana*, es, es algo duro pero que permanece ahí.

ALUMNO-4: Es la educación que te dan. Que te digan *esto es de hombre, esto es de mujer* porque yo, por ejemplo, mi hermana está jugando al fútbol y puede ser lo que le apetezca, le pueden gustar las chicas, le pueden gustar los chicos y a mí me da exactamente igual porque yo ese sistema, como me han educado bien he visto a mi hermana pequeña jugar desde pequeña con chicas y ese tema yo lo veo pues un tema normal, o sea, porque a mí yo creo que me han educado bien diciendo *puedes hacer esto, puedes hacer lo otro* a mí nunca me han dicho *no vayas con las chicas que te van a llamar maricón* pues bien, que me llamen lo que quieran yo sé lo que soy y punto.

ALUMNA-3: La sociedad desde que somos pequeños es como, ummm, cocina, maquillaje para chicas, pelota de fútbol y coches para chicos, entonces vas creciendo con eso, vas creciendo con eso y a medida que eres adolescente se van diferenciando, por ejemplo para mujeres empieza maquillaje, moda, para chicos *te hemos comprado... vas al fútbol y no sé qué*, y ya vas creciendo con eso en la cabeza y llega un punto en el

que te empiezas a plantear tu propio género, tu propia sexualidad y con lo que has llegado a conocer es como *no soy yo, no soy norma, no soy una persona normal porque esto es lo que no me han enseñado.*

ALUMNO-2: Yo creo que lamentablemente sí existen estereotipos dependiendo del género al que pertenezcas y yo creo que están muy potenciados por las redes sociales dado que las redes sociales acaban mostrándote cómo te quieren ver y por la aceptación que quieres sentir acabas mostrándote como al grupo que sientes, eh..., no sé si se me entiende,... Todo humano busca pertenecer a un grupo y al final, si de repente tú te sientes, voy a poner un ejemplo, eh..., transexual, eh..., para sentirte aceptado buscas tener esa pinta de transexual y al final acabas cerrándote y, al final estos son gente, por lo general, por lo que han sufrido por aceptarse a ellos mismos con bajas autoestimas intentan refugiarse en los estereotipos para sentirse aceptados.

ALUMNA-1: La educación y lo liberales que sean con ese tema, por ejemplo, una pareja de padres van con su niño por un parque ven a dos chicas dándose besos, a lo mejor esos padres le tapan los ojos al niño para que no vean eso. Entonces, eso también, aparte de la educación de aceptación los propios padres tienen que demostrar que eso es algo normal y que el hijo en cualquier momento, pues imagínate, que quiere ser mujer, que lo aceptaran, si le gustan los niños también que lo aceptaran y que no les priven de ese tipo de información. Por ejemplo, a mí nunca me han privado de ningún tipo de información desde que tengo uso de consciencia, de nada y yo veo todo la mar de normal. Cuantas más cosas salen más normal lo veo.

## 2.- Segunda parte

MODERADOR: ¿Pensáis que lo que se narra a través de la radio, los contenidos que escuchamos cuando sintonizamos una emisora, el tipo de lenguaje que utiliza para ello y cómo lo cuenta influyen en la población?

ALUMNA-2: Mi opinión de la radio es que es muy escuchada y que influye mucho en la sociedad, entonces, si lanza mensajes apoyando que, que..., respetar esta diversidad puede llegar a mucha gente y concienciar más. Pero..., aún así, no llega a ser lo suficientemente porque hay gente que..., que sigue en sus pensamientos...



ALUMNO-2: Yo creo que lo que hay que ver en esta cuestión es al público al que le llega la radio, la radio le llega con determinados ideales, por ejemplo, eh..., un camionero o alguien que está constantemente escuchando la radio, la radio le acompaña, eh..., va a tender a pensar lo que la radio diga, que está influenciado todo el rato. Y también hay que ver qué tipo de cadenas, por ejemplo, si es una cadena como la Cadena SER o la Cadena COPE que aunque tengan ciertos ideales suelen ser unos ideales bastante céntricos que no decantan por ningún sitio. Luego, por ejemplo, si es verdad que en algunas cadenas como por ejemplo las de música quizás estos temas sí se decantan un poco porque se pone música femenina y se hacen alusiones a los bailes, muchas veces, pero, también sin querer, es humano también, ah..., hacer esas alusiones en plan están poniendo música de fiesta, *reguetón* y tal y los locutores pueden animar, simplemente pueden hacer alusiones, eh..., machistas, entonces hay que ver también al público, a donde llega la..., la radio y ver qué se puede hacer para cambiar un poco esto.

ALUMNO-3. Yo creo que, bueno, yo más o menos igual, eh..., no es tanto en sí la radio en general sino el tipo de radio no, no respecto a los oyentes, al número de oyentes sino a.., a qué tipo de oyentes lo escuchan, es decir, si una radio la escuchan oyentes de más de 60 años no va a tener el mismo impacto para la sociedad que una radio que escuchan los jóvenes, porque a un.., a un tío de 60 años le va a costar más, eh..., concienciarle de cosas que a lo mejor lleva viendo desde niño que a un adolescente. Es lo que yo pienso.

ALUMNA-1: Si la gente ahora mismo tiene algo como icono suele ser muy influenciados por esa persona, entonces yo supongo que cuanto más famoso eres más tienes que medir tus palabras o lo que dices porque sabes que estás llegando a todo tipo de público y que los vas a influir y en eso, por ejemplo, la radio, la televisión e internet tienen mucha influencia porque de ahí salen todos esos iconos luego van imitando.

ALUMNO-4: Yo creo que lo que más daño ha hecho son, por ejemplo, las películas Disney, porque desde pequeño te ponen príncipe-princesa, es que, no sé. yo esos temas los veo que príncipe-princesa, príncipe-princesa, se tienen que empezar a inculcar sobre todo en los niños, que lo vean, que es algo ya normal y que tiene que estar erradicado en la homofobia y todos esos temas, me parece a mí una estupidez,...

ALUMNA-3: A mí también lo que me parece un poco estúpido es la exageración por ambos bandos, por ejemplo, en una película de *Buscando a Dori* aparecieron, pero por

unos fotogramas, poquito, una pareja de dos chicas con un carrito que se dio a entender que eran unas mujeres que eran lesbianas y que tenían un bebé y se montó un escándalo al parecer en internet, pues eso me parece mal, pero también que, por ejemplo Elsa, que se supone que es la princesa, la primera princesa lesbiana, y también se monta un escándalo, y a todo el mundo que decía que no, le acribillaban.

ALUMNA-1: ¿Esa es lesbiana?

ALUMNA-3: Sí, en la nueva película querían hacer eso, que Elsa sea lesbiana. Pero simplemente no me parece bien que se pongan a gritar, a coger horcas y antorchas porque *aparezcan* una pareja lesbiana en unos fotogramas pero tampoco me parece bien que cojan antorchas porque va a aparecer una princesa lesbiana y a todo el mundo que piensa que esa princesa no va a ser lesbiana le acribillen.

ALUMNA-1: Pasó con un vídeo juego también. Con el juego *Overwatch* que la principal protagonista se llama *Dave Servys* y es una mujer, entonces había un cómic que sacó la propia compañía en la que de repente a esa chica se la veía que era lesbiana, y que se daba un beso con su amiga y que le daba un regalo, pues hubo una cantidad impresionante de jugadores que dejaron de jugar al juego porque se ofendieron muchísimo simplemente porque el personaje principal era lesbiana y hubo muchísima gente que dejó de jugar y a mí eso me pareció horrible.

ALUMNA-4: Yo lo que iba a decir es que, por ejemplo, en la de *Frozen*, en la primera, es verdad que en lugar de *a la chica, a la princesa le pasa esto siempre*, lo salvó su hermana porque era el amor familiar, no sé qué, entonces dentro de lo que cabe ya no se lo están llevando a la parte sobre el amor, se lo están llevando a lo que es la persona que es lo que, de todas formas es que yo creo que se valora poco lo que es la persona, o sea, tú tienes delante a una persona con unos gustos, con una forma de ser y ya está, la tienes que respetar y tienes que respetar sus gustos, son los mismos, no son los mismos, pues bueno, ya está.

MODERADOR: ¿Cómo trata la radio los contenidos en los que se representa a una mujer con respecto a aquellos en los que se referencia a un varón? ¿y de alguien homosexual con respecto a otra persona heterosexual?

ALUMNO-3: Está lo que se llaman los micromachismos, eh..., que son, una vez hicieron una..., esto es curioso, *La Sexta* fue a una, no sé si era un acto de cine o algo así, y le hicieron a los actores preguntas que se les hace normalmente a las chicas, y estos se quedaron en plan de..., les preguntaban cosas de *qué guapo vienes hoy, qué ropa interior usas*, cosas así que chocaban mucho pero, que, visto ahí quedaba *exagerao* pero es que es así, es verdad. Es una pregunta que se les hace a las chicas, eh..., y es lo que dije antes el lenguaje *pareces una nena*, por ejemplo, o *qué marica eres* cuando tienes miedo a algo. El lenguaje influye muchísimo.

ALUMNO-1: Yo creo que la gente lo intenta evitar y encima más en la radio que la escuchan muchas personas, pero yo creo que sin querer a veces sale algo.

ALUMNA-1: Hay una pelea muy grande con eso porque querían añadir la *e* para que ambos sexos se sientan identificados. Yo, la verdad, desde mi punto personal lo veo una tontería, para mí, luego habrá gente que sí que lo veo necesario para causar igualdad en el mundo, pero la verdad que a mí me da igual.

ALUMNA-4: Por ejemplo, a mí una cosa en lo del monitor que están muy pesados en el tema es que cuando estás delante de un grupo de gente que les hables en femenino porque te están refiriendo a las personas, o sea, a nosotros siempre desde pequeños te han dicho *en cuanto hay un elemento masculino en un plural ya es masculino* y te están diciendo que, bueno, que te tienes que referir a las personas y bueno, la verdad que yo lo veo bien, pero es verdad que yo lo intento y a mí me cuesta un montón, o sea, a mí me cuesta un montón referirme a las personas y yo creo que al final, también lo que pasa con este tema es que estamos en un mundo un poco egocéntrico en plan *yo soy esto y si yo no soy como tú, en plan, si tú me estás diciendo que te sientes del otro sexo*, o tal, si yo no lo sé a lo mejor es que yo no me siento así, a lo mejor es que ni siquiera intento empatía, ¿sabes?, yo creo que estamos en un momento muy egocéntrico y la radio al final es un medio audiovisual que tiene poder pero la verdad es que yo creo que tienen mucho menos poder ahora mismo que la televisión. La televisión es...

ALUMNA-3: O que internet.

ALUMNA-4: Ahora mismo todo lo que hay en televisión es lo que están viendo los niños, entonces, por ejemplo, si tú vas a un colegio, o tú en una actividad de tiempo libre o lo que sea estás estudiando, estás intentando ayudar a los niños, que, es que, en verdad, tú vas a ir ahora y por mucho que lo intentes a una persona mayor va a ser muchísimo más difícil. Por ejemplo, a un uno por ciento de una población mayor les puedes inculcar cosas, les puedes enseñar lo que se está luchando ahora pero en verdad tienes que ir a por un público de niños. Y si tú les dices una cosa y luego llega una televisión o un internet y se encuentran gente que tiene poder como pueden ser los *influencers* diciendo cosas que, no tienen razón o están dando su opinión sin más pues a lo mejor destruyen un poco lo que se intenta con la educación.

MODERADOR: ¿Existe algún tipo de relación entre el contenido de un programa y el género de la persona que lo presenta?, ¿creéis que el grado de credibilidad de una noticia está condicionado por el género de la persona que lo lee en antena?

ALUMNA-4: Lo usan para todo, lo usan para todo, si tú por ejemplo, si tienes un problema es más fácil que venga un amigo tuyo a hablarte que una amiga porque a lo mejor van a decir *Ay, no, ve tú que eres chico también*, cosas así.

ALUMNA-3: Por ejemplo, en el corte anterior que hemos visto que se supone que estaban hablando de deporte, se supone, estaba hablando un hombre y por ejemplo, en este corte de antes ha habido un anuncio chiquitito, no sé qué era, que era una mujer diciéndote *blanquéate, ponte guapa*, entonces, eso.

ALUMNA-1: Por desgracia la sociedad ve que la noticia es importante cuando la lee un hombre y todo el mundo se para para escuchar al hombre. Si lo está diciendo una mujer no se le suele hacer tanto caso.

ALUMNA-4: Sobre todo también depende de la noticia, te digo, si es una noticia de moda y la dice un hombre *Ah, seguro que es que no tiene razón porque es que el hombre no sabe nada de moda*. La dice una chica y *Oh, perfecto, es que la chica sabe muchísimo de moda*, te va a decir los quinientos colores que existen, te lo va a decir la chica. ¿Es una noticia de deporte, científica? lo lee una mujer y, no es que, *seguro que*

*está algo mal porque es que esa noticia la ha tenido que hacer un hombre, ese descubrimiento científico lo ha tenido que hacer un hombre, entonces ya va a estar mal.*

ALUMNO-4: Eso es, por ejemplo, lo de la moda, eh..., si lo dice ya un hombre ya se le asigna como que es una persona que le gustan los hombres, iba a decir otra cosa pero y eso, por ejemplo los deportes, que yo voy a seguir con los deportes, ves en Cuatro, por ejemplo, ves a las dos personas que están comentando y luego en fin de semana es una chica. Una chica puede hablar perfectamente de fútbol, puede hablar perfectamente del deporte y puede hablar perfectamente de cualquier cosa porque, eh..., saben a lo mejor mucho más que otra persona.

### 3.- Tercera parte

#### 3.1.- Reproducción del corte titulado *Entrevista a la deportista olímpica Mireia Belmonte en El larguero*<sup>66</sup>

ALUMNA-1: Horrible.

ALUMNA-4: ¿Por dónde empiezas, sabes?

ALUMNA-1: Horrible.

ALUMNO-4: Es que ahí va a hablar de lo que va a hacer y lo primero que le preguntan que si va mucho de compras, que si... Vamos a ver, primero, has ido a hablar del deporte, que le han preguntado una pregunta, no sé si luego la entrevista le habrán dicho más cosas, pero *si vas de compras, qué vestido llevas*, eh..., me parece...

ALUMNA-2: A ver, para empezar es un poquito, bastante...bueno, vamos a quitar el *poquito-bastante*. Está siendo totalmente irrespetuoso porque la chiquilla ha ido a hablar de su deporte y no para hablar de vestidos, o sea, es como..., estereotipo de la hostia, es como *venga va, es una chica, vamos a hablar de vestidos, vamos a ver qué lleva puesto, vamos a ser unos babosos a ver cómo de corta lleva la falda* (Se ríe). O sea, no sé.

---

<sup>66</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 7 que lleva el mismo título.

ALUMNO-1: Pero..., aunque hubiese ido a hablar de moda si tienes a esa chica delante lo primero que se te pasa por la cabeza es cómo ha conseguido todo lo que ha conseguido y cómo ha llegado tan alto.

ALUMNO-3: Yo sinceramente... lo primero *a mi derecha una rubia, a mi izquierda una morena* como sintiéndose dominante, como el macho alfa, luego, luego dice por encima dice los logros que ha conseguido y luego viene qué vestido lleva, es decir, es que es una entrevista con tantas cosas que es que cuesta muchísimo quedarse con alguna, pero vamos...,

ALUMNO-2: Bueno, yo..., creo que a la altura que estamos del siglo XXI esta..., esto es totalmente anacrónico, o sea, una, una mujer no se la califica, lo primero, por su vestido, lo segundo, por, por de qué color tenga el pelo sino si es clasificada en, en los logros que ha conseguido en el caso del Larguero que se viene a hablar de deporte. Luego, luego también quería recalcar que, eh..., ya no sólo de los locutores sino a las personas que les llega, esto es lo que quieren oír, quieren oír cómo va la chica, la chica les da igual, lo único que quieren es, pues echarse unas risas porque se lo toman completamente sin importancia que una mujer haya, haya, en la entrevista no le están dando importancia a los logros, a los records que ha conseguido, sino a, están tomando totalmente importancia a cómo va para, para perder el tiempo un rato, para, parece como si se estuviesen riendo, riendo de...

ALUMNA-1: Tiene sólo una única pregunta, del deporte que era, cuando has hecho un descanso, y después del descanso, sí pero ha sido un descanso cortito porque enseguida *te has ido a la peluquería*, enseguida la han vuelto al entorno de *es mujer vamos a centrar la entrevista en tu peinado, en tu vestido*, ya ves tú al resto qué nos importa si es gasa, si va descubierta, como si lleva una bolsa de basura encima y, y no lo ha centrado nada en ella, lo ha centrado en su estética,...

ALUMNA-4: Si fuera, si fuera una persona que es famosa por moda me parece lo más normal del mundo que cojas, hables de su look, hables de su estilo, de cuánto tiempo para prepararse, me parece maravilloso pero estamos hablando de una nadadora, de una deportista, y es que,... o sea primero ya como persona, es que yo creo que en ningún momento ¿la ha llamado por su nombre?, era como *la rubia, la morena, lleva un vestido*

*tal, lleva un vestido no sé qué, hola, esa persona tiene un nombre, esa persona no es el adjetivo que a ti te dé la gana ponerle. Y luego, me estás diciendo que una persona que ha ganado, que ha dicho ¡quinientas mil medallas de oro!* y la estás hablando de una cosa que no es su terreno, que la puede gustar personal, que no la puede gustar, pero tú, la estás entrevistando por ser, eh..., ¿un maniquí?, que no es un maniquí. Aparte el deporte en España, o sea eso a un deportista masculino no se lo hace. A un deportista masculino, primero, no le van a llamar rubio, no le van a llamar moreno, van a empezar con Dios mío qué bueno eres, has salido en quinientos reportajes con un título de Messi el mejor y a esta persona, eh..., no. Es que tú simplemente aunque vayas a poner la televisión, una revista, tal, vas a escuchar cincuenta minutos del deporte masculino y un minuto resumen de todos los deportes femeninos que hay. Creo que, no estoy muy segura, pero creo que el equipo de natación femenino se pagaron ellos el viaje a las olimpiadas y todo porque no se lo pagaban y a un equipo masculino que les pagan el catering, les pagan los calcetines si quieren, y el equipo femenino de equis deporte no recibe ni ayudas, ni formación, ni nada y luego siempre van a ser cuando salen en las revistas con es que *el entrenador de esta deportista ha conseguido que sea la ganadora*, o sea, el entrenador entrena, el deportista es el que lo ha conseguido. No sé...

ALUMNO-4: Yo lo del deporte yo creo que es un tema que siempre ha sido así y espero que nunca, o sea, que se solucione porque yo me acuerdo, o sea, yo por ejemplo, he ido a ver a mi hermana y, llevo yendo..., he visto a mi hermana millones, o sea, llevo años viéndola jugando al fútbol y me encanta ver el fútbol femenino pero claro, luego te vas a las noticias y sólo te hablan de que si *Cristiano se ha lesionado, que no sé qué, que Ronaldo, o sea que Messi ha metido dos goles* pero luego te vas al mundo femenino y dices ¡ostras! ves las noticias y son mucho mejores que si Ronaldo se ha lesionado, no sé a mí esos temas del deporte me parecen súper machistas.

ALUMNA-4: Pero también me parece muy fuerte que haya personas que son ¿periodistas? que están haciendo esa entrevista y es que en ningún momento, o sea, vamos a ver, el entrevistado se siente... ¿sabes?, no es capaz de pegarle ningún corte porque, *joe*, estás ahí como bajo presión. Pero, vamos a ver, los responsables de esos periodistas, el propio periodista cuando está escribiendo esa entrevista, o sea, está como feliz, está como en plan *o sí, muchas preguntazas*, o sea, vamos a ver, tú quién eres.

ALUMNA-3: Pues al escuchar la entrevista lo primero que me impactó es mirar en qué situación estoy *tengo una rubia al lado y una morena al otro*, es como ¿qué situación es esa?, ¿te vas montar, con perdón, un trío ahí con ellas?, no, vas a hacerle unas preguntas que tenían que haber sido de deporte, pero no. Luego se ha puesto a describir que si el escote, que si la espalda, que si el moño, que si los ojos, que no sé qué, es como..., A mí qué me importa cómo vaya, no la estoy viendo y, y..., luego se ha puesto a ir a decirle que *si se ha tirado quince minutos en la peluquería, que eso no puede ser, que si no sé qué...*, pero ¿eso qué tiene que ver con el deporte que está practicando? Es como, no sé, no, no..., no lo llego a entender del todo.

ALUMNA-1: Se suele infravalorar muchísimo a la mujer en las entrevistas, en El Hormiguero pasa lo mismo, cada vez que iban unas invitadas lo que les decían es *Ah, pero, ¿esos pantalones los has comprado ahora?, pero baílame un poquito de tuerquing*, tú imagínate que lo haga un escritor ahí hecho y derecho que va a hablar de su libro y lo que le pides es que se ponga a cuatro patas a hacer *tuerquing*, es que no queda profesional, o sea, ¿dónde cabe eso? Porque sea una mujer se le tienen que hacer ese tipo de preguntas ¡no!, las mujeres somos tan profesionales como los hombres, nos merecemos las mismas preguntas.

### 3.2.- Reproducción del corte titulado *El aspecto físico de la mujer*<sup>67</sup>

ALUMNA-3: Para empezar lo de Angela Merkel, se supone que es una, una..., una política, qué haya adelgazado diez kilos a mí, eh..., sinceramente no me importa, sigue siendo una política, lo importante es que haga bien su trabajo. Luego lo de, lo que ha dicho antes no sé *es que como las niñas juegan mucho a pintarse*, es como..., y luego que si ha insistido en que ella se maquillaba, es como, no sé..., es como no tiene sentido esas preguntas.

ALUMNA-2: Personalmente me parece una completa tontería eso de que a las niñas nos guste pintarnos porque personalmente a mí no me ha gustado la pintura en la vida, en la vida no he jugado a pintarme nunca, es más, a mis *Barbies* yo las dejaba calvas, jugaba con los muñecos de mi hermano, jugaba al balón, o sea es que..., que era todo lo

---

<sup>67</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 1 que lleva el mismo título.



contrario al canon que marca la sociedad sobre lo que nos debe gustar a las mujeres, o sea, todo lo contrario, todo lo que se supone que es para chicos a mí me atrae y todo lo que es para chicas pues me repugna, el rosita, todo eso, no me va...

ALUMNO-1: Pues que van, que va a..., ¿cómo me explico? Van a normalizar, a lo que ha sido hasta hace poco porque la gente no ha salido a quejarse y a decir que no es así, a mostrarse como son por dentro y, y deberían darse cuenta de que estamos en el siglo XXI y que ya no es todo así, que no todos los padres, eh..., deben criar a sus hijos así y decir *hija, te tiene que gustar el rosa, hijo te tiene que gustar el azul*.

ALUMNO-3: Bueno, yo de la primera intervención que he oído quiero recalcar el machismo dentro de las mujeres incluso, cómo esa mujer ya estaba estereotipando, ¿no?, las mujeres, o sea, y luego de la segunda, de lo segundo que he escuchado, es decir, de lo que hablábamos antes, estereotipar con que si eres una niña tienes que jugar con pinturas, no puedes..., es impensable que juegues con pelotas de fútbol, o cosas así, es decir, tenemos que meter en la cabeza que tienes que, que tienes que gustar, es decir, tú tienes que nacer para gustar a alguien, tienes que pintarte, que los demás también te vean guapa y además, no estamos hablando de una figura de alguien que no se sepa quién es, estamos hablando de Ramón García que ha presentado programas para niños muy famosos, es decir, es una figura importante y que se dé este mensaje me parece...

ALUMNO-2: Yo quiero hablar de una cosa que he vivido en mi persona. Yo desde pequeñito me ha encantado pintarme, yo me pintaba mensajes, me pintaba, me pintaba la cara y de toda la vida siempre en vez de decir *mira, qué haces, te estás pintando como si fueras un marica* y me decían *píntate como un súper héroe o algo*, y yo cogía y me pintaba, por ejemplo, un día me daba por pintarme de..., de demonio, y yo sentía una aceptación por, por ser un demonio, era algo masculino. Yo un día me daba por pintarme de pájaro y me ponía tres alitas y tal, y ya era un marica o algo así. Entonces yo he sabido que para nada es una barbaridad pintarse, pintarse es algo muy normal que se lleva haciendo desde los prehistóricos que se pintan la cara, o sea, no sé por qué, pintarse es algo muy normal.

ALUMNO-3: Yo quiero contar también una cosa personal y que refleja a la percepción esto. Eh..., cuando yo era pequeño en mi colegio hubo una vez, esto lo he contado

muchas veces, una vez que trajeron regalos y teníamos que ir pues todos a recoger regalos y por sorteo a mí me tocó ser el último o el penúltimo, creo que el último, y llegué y todos los regalos pues de chico y de chica se estaban acabando y quedaban dos, era una era un kit de estos de maquillaje, de estos del chino, de plástico y el otro me parece que era una, una, un set de coches o algo así, y yo, no sé..., me llamó mucho la atención el color tan fosforito, rosa, tantos colores ahí de maquillaje y me lo cogí. Y niños de seis años vamos, se me echaron encima, y eso no se me olvidará en mi vida. Niños ya de seis años, que eso ya lo traían en casa muy marcado, es decir, yo creo que eso refleja a la percepción lo que estamos oyendo.

ALUMNA-4: La verdad que yo creo que dentro de la radio cuando se hacen programas aunque haya un presentador o un personal, yo qué sé, si viene un entrevistado o lo que sea si es verdad que suelen..., vamos yo los programas que he escuchado de radio suele haber voces femeninas y voces masculinas bastante niveladas, yo creo que hay un número más o menos parecido. Pero sí es verdad que si estás aprovechando que tienes una voz femenina para preguntarle *oye, es que tú te maquillas*, vamos a ver, eh..., están diciendo también, está haciendo referencia con lo de *es que imita a su madre*, bueno, sí es verdad que un niño al final imita lo que ve pero es que no tiene por qué imitar a su madre a lo mejor puede imitar a otro amigo que ha visto, puede imitar a su padre, puede imitar lo que ve en la televisión, lo que ha escuchado, lo que ha visto en la calle, o sea, mmmm, siempre lo lleva al sentido *está haciendo cosas de chicas porque es una chica, está haciendo cosas de chicos porque es un chico*.

ALUMNO-4: Ese es el problema, que siempre es lo mismo *chico hace lo de chico, chica hace lo de chica*, y no tendría que ser así y eso es lo que he dicho antes, eso se aplica desde la educación y lo que le pregunten que si se pinta también que han dicho que *se pinta como una puerta* que si no sé qué, me parece una falta de respeto primero para la chica y no sé, a mí me parece lamentable.

ALUMNA-1: En mi opinión la radio, que sería en este caso, la televisión e internet o lo que sea, pero en este caso la radio debería controlar las preguntas que se van a hacer en una entrevista, que pusieran en el cargo a una persona que fuera más..., bueno...

ALUMNO-4: Con una mentalidad más abierta.

ALUMNA-1: Sí, con una mentalidad más abierta y que viera estas cosas y coja a las personas que ha hecho las preguntas y directamente incluso las despidan porque es que no tiene nada de criterio profesional, porque es como *¡a mí que me importa que Merkel haya adelgazado diez kilos!*, es como si sale Rajoy sale en una portada y le ponen *Aquí está Rajoy con sus veinte kilos que le sobran* porque le sobran y esa camisa ¡por Dios! que ha pasado de temporada, es que les falta poner eso, pero no lo van a hacer porque es un hombre.

ALUMNA-4: Pero eso, por ejemplo, lo llevas al tema de revistas, tú coge una revista de estas típicas de marujeo, vas a ver las fotos de los chicos en plan *Ay, mira, qué mono en la playa* y luego vas a ver una foto de la chica que da igual que pese cuarenta kilos que la van a sacar celulitis, la van a sacar que si el vestido, que si el bikini es del año *pasao*, que si no sé qué... o sea, vamos a ver, ¿por qué?

### 3.3.- Reproducción del corte titulado *Rajoy y Soraya*<sup>68</sup>

ALUMNO-4: A mí lo que más me ha impactado es que diga es que Rajoy es más, la Soraya es menos, que otro sea futbolero, que otro, o sea, que la chica sea..., a mí esos temas me parecen que no se tienen que decir. Primero y que, *lo de Rajoy es más, Soraya es menos*, tienen que ser iguales porque vivimos, yo creo, en una sociedad que estos pensamientos todavía siguen pero que a medida del tiempo tendrán que aflorar pero este corte me ha parecido, o sea lo de, o sea me he quedado impactado cuando por ejemplo ha dicho lo de *Rajoy futbolero, la otra a lo que quiera que sea, y que Rajoy es más y la Soraya es menos*, es mucho más lista que Rajoy, seguro.

ALUMNA-1: Y que Soraya ha hecho más méritos para que se les reconozcan más todos esos actos. Y que digan no, *en el fondo sabéis que no ha sido Soraya ha sido Rajoy encarnado en Soraya* como diciendo es que ha sido él que telepáticamente le ha movido los hilos porque *ella es una inútil, ella no ha hecho nada en el fondo*.

---

<sup>68</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 6 que lleva el mismo título.

ALUMNA-3: Que haya dos personas, en este caso Rajoy y Soraya con los mismos ideales y que peleen por la misma cosa no significa que el Rajoy esté controlando a Soraya.

ALUMNO-3: Yo creo que dice *que no os distraiga que sea mujer*, es decir, llevamos a una mujer al frente de las fuerzas armadas, o del ejército, y yo sé que aquí en este país mucha gente estaba con las manos en la cabeza porque fuera mujer, estuviera más o menos capacitada, eh..., ya por el hecho de ser mujer ya como que no puede estar ahí dirigiendo al ejército, eso ha sido de hombres, eso lo ha dicho como.., y ella, es la figura de Rajoy, como del hombre, *él es futbolero, ¡ella qué más da!* Son cosas que, que..., es que están ahí, no sé si me, si me explico, pero a lo mejor la simple... si te pones a analizar la conversación...

ALUMNO-2: En el momento que... Soraya, ¿no?, acepta el viaje de ir a Afganistán está aceptando a ir a Afganistán a comportarse como un hombre, no a..., a ser una mujer, o sea, ella no va a ir ahí y se va a comportar como se supone que tendría que comportarse una mujer sino que se tiene que comportar como se supone que se tiene que comportar un hombre para no quedar mal.

ALUMNA-4: Al final se acaban atribuyendo las cosas importantes a hombres, al final lo importante es como *lo ha tenido que conseguir un hombre* y da igual si la mujer va ahí con sus pruebas, con sus papeles, con su todo. *No, seguro que hay un hombre por detrás que lo ha conseguido*. Si todo es en masculino, al final, tú también lo usas porque tú piensas que es lo correcto.

ALUMNA-3: Por ejemplo, algo que usaba yo en un grupo en el que estaba antes es que si había más chicas que chicos era femenino, si había más chicos que chicas era masculino. El problema es que en las clases, en todo, siempre te han dicho que, eso que ha dicho mi compañera, en cuanto hay un chico es como *guau, ya todo es masculino*. Si las chicas nos podemos incluir en el masculino, ¿por qué los chicos no os podéis incluir en el femenino?, ¿cuál es el problema que tenéis?

ALUMNA-4: Se siente como atacados.

ALUMNA-3: Es como, ¿que te llamen chica es un insulto?, pues perdóname por ser tu insulto, ¿sabes?

ALUMNA-4: Yo creo que ese es el problema. Siempre que se le trata a un chico, estamos hablando de una palabra, en femenino se siente atacado.

### 3.4.- Reproducción del corte titulado *La fiscal y la jueza*<sup>69</sup>

ALUMNA-3: Como siempre ha habido hombres, más hombres en este cargo pues estamos más acostumbrados, creo que es un poco por costumbre a designarlos en masculino, entonces cuando aparece una mujer ya es un poco por costumbre decirlo en masculino y luego se puede corregir obviamente pero eso es por costumbre, lo veo un poco más así por costumbre.

ALUMNO-3: Yo tengo una idea muy ambigua es que aquí sí que recalcaría que por un lado tienen razón y por otro no lo veo tanto así. También está futbolista, *futbolista*, son cosas, eso sí que lo veo ya más complicado ya de, yo que sé, que vaya a cambiar, pero, no sé, yo tengo una opinión muy ambigua. [...] No es que no lo veo, ni lo veo ni muy importante ni muy necesario.

ALUMNO-3. Cuando hay un grupo de chicas aunque sean cincuenta chicas aunque hay un chico son...

ALUMNA-2: En el caso de mi instituto aun siendo de monjas, que piensas que va a haber de todo, mi profesora de música si es verdad que éramos cuatro chicas en la clase y éramos doce y aun así decía *vamos chicas* o *vamos señoritas* o siempre nos trataba en femenino eso sí es verdad.

ALUMNO-2: Pero ¿os trataba a vosotras en femenino?

ALUMNA-2: A todos. A todos sí *vamos chicas*.

---

<sup>69</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 5 que lleva el mismo título.

ALUMNO-2: Estoy completamente seguro de que eso causaba risa.

ALUMNA-2: No. La verdad que no.

ALUMNO-2: O mínimo te ha chocado porque sino no lo estarías diciendo.

ALUMNA-2: No, no, la verdad, eh, se aceptó bastante bien, o sea, sí al principio causó como, oye, si somos bastantes chicos, tal, pero a ver...

ALUMNO-2: Yo creo que la solución a estos temas del lenguaje, eh, yo pienso que a nosotros ya no se nos puede cambiar tan fácilmente, tan fácilmente, o sea podemos esforzarnos, pero yo creo que el cambio viene actualizando a, a los jóvenes, que a las, a las personas que empiezan a hablar ya se les hable con, con lenguaje totalmente paritario y tratar de que ellos también reciban un lenguaje paritario partiendo desde las escuelas donde, donde aprendes a hablar.

ALUMNA-4: Yo creo que ahora también sigue habiendo mucho impacto de si por ejemplo te dicen la persona que se cambia de médico y llega y es una mujer va a ser como *¿es médica? Oh, vaya...*, no sé. En una sentencia, en lo que sea, pondrá *juez* y luego llegarán y dirán *Oh, es una mujer*. No sé si se ve a mejor o a peor. Si es verdad que yo creo que a peor *¿por qué?* porque han sido cosas que siempre han sido de..., de poder masculino. Por ejemplo, iba a decir lo de limpiador limpiadora, no sé, lo de amo de casa, son palabras que a lo mejor, eh..., suenan raras al decirlas porque siempre han sido en un masculino o en un femenino.

ALUMNA-1: Yo pienso que la verdad, es verdad, habría que cambiar un poco del vocabulario actual para ir incrementándolo poco a poco y hacerlo más apto para la sociedad que se tiene hoy en día, pero es verdad que yo algunas palabras no las cambio porque, la verdad, me suenan de lo más normal del mundo y la gente no debería de asociar un género con una palabra, por ejemplo, con lo de juez o jueza yo la verdad es que me voy a un juzgado y me dicen *te va a atender el juez* y yo, la verdad no sé si es por instinto, yo no lo asocio a un género ni masculino ni femenino, yo ya cuando entre veré qué género es, pero, no sé, es verdad que habría que cambiar algunas palabras pero, pero otras se oyen bien ya de por sí, no habría que ofenderse.

ALUMNA-4: Yo, por ejemplo, yo si, si es verdad que lo asocio a, a mi me dices *un juez* y pienso directamente en un hombre, pero no me defrauda abrir la puerta y que sea una mujer.

ALUMNO-4: Ese es el problema.

ALUMNA-3: Porque ya está hecho así en el diccionario, o en el diccionario urbano. Desde entonces, mucho tiempo atrás siempre se ha dicho así. Se ha dicho *el juez* y muchas veces siendo mujer es *el juez*, ¿por qué?, porque ya está predefinido así por el diccionario urbano y ya es la costumbre.

ALUMNA-4: Yo creo que esto es lo que he dicho antes que en lengua has estudiado que era así pues porque siempre el hombre, el hombre, tenía el poder y el hombre era el que hacía todo, el hombre era tal, da igual que hubiera quinientas mujeres que si hay un hombre, el hombre va a tener ahí un foco de luz de *soy yo*. Entonces siempre se ha usado lo de *una persona masculina ya es todo masculino* y ahora aunque se intenta llamar a las personas como personas hablando en femenino refiriéndote a *estoy hablando a todas vosotras porque sois todas personas*, ummm, es complicado llevarlo a cabo.

ALUMNA-1: Es que ha habido roles en la sociedad que, que bueno es verdad con un tiempo ha ido cambiando porque era lo más oportuno y lo que se veía mejor, como lo de crucificar gente, jolín, que se dejó de hacer por algo también, pues ese tipo de cosas, la verdad, eh..., entonces si tiene que haber un cambio en el diccionario respecto a esto yo lo voy a ver bien aunque yo voy a seguir tratando a los dos géneros por igual y me da igual.

ALUMNA-4: Una cosa que me dijeron a mí es que si por ejemplo tú estás en una página *web* y te quieres fiar de una definición que busques la definición de mujer a ver qué te parece lo que pone porque hay veces que las definiciones son bastante, bastante curiosas.

3.5.- Reproducción del corte titulado *Las niñas son princesas y las mujeres hembras encantadoras*<sup>70</sup>

ALUMNO-3: Pues yo en primer lugar quiero decir, lo primero que se me viene a la mente es lo de la canción, es decir, ahora mismo el *reguetón* es lo que se lleva la fama, por así decirlo, de machismo pero evidentemente si escuchamos el heavy metal, el pop también tiene, Loquillo tiene muchas canciones así, es decir, las canciones están plagadas de, de estos machismos y eso que ha dicho del padre es como el hombre el protector, el que tiene que proteger a la mujer débil es, son todos, es cosas así que se lanzan con segundas pero que tienen un trasfondo muy, muy peligroso, sobre todo para esta sociedad...

ALUMNO-2: Yo voy a decir una cosa y yo no sé si os va a gustar pero yo creo que estas cosas, estos como se puede decir micromachismos no tienen que trascender porque yo los veo como un símbolo de educación, nos han educado así. Tú le, por simple educación tú, es rizar el rizo, o sea, por educación yo a veces le abro la puerta a una chica y eso ¿es machismo? Son micromachismos esas cosas pero yo en realidad lo hago por educación, yo, por ejemplo como dicen *ha estado encantadora como siempre* bien, mejor a que no digan nada, me parece rizar el rizo como sacar chicha de donde no hay nada, donde a veces es simple educación, no sé yo es lo que pienso.

ALUMNO-3: Yo creo que con respecto a lo que has dicho de abrir la puerta, a ver, yo creo que ahí hay dos puntos de vista, si tú le abres la puerta por el hecho de ser mujer eso es una forma de sexismo, pero si le abres la puerta por educación igual que se la abres a un hombre, a un señor mayor, a cualquiera eso evidentemente no es sexismo porque tú haces algo de educación. Pero, pero, evidentemente si el lenguaje no necesitamos corregir, evidentemente a todos nos salen cosas aunque no queramos. Es muy complicado que no nos salgan pero si, intentamos a lo mejor corregir un poquito esas cosas, ir quitando poco a poco el machismo, es decir, desde la raíz lo podemos ir quitando porque se empieza con pequeñas cosas y al final se acaba con cosas como he dicho peligrosas.

---

<sup>70</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 3 que lleva el mismo título.



ALUMNO-2: Eh, sí, si yo estoy de acuerdo pero, yo a veces pienso que no hay que darles tantas vueltas y pensar en los dobles fondos porque a veces se hacen bultos muy grandes de cosas que quizás tampoco sin importancia, que sí, que tienes razón, que si se cortase de ahí no habría ningún problema pero yo pienso que, eh, antes de hablar de estos temas hay temas mucho más importantes que hablar. [...] Por ejemplo, yo a una mujer *señorita* tal, eso en los tiempos ahora resulta que es machista, yo entonces no sé... yo en mi interior sé que lo hago por educación, un acto de cordialidad, no sé, que sí que es un... Evidentemente somos iguales en derecho pero con nuestras diferencias. Eso también yo creo que es importante.

ALUMNA-2: Que tiene razón, que al fin y al cabo tenemos nuestras diferencias, al fin y al cabo, si estamos intentando esa igualdad, si es verdad que la brecha salarial, esa igualdad, al final, somos iguales, en algunos términos no somos iguales, es verdad que generalmente el hombre es mucho más fuerte que una mujer, hay excepciones de mujeres más fuertes más que hombres, pero generalmente sí que es verdad que hay diferencias físicas, pero al fin y al cabo pues somos lo mismo.

ALUMNO-2: Yo creo que físicamente exceptuando excepciones raras, por ejemplo un hombre es por lo general, por lo general, más fuerte que un hombre y tienen ideas, a veces, distintas entonces yo creo que hay que encontrar un, un, una, una cosa media, o sea, tampoco hay que, no sé, ayudarla tal, ese simple ayudar no es imponer, ayudar a veces, no sé es que es, es algo que se está hablando mucho ahora en esta época y yo creo que se está rizando mucho el rizo, cosas que a veces no es simplemente que educación o ayudar, o a veces un simple piropo porque somos humanos y a veces.

ALUMNO-3: El problema no está en si es más fuerte o menos fuerte, el problema está en cuando se discrimina por eso que se piensa, es decir, si tú a una mujer ya la tienes concebida como débil, por ejemplo en unas pruebas de una forma yo creo que tienen que ser exactamente iguales, es decir, tú le tienes que dar la oportunidad tanto a un hombre como a una mujer no por el hecho de que tú veas a la mujer más débil no le tienes que dar esa, esa, esa opción a poder ganar la prueba, no sé si me explico, es lo que quiero decir, es decir no es tan el hecho de que generalmente los hombres son más fuertes o más débiles, es decir, es cuando se discrimina por esa razón.

### 3.6.- Reproducción del corte titulado *Los roles diferenciados*<sup>71</sup>

ALUMNA-1: Un hombre al que le gusta el bricolaje es más de fiar, a un hombre, ¡ojo! Una mujer no es de fiar ni mucho menos le puede gustar el bricolaje que eso está súper mal visto.

ALUMNA-4: Si eres mujer no sabes ni coger el destornillador. Claro está, vamos a ver, esto al final es como todo. Se supone que por ejemplo lo de *las mujeres no saben conducir* porque es que a lo mejor siempre están con eso de *uy, una mujer al volante*, eh, pues claro, ¿cómo van a poner a una mujer anunciando un coche si en cuanto alguien va conduciendo y ve que es una mujer es como *mujer tenías que ser*.

ALUMNA-1: Yo he querido interpretar que cuando ha dicho *la mejor calidad para un padre*, yo le he dado a entender que puede ser para ambos géneros pero vamos a poner que en este caso no, se ha referido al padre solo y me ha parecido horrible.

ALUMNA-3: También otra cosa es lo de la boda *ella querrá una boda*, es como *vuestra boda*, no *su boda* ¿sabes? Es algo en lo que tú también te tendrías que involucrar porque es, se van a casar dos personas no se va a casar ella con el aire ¿sabes?

ALUMNA-4: Pero ella es la tradicional, la que va vestida de blanco, la que quiere el coche de bodas, la que quiere la virginidad hasta la boda, y la luna de miel perfecta. El hombre es como *buaah, pues me caso, pues venga*, eh..., luego llego a casa y tal, y la mujer luego..., se supone, hay gente que piensa que la mujer que se pone un anillo es para convertirse en ama de casa, o sea, en plan *me caso y ya tengo a mi casa, ya tengo a mi mujer y familia y a quien me haga todo*.

ALUMNA-3: Lo de bricomanía es como un hombre se vuelve más atento, más servicial, es que eso ya tendría que estar dentro de una persona, como es una persona que tendría que ser servicial, tendría que ser atenta. Es una persona, ya está, no es un hombre.

---

<sup>71</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 4 que lleva el mismo título.

ALUMNA-1: Me encanta montar muebles. Yo he montado todos los muebles de mi casa, ni uno se nos ha caído hasta ahora, oye, a lo mejor un día se desploma la casa.

C.- Tratamiento de asuntos para el alumnado exclusivamente

MODERADOR: ¿Pensáis que lo que el profesorado dice en clase llegaréis a emularlo en algún momento?

ALUMNA-4: Inconscientemente lo vas a hacer, o sea,...

ALUMNA-3: Como que se te queda grabado, ¿sabes?

ALUMNA-1: Llevamos veinte años criándonos así, ya te sale con el lenguaje

ALUMNA-4: Tú puedes pensar es que está súper mal decirlo así, pero claro te pasas todo el día escuchándolo así, todo lo que te rodea hablando así y es que a ti te sale solo. Es como cuando copias expresiones que has escuchado o cuando haces cosas que ya haces a lo mejor por costumbre.

MODERADOR: ¿Creéis que el profesorado tiene en cuenta el lenguaje inclusivo de género en el desarrollo de las clases? Cuando hacen referencia a algún grupo de personas o cosas entre las que se encuentran elementos de los dos géneros, ¿utilizan el masculino o el femenino?

ALUMNO-4: En los institutos en los que he estado siempre se referían a chicos y chicas, por ejemplo, cuando decían *hacer filas* decían chicos y chicas. Algunos profesores, algunos profesores, como decían mis compañeras, era *chicos haced esto* y había más chicas que chicos, pero bueno. Por ejemplo yo creo que lo del género se dice *chicos chicas* y creo, como ya he dicho antes, que se está cambiando la situación.

ALUMNA-4: Pero en general porque un profesor es otra persona igual que tú, siempre ha visto eso, siempre usa, va a usar lo mismo. Él también ha estudiado o le han dicho siempre *hay un chico, es todo chico*, pues entonces al final siempre lo usa. Y si es

verdad que aún nosotros sabiendo, siendo consciente está mal pues cuesta un montón decirlo. A mí me cuesta un montón hablar en femenino.

ALUMNA-1: La verdad es que tenemos un profesor que directamente nos llama *DJ's* como para no hacer referencia ni al masculino ni al femenino.

ALUMNA-3: Yo tenía una profesora que decía alumnado.

ALUMNA-4: Clase, grupo, equipo.

ALUMNA-3: Salvo casos aislados en los que usan chico, chica, alumnado dependiendo del número de chicos y chicas que haya, la mayoría usa el masculino para referirse a todos.

MODERADOR: ¿Detectas en el desarrollo de las clases específicamente y en el centro escolar de manera generalizada situaciones de sexismo?

ALUMNA-4: Desde el momento en el que entras en una clase, por ejemplo, cuando yo llegué aquí y éramos sólo cuatro chicas fue como *pues a lo mejor por narices me llevo con esas cuatro chicas*, a lo mejor como hay quinientos chicos, como que siempre las chicas van más a las chicas, los chicos van más a los chicos, y luego ya después de mucho roce o de mucho trato y tal es cuando dices pues este chico es majo, ¿y sabes? Pero al principio siempre vas como a lo seguro, simplemente en el colegio siempre las chicas por un lado, los chicos por otro, entonces, no sé. Se ve un poco más raro que llegues el primer día a clase que tú siendo chica te veas con un chico y *¡ala!*, ¿por qué?, *le gusta* y tú *no, es majo*.

ALUMNA-1: Yo siempre me he llevado más con chicos, siempre me ha gustado estar más con chicos. Sí, me he sentido más cómoda. Y es verdad que son como detalles muy pequeños pero yo a veces por ser mujer y estar en un grupo de chicos como que no se atreven a chocar conmigo muy fuerte..., o ese tipo de cosas simplemente porque al ser mujer se piensan que me voy a romper, o algo, o que si me dan muy fuerte una palmada voy a acabar en la pared o algo así. Pero, también hay profesores que hacen eso, por ejemplo, menos uno, creo, el resto choca con los chicos y a las chicas no nos hace eso.

O, ¿qué pasa, crack?... Con las chicas es más *hola, chicas, qué tal*, ¡pero si no nos rompemos!, chócanos también, llámanos crack, ¡nos gusta!

ALUMNA-4: Cuando tú vas a saludar a un hombre darle la mano o darle ahí la palmada en la espalda, que da igual que le partas tres costillas, tú, ahí, eres muy macho. Y si eres una mujer, besos, un abrazo.

ALUMNA-3: Yo, por lo general, he tenido la suerte de no verlo mucho. Sé que había algún que otro profesor, por lo general, todos suelen ser bastante respetuosos e inclusivos.

ALUMNA-4: Creo que, por lo menos en mi caso, he tenido profesores buenos, o sea, yo no he visto alguien que sea como súper machista. Yo me he pasado toda la primaria y todo eso, yo no había tenido un profesor hombre, o sea, yo en primaria vi a un profesor hombre en sexto, que me dijeron *es un hombre* y yo ¡*qué!* Pues yo he tenido siempre profesoras, profesoras para todo, de repente llega el hombre que nos dio todo y piensas ¿por qué?

ALUMNO-4: Tienes que ver que la carrera, por ejemplo, de magisterio infantil es todo mujeres y a lo mejor un hombre. Mi hermana por ejemplo ha hecho magisterio infantil y había treinta mujeres y un hombre, y ya, y claro, y luego te vas a colegios y claro la educación de los niños la dan las mujeres porque en todo infantil la mayoría, y si no todas, son mujeres.

ALUMNA-4: Luego pasa con las materias, yo creo, porque por ejemplo como las cosas..., literatura todas mujeres, eh..., matemáticas todos hombres, eh..., educación física también todos hombres, o sea, había equis materias y dentro ya de lo que es profesor eran para hombres o eran para mujeres, era muy difícil que te tocara una profesora de matemáticas o una profesora de educación física o un profesor de literatura, ¿por qué? Porque la literatura es fina, las matemáticas son difíciles.

ALUMNA-3: Es que yo creo que excepto en cuarto de ESO todos mis profesores fueron así, en cuarto de ESO se cambiaron todos porque de repente matemáticas me lo daba una mujer, literatura me lo daba un hombre, educación física me lo estaba dando una

mujer. Pero excepto cuarto de la ESO todo ha sido *literatura mujer, matemáticas hombre, biología hombre, no sé qué mujer...*

ALUMNA-4: Y luego aparte las asignaturas que se suponía que se daban mejor, ¿no?, las matemáticas como era para gente lista era para los chicos, *tú eras mujer, tú no sabías sumar*, y luego literatura como es así como..., es que no sé cómo llamarlo sinceramente, pero claro literatura los chicos era como *no, es que a mí se me da fatal porque es de pensar*, no sé...

ALUMNA-1: En literatura tuve un hombre y es que además ese hombre tenía una voz tan, tan grave, que es que me dormía.

ALUMNA-4: Puede llegar un profesor y educarle súper bien, puede darle ochenta charlas y luego llega a su casa y va a ver totalmente lo contrario..., al final es donde pasa más tiempo. Entonces por un lado tienes lo de *enseña a los niños, los niños son el futuro porque están en aprendizaje, tal*, pero claro, luego dices *¿a los mayores cómo les educo?*, porque lo de los mayores, muchos es *estoy aprendiendo por costumbre, bueno, es que ya no me extraña tanto ver a una pareja de gays porque ya veo ochenta al día*. Yo creo que también hay que llegar a esa gente de edad media porque a los abuelos también es muchísimo más difícil. Hay gente que se piensa que la homosexualidad ha nacido ahora.

ALUMNA-1: Hay personas ya que son muy cerradas de mente y cuanto más mayores son..., y esas personas son muy difíciles de cambiar la mentalidad pero nosotros tenemos ahora la oportunidad de cambiar al mundo y de cambiar a las generaciones futuras para, para cambiar al mundo y educarles como es debido.

MODERADOR: ¿Piensas que si se utilizara el lenguaje inclusivo de género en las aulas el alumnado lo aprenderías y lo reproducirías en tu vida cotidiana? ¿y cuando seas profesional del medio radiofónico y tengas que crear programas de radio?

ALUMNO-3: Yo ahí no lo tendría tan claro porque por lo general yo diría que sí, si tú tienes una educación sí puedes ser influenciado y puedes tener... Pero yo por ejemplo si he tenido una familia muy de..., de..., de derechas y ya me está, es decir, tengo el

corazón rojo y a la izquierda. (Se ríen). Conozco mucha gente así, yo por ejemplo llegué a los doce años siendo muy español, sintiéndome muy español pero luego, sí, uno va teniendo curiosidad por algunas cosas y ya vas sacando tu propia personalidad. ¿Que es más complicado? Sí. Es complicado, pero se puede, si se quiere se puede.

ALUMNA-2: Depende mucho de muchos factores, por ejemplo, tú puedes estar ser fiado por tus padres, ser fiado por la escuela pero sin embargo tu, tu tiempo libre lo pasas haciendo lo que quieras, entonces, al final, es un factor que también determina mucho tu personalidad.

ALUMNO-2: Yo, yo pienso que la educación no sólo es parte de la escuela. Yo creo que la educación que recibe una persona es, es, la de la calle,...

ALUMNA-2: La de la radio.

ALUMNO-2: La de la radio, la de la televisión es muy importante, eh, la del cine, pero bueno yo eso lo englobo con..., luego la de los padres, entonces tú si te mueves en un entorno, ponte que tú estudias en un colegio mayoritariamente de derechas pero por ejemplo tus padres son de izquierdas, tú ya vas a tener ciertas dudas, o sea, yo creo que el cambio está en abrirte a ver todas las ideas, conocer todo, tú en cambio, o sea, yo creo que las personas debería de impartir todo tipo de ideas para que ellos puedan elegir, impartírselas desde los primeros años si, como padres, si fuese padre yo trataría de impartirle unos ideales totalmente céntricos.

ALUMNO-3: Es como bautizar a un hijo nada más nacer ya le das el catolicismo, cuando se puede bautizar a los treinta años.





## Anexo 10.- Transcripción de los discursos producidos en el grupo formado por el profesorado

La información acerca de este grupo es:

- ✓ Fecha de celebración: 19 de abril de 2018.
- ✓ Hora de comienzo: 10:10h. de la mañana.
- ✓ Lugar: estudio número 2 de radio de la *Escuela Superior de Imagen y Sonido CES*, calle Mar Adriático número 11 de Madrid.
- ✓ La denominación con la que su membresía aparece citada en este trabajo, su lugar y fecha de nacimiento y los estudios superiores que ha alcanzado son<sup>72</sup>:

PROFESOR-1: Pamplona, Navarra. 2 octubre 1971. Graduado en RESAD.

PROFESOR-2: Madrid. 3 agosto 1985 Licenciado en Ingeniería de Telecomunicaciones.

PROFESOR-3: Madrid. 2 febrero 1988. Licenciado en Comunicación Audiovisual.

PROFESOR-4: Madrid. 25 octubre 1980. Ingeniería de Telecomunicaciones.

PROFESORA-1: Mondragón, Guipúzcoa. 20 enero 1969. Licenciada en Comunicación Audiovisual.

PROFESORA-2: Madrid. 14 marzo 1970. Diplomada en Trabajo Social.

PROFESORA-3: Madrid. 8 abril 1968. Licenciada en Derecho.

PROFESORA-4: Pontevedra. 28 mayo 1966. Licenciada en Derecho.

---

<sup>72</sup> En la información sobre la filiación de quienes integran este grupo se ha ocultado la relación de sus nombres y apellidos en aras de la preservación de su privacidad.

A.- Tratamiento de asuntos de carácter general

1.- Primera parte

MODERADOR: ¿Sabéis lo que es el sexo, el género y la orientación del deseo de una persona?

PROFESORA-2: Yo creo, creo, igual me equivoco que el sexo se refiere a algo más biológico y el género más la forma de comportarse, educacional. Creo que están bastante vinculados, creo que hay parte educacional pero creo que genéticamente el sexo determina el género.

PROFESOR-1: Yo creo que el sexo remite a los genitales, nuestra manera de catalogar y el género tiene que ver más con la identidad que uno internamente se reconoce a sí mismo. Puedo tener unos genitales pero me reconozco internamente con otro género.

PROFESORA-1: Llamamos sexo a algo físico, es decir, a algo que viene dado cuando naces, cuando te formas y tal, que no tiene por qué coincidir con la identificación que tú tienes en cuanto a una forma de pensar, una forma de vivir, una forma de ser y que, a ver, a veces sí que hay una discordancia, un choque y... [...]. Hay una discordancia en esa parte física y en esa parte, supongo que psicológica, sentimental, no lo sé, interna, que a veces coincide y a veces no.

PROFESORA-3: Lo que sí que pasa es que sí que se puede educar y muchas veces hay una mala educación por el mero hecho que por pertenecer a un sexo o a otro hay que educar de una determinada manera o de otra cuando la educación tendría que ser evidentemente la misma para todos indistintamente del sexo al que pertenezcamos, y ahí es donde surgen luego los conflictos y los problemas, ¿no?

PROFESOR-2: El sexo entiendo que es la característica física con la que uno nace, es decir, si naces con un aparato reproductor de un tipo pues ese es tu sexo en principio, y tu género es la percepción que tienes sobre tu propia sexualidad...

PROFESOR-3: O de cara a la sociedad: masculino y femenino, es lo que te ponen en la declaración de la renta...

PROFESOR-2: Sí hombre. Tú puedes tener un género distinto a tu sexo, digamos, entiendo que esa es la diferencia.

PROFESORA-4: Es que siempre desde pequeña género masculino o femenino. Es verdad, no lo sé. Siempre parto de ahí. El género masculino o femenino, por lo menos esa es la educación que he tenido yo.

PROFESORA-1: Además, parece como obligatorio...

PROFESORA-4: Pertenecer a uno de los dos que sino no me siento identificada.

PROFESORA-1: Que es obligatorio tu sexo físico por narices tradicionalmente, yo espero o noto que está cambiando, por narices tu sexo físico tiene que coincidir e ir con tu género digamos psicológico e identificativo.

MODERADOR: ¿Qué relación existe entre el sexo de una persona, su género y su orientación?

PROFESOR-2: En principio entiendo que históricamente el nacer con un aparato reproductor determinado determina cuál es tu género, entonces hay, entiendo que hay un uso social que al final es el que estipula que, claro, tú eres educado desde pequeño pues si tienes colita eres un niño y si no pues eres una niña.

MODERADOR: ¿Cómo se manifiestan?

PROFESOR-3: Yo creo que aquí en España eso no se ha visto mucho influenciado pero sí que en China, ¿no?, o en países asiáticos el condicionamiento del género sí que te marca un poco tu destino. Creo que si eres mujer directamente te abandonan en un orfanato...

PROFESOR-2: Claro, eso es por la política del gobierno.

PROFESOR-3: y si eres hombre pues puedes trabajar. Ahí en esos países es más marcado, aquí no.

PROFESOR-1: Ahora empieza a haber un debate en el que sexo y género no tienen por qué ir a la par y posiblemente hay más géneros que sexos.

PROFESOR-4: Es que no tiene por qué ser así.

PROFESORA-1: Una cuestión física no tiene por qué identificarse ni con una habilidad, ni con una forma de ser, ni con una forma de comportarte, ni con una identificación.

MODERADOR: ¿De qué dependen el comportamiento y la actitud que una persona tiene en lo referente a estas categorías?, ¿en qué lugar y de qué modo se adquieren?, ¿qué referentes existen que puedan ser tomados como modelos a copiar?

PROFESORA-2: Yo creo que sí influye lo biológico en el comportamiento. Yo creo que el sexo sí influye en el género. No creo que sea algo matemático, no creo que alguien que nace con unos genitales concretos tenga que corresponderle ese género por narices pero sí creo que influye el que en cierto modo es determinante. Aparte, por supuesto, de la educación que también, que también...

PROFESOR-1: Yo no creo para nada que sea determinante, que lo hemos construido culturalmente, lo que el sexo y lo que biológicamente define tu sexualidad, vamos, define tu género-sexo no define para nada tu identidad ni tu comportamiento ni nada por el estilo pero cuesta muchísimo desvincular eso. No estamos tan predestinados biológicamente en ese sentido.

PROFESORA-3: Yo creo que es educacional, que nos deberían educar de la misma forma a todos y luego después cada uno tiene una serie de habilidades o capacidades que pueden ser físicas, que pueden ser intelectuales pero que es educacional.

PROFESORA-2: Estoy de acuerdo que hay que educar en la igualdad lo que pasa es que creo que luego a pesar de ser educados de la misma forma vamos a actuar de manera diferente, no siempre, no siempre es así, pero yo creo que sí nos determina a pesar de

que considero que la educación tiene que ser exactamente igual. Difiero de vosotros en que sí creo que nos hace diferentes de alguna manera el comportamiento.

PROFESOR-1: Yo creo que para nada. Además estamos como muy fijándonos en esta visión determinista de las cosas, ¿no? Yo creo que no estamos tan determinados, o si lo estamos es porque culturalmente así lo hemos hecho y no nos podemos desprender de ese componente tan determinista. Yo me puedo desprender perfectamente de mi..., eh..., sexualidad y conseguir como una identidad de género que no tiene nada que ver con mi sexualidad. Y mi comportamiento y todo, vamos.

PROFESORA-3: Estamos acostumbrados a culturalmente decir *los hombres tienen que ser fuertes, tienen más fuerza que las mujeres* pues hay muchas mujeres que tienen más fuerza que los hombres, que no depende del sexo, es decir, es hombre o eres mujer, depende de tus capacidades físicas y hay hombres que tienen una, mucha fuerza, y hay mujeres que a lo mejor no la tienen y al revés.

PROFESOR-3: Yo la verdad que no lo tenía claro y la verdad es que ahora que lo he escuchado me ha quedado un poco más claro. Yo al final lo veo un poco..., sexo y género los veo igual físicamente, ¿no?, masculino y femenino y luego es verdad que quien quisiese cambiar...

PROFESOR-2: Si porque, cuando se habla de personas transgénero es, de alguna manera es por eso, tienes una percepción de ti mismo que es distinta, a lo mejor, a la que...

PROFESOR-1: Entiendo que la orientación del deseo tiene que ver con hacia qué orientación se orienta tu deseo sexual, la atracción hacia otra persona.

PROFESORA-2: Yo creo que en el ser humano no hay nada matemático pero que en cierta medida sí influye, yo creo que sí en cierta medida, a unas personas sí y a otras no. Generalmente sí.

PROFESORA-3: En la medida en que culturalmente está mal visto determinadas orientaciones sexuales, entonces hay muchas personas que se sienten reprimidas y que

no exteriorizan sus propios sentimientos, su propia orientación por miedo a la sociedad en general, a la familia, a su cultura, a su forma de vida y eso es negativo para las personas. Luego eso crea mucho conflicto.

PROFESORA-1: Pero yo creo, es decir, una cosa es que tú intentes reprimir ese deseo o que intentes apuntar un poco a la costumbre, a lo que está bien visto y tal, pero, ese deseo lo tienes, o sea, otra cosa es que lo reprimas o no, y tal y cual. Eso es una cosa visceral. Tú eres un chico y te tienen que gustar las chicas. Y el conflicto entra cuando surge ese deseo *a mí las chicas me dan exactamente lo mismo, me parecen unas tías majísimas, como personas..., pero es que no me gustan, no me gustan físicamente*, que es a lo que vamos con el deseo.

PROFESOR-1: Pero tiene que encajar. Tiene usted genitales masculinos por lo tanto el género masculino, por lo tanto la orientación sexual tiene que ser *que me gusten las mujeres*. Y a partir de ahí cualquier variación empieza a generar problemas, pero también menos ahora que hace años.

PROFESORA-1: Yo creo que sí que se está aceptando y tal.

MODERADOR: ¿Creéis que existen roles, papeles, estereotipos y patrones de comportamiento asociados a cada uno de los géneros y de las orientaciones?, ¿por qué son de ese tipo y no de otro?

PROFESORA-1: No es por naturaleza.

PROFESOR-4: No debe ser una cuestión biológica.

PROFESORA-2: Por tradición, por educación.

PROFESOR-4: Sí, sí, por la tradición que nos marca.

PROFESORA-1: Sigue siendo noticia una mujer directora general de una macro empresa multinacional. Eso es noticia. Hoy a fulanita se le hacen entrevistas y se le dan portadas, dice *Oye, cómo vale* y me parece...

PROFESORA-2: Vete a la facultad de enfermería o vete a una ingeniería. Y ahí yo sí creo que es educacional. Las mujeres valemos para cuidar, por supuesto entre comillas ¡eh!, y los hombres para traer el alimento a casa. Cada vez menos, eh.

PROFESORA-1: Sobre todo en profesiones mucho más vinculadas, y yo, por ejemplo, en una que lo veo como muy estereotipado es en educación infantil, que a mí me parece fundamental esos años de educación son muy pocos los referentes masculinos que tienen los niños en esa primera etapa de educación infantil de cero a tres años. Son casi todo las chicas, jóvenes, alegres, maravillosas o ya un poco más mayores como la figura materna, pues igual, es que ese va a ser su referente en una etapa, insisto, educacional y emocionalmente súper importante. Entonces, parece que intentan sustituir a la madre pero no a la figura paterna, o sea, si se tiene que identificar un niño en esa edad con alguien, con alguna de las dos personas de su pareja, entonces, claro si tú tienes dos papás ¿con quién te identificas en el cole? Con nadie.

PROFESOR-3: Yo creo que sí que es verdad, que analizándolo y estudiándolo se puede apreciar pero en el día a día es verdad, pero bueno a mí me ha tocado ser género masculino y quizás no le doy tanta importancia por ese sentido. Si me hubiera tocado, a lo mejor, ser femenino pues sí que lo hubiera visto, y si me paro a pensarlo sí que hubiera visto esa diferenciación, sí se ve y se puede apreciar. Quizás a lo mejor en nuestro, hablo de mí y de mi caso, no lo he vivido tanto a lo mejor por el tema de ser masculino y, pero sí que es verdad que, porque tengo una hermana y a lo mejor tampoco lo he visto en ella, no he visto que tenga dificultades ni nada y luego seguro es al final un poco cómo te van manipulando y cómo te van llevando a unas cosas y otras. Es verdad que yo no me he fijado mucho hasta ahora que han empezado a salir todas las diferenciaciones, ni siquiera pensar en eso.

PROFESOR-2: Fruto de esa educación que decíamos antes pues al final se estereotipa lo que se espera de un hombre, lo que se espera de una mujer y luego aparte de esos dos géneros principales pues tendríamos con otras alternativas de género eh..., también incluso con esos estereotipos, o sea, eh...

PROFESOR-1. Hay una cosa que me llama la atención, y es un pequeño inciso, cuando aparece Angela Merkel la directora del Fondo Monetario Internacional, ¿cómo se llama?, la..., la...,

PROFESORA-1: La de pelo cano.

PROFESOR-1: Sí. A mí me llama la atención porque esas noticias, se habló en el momento, eh..., de cómo accedía la nueva sensibilidad femenina a puestos de importancia y además haciendo mucho hincapié en la sensibilidad femenina política y la sensibilidad femenina fiscal o financiera porque iba a dirigir el Fondo Monetario Internacional. Y a mí lo que me flipó es que al final se ha masculinizado todo esto tan institucional de manera que la señor Merkel o la señora Lagard hacen las mismas barbaridades que cualquier otra persona. Quiero decir que ese pensamiento político al cual van la Merkel como la señorita directora del Fondo Monetario Internacional están súper masculinizadas, me explico, parecía que iba a ver una renovación tanto de lo político como de otra sensibilidad para dirigir el Fondo Monetario Internacional y no ha habido ninguna diferencia, ¿sabes?, es una pena, queda absorbido todo eso y queda masculinizado o, o politizado que puede ser lo mismo.

PROFESOR-3: Pero incluso nos podemos remontar antiguamente en la prehistoria que ya estaba estereotipado, el hombre salía a cazar porque era físicamente más fuerte, ¿no?, la mujer se quedaba cuidando al niño y a lo mejor eso en la actualidad, bueno, puede chocar pero se intenta igualar en ese sentido. Es una tradición casi...

PROFESOR-2: De todas formas incluso en todo eso yo creo que incluso a lo mejor se podría hacer una revisión de si eso ha sido así históricamente porque hemos asumido que históricamente era el hombre el que iba a cazar y la mujer la que se quedaba en casa con los niños, entonces, eh..., cuando a lo mejor no necesariamente...

PROFESOR-3: Íbamos a cazar...

PROFESOR-2: Entiendo que a lo mejor incluso en esa situación tenía más lógica que si esto era una situación de escasez de alimentos todo el mundo arrima al hombro, ¿no?, sería mucho más lógico que lo otro.



## 2.- Segunda parte

MODERADOR: ¿Pensáis que lo que se narra a través de la radio, los contenidos que escuchamos cuando sintonizamos una emisora, el tipo de lenguaje que utiliza para ello y cómo lo cuenta influyen en la población?

PROFESOR-2: Sí, claro que influye.

PROFESORA-3: Yo creo también que es afirmativo, influye todo lo que uno escucha y lo que percibe y también la radio.

PROFESORA-4: De acuerdo, creo que la influencia de los medios de comunicación no se puede negar.

MODERADOR: ¿Cómo trata la radio los contenidos en los que se representa a una mujer con respecto a aquellos en los que se referencia a un varón? ¿y de alguien homosexual con respecto a otra persona heterosexual?

PROFESORA-1: Yo como comentaba antes. Mientras sigo siendo noticia que una mujer accede al puesto directivo de una multinacional no porque sea una tía con unas capacidades y con un currículum y con una trayectoria que se lo ha ganado, mientras siga siendo noticia no ese currículum, esa trayectoria, sino por el hecho de ser, es mujer y encima, encima es directora de tal o de cual y eso los medios de comunicación son la pera, la radio, la tele, la prensa, lo que sea. La presidenta de no sé qué es mujer y *qué mona va* y si es el presidente de no sé dónde, ummm, es que va a tratar tal tema, tal tema, tal tema, o sea pues vamos a ver por qué no dice *lleva un traje gris marengo de tal marca maravilloso*.

PROFESORA-4: De todas formas yo creo que hay también ahora más gente, mujeres, por ejemplo Pepa Bueno dirigiendo programas importantes por la mañana, creo, vamos, que... parece que eso a lo mejor no le damos importancia y es que son...y hace años también María Teresa Campos, que luego se haya desviado hacia otros temas o lo que sea, y que luego se haya metido en eso, pero que son pioneras en la radio, hay, hay, no

lo sé, mujeres que han dado pasos y que han dirigido programas no sólo, o sea, enteros, no sé si lo explico bien, pero bien...

PROFESOR-1: El acceso de la mujer a los medios de comunicación es clarísimo pero aun así yo creo que los programas de la radio, de los medios de comunicación son como los juguetes para los niños, están catalogados para ver qué le corresponde al niño, qué le corresponde a la niña, es decir, sigue habiendo programas donde el contenido está para un target femenino o un target masculino y eso es muy difícil de cambiar.

PROFESORA-1: Pero además yo no me refería a que haya directoras de informativos, directoras de programas, realizadoras, tal, o directoras técnicas, no me refiero a eso me refiero a cómo trata un medio de comunicación una noticia independientemente que la directora de ese informativo, por ejemplo, sea una mujer y demás, en la redacción lo que van a contar, en la tele, y lo que yo voy a ver es que si es una mujer va con un traje de chaqueta estilizado dobladillo triple *loop* y el tío nunca, el masculino nunca van a hablar de su indumentaria. Entonces hay dos opciones somos más monas vistiendo y los otros van siempre aburridos o dos, es más importante que mira qué bien.

PROFESOR-1: Por ejemplo en las revistas femeninas que la redacción son mayoritariamente mujeres directoras y las jefas de edición son mujeres, son mujeres, los contenidos siguen siendo los mismos con contenidos tan contradictorios como que se está poniendo otra vez hincapié en lo que lleva esta persona, que está delgada, ta, ta, ta... cuando toda la redacción en el fondo está a la contra de todo ese tipo de información porque generan siempre el mismo rol de la mujer, la misma imagen de la mujer, el mismo estereotipo de la mujer y al final tenemos esta contradicción en que hay un grupo de mujeres trabajando para una revista femenina y todas se someten a que los contenidos de esa revista cumplen y mantienen la repetición del estereotipo.

PROFESORA-2: Pero es porque quieren vender y es lo que quiere escuchar el público, quizás.

PROFESOR-1: Ya, pero también la mujer, la mujer quiere que empiece a haber otro cambio en su percepción de las cosas y romper con el estereotipo y acceder a decisiones, etcétera, y al final entiendo que por una cuestión claramente capitalista pues

al final todos estamos en la misma rueda. Es decir, hay un momento en el que todo lo que tenga que ver con cambiar roles y cambiar estas cosas en el fondo es una lucha entre lo político y lo económico de tal manera que no hay tanta posibilidad de hacer cambio y estamos en un mundo de muchísima contradicción. Pepa Bueno podrá dirigir un programa de radio y lo que sea pero su comportamiento fue súper masculino. ¿Qué fue lo primero que hizo Pepa Bueno?, quitarse a la plantilla anterior porque ella tenía que cobrar su millón de euros, ¿me explico?

PROFESORA-2: ¿Estamos diciendo que tener un comportamiento masculino es ser más egoísta o...?

PROFESOR-1: No eso, sino que el capitalismo esos, eh..., esa presión sobre el mundo masculino que era quien hegemonícamente dirigía empresas, etcétera y cuando la mujer llega a ese dirigir empresas se le exige el mismo comportamiento hegemónico que al masculino porque en el fondo quien dirigía antes las empresas era el hombre. Al final el capitalismo es un ejercicio de control de tal potencia que hablaremos de feminismo, o de género, o de lo que sea, o de cualquier otra cosa pero el capitalismo está encima de todo esto porque genera estos comportamientos igual que influye en otras áreas de la vida, ¿me explico?

PROFESOR-1: Yo creo que ese tipo de comportamiento que tú dices de echar plantilla no es ni masculino ni femenino, es simplemente...

PROFESORA-2: Yo creo que otros países que no viven con el capitalismo y está ocurriendo lo mismo, en ese sentido no sea el capitalismo quien lo marca.

PROFESORA-4: Yo creo que es una condición inherente del ser humano, más egoístas o que podemos ser independientemente del género, independientemente de mi género, independientemente de lo que opine yo tengo unas características determinadas y el ser humano pues eso... No es que el hombre sea un...

PROFESORA-1: Yo estoy de acuerdo con lo que ha comentado el compañero antes, no es que el que echas a una plantilla, no sé qué, no sé cuantos, tenga que ser eh..., a ver ¿cómo explico?, el femenino, el masculino, no tiene nada que ver pero tradicionalmente

esos puestos los ha ocupado un hombre, ¿vale? Estaban de acuerdo con esa actuación, entra una mujer y va a seguir comportándose como el hombre para *yo no soy una blanda, yo quiero lo mismo que él tenía, yo quiero estar en el mismo sitio en el que él estaba, ¿vale?*, porque antes tradicionalmente eran todos hombres. ¿Qué hago?, si yo ahora me pongo de patas y yo quiero ahora esto, esto, esto y esto *esta es una blanda, esta no vale, esta me va a generar unas pérdidas, esta no me vale*, independientemente de que tú tengas razón o que no tengas razón ya van a..., van a..., a..., a..., a referirse a tu condición de mujer, de ser más cariñosa, más blanda, más comprensiva para que rompas esa...

PROFESOR-1: Cuando Soraya Sáez de Santamaría renuncia a su baja maternal hace un flaco favor porque en el fondo su comportamiento ha sido masculinizado para estar ejerciendo una posición de poder con ese tipo de...

PROFESORA-2: Yo creo que es determinante. En programas de deportes a lo mejor ahora se empieza a escuchar una voz femenina pero si acaso es una voz un poco anecdótica.

PROFESOR-1: Ha habido mujeres que resuelven muy bien y con muchísima seguridad [...] que están resolviendo muy bien su papel deportivo fenomenal. Pero, de verdad, que en la radio, y la verdad es que el carrusel deportivo es especialmente, no sé, conservador, sí que el papel del hombre es fundamental y el de la mujer es el de..., bueno, el de comparsa.

PROFESOR-3: Yo es verdad que no lo había pensado nunca si habría esa diferenciación pero a lo mejor, es verdad que ahora pensándolo sí que veo que casi todos los programas pues por la mañana por ejemplo, ¿se pueden decir programas?, tienes a Carlos Herrera o todos los programas deportivos o incluso programas siempre que sean informativos siempre se utilizan a una voz masculina como para llevar el hilo, o el peso del programa, y luego diferentes colaboradores que no sé tanto si tiene que ver con el registro de voz, a lo mejor el tener una voz más grave, como más cálida, más..., por así decirlo, más suave para el oído, más agradable sería la palabra, que a lo mejor una voz más aguda, que puede ser la mujer, no sé si tiene que influir el tema de la, el tema del

tono, por así decirlo de la voz, o directamente que es por la diferenciación del masculino o del femenino en este sentido.

PROFESOR-2: Yo creo que ahora mismo no tengo la percepción de que, de que haya una diferencia, depende de la emisora que uno escuche, ¿no?, evidentemente hay algunas emisoras que, que si la radio por las mañanas sólo escuchas las voces principales son masculinas, empezando por ejemplo Onda Cero tienes a Alsina a primera hora, después a este otro, a Juan Ramón ¿no?, y son dos conductores masculinos, sin embargo la SER que en teoría es la radio, o históricamente ha sido la radio más abierta, pues es una voz femenina. A Pepa Bueno desde, desde, o sea también por la mañana, claro, em..., yo no sé si es tanto, probablemente a lo mejor sí que hay una razón, pues eso de ser machismo histórico para que las voces principales fueran hombres. Pero también creo que ahora mismo, si, si, en el momento en el que empiecen a haber voces femeninas eso se normalice. Yo creo que llega un momento en el que no asociaríamos el hecho de que estás escuchando una voz femenina para dar mayor veracidad a lo que estás escuchando, por ejemplo con un informativo.

PROFESOR-3: Es más, en el tema del informativo, todos los programas musicales por la mañana que oigo siempre son masculino y femenino, una voz, que es verdad que a lo mejor el programa siempre es el programa de él, pero por ejemplo, Javi Nieves son dos, en *Mega Star* hay chico y chica también...

PROFESOR-2: En los *40 Principales*...

PROFESOR-4: En las radios para la juventud también se nota esa diferencia como en las musicales.

PROFESOR-3: En los cuarenta principales está *El Gallo* con Cristina Bosca que al final pues es como un dúo que al final empatiza muy bien por el tema de los contrastes que al final es lo que funciona.

PROFESOR-2: Sigue siendo, sigue siendo, con respecto a lo que decías de los estereotipos y todo esto, sí que es cierto que, yo por ejemplo, cada vez oigo más en, en programas dedicados o destinados a un público más joven, sí que veo que, por ejemplo,

cuando se recurre a la figura femenina siempre es una figura que, no sé si está buscado así o provocado, o es decíamos también forma parte del producto que se quiere trasladar, pues como una imagen de una mujer como muy frívola, o muy alocada, o algo así. De alguna manera también lejos de, a lo mejor, conseguir pues empoderar a la mujer y hacerla más, eh.., bueno, hacerla más libre a la hora de decidir cómo se quiere mostrar y eso que está dando ejemplo redundante en tópicos y en actitudes que, que, se cubre como con un velo de *sí, sí, mira, esta chica es muy libre y hace esto*, pero en el fondo lo que estás es perpetuando roles machistas de que la chica es la alocada, la, la, no sé, la poco reflexiva, la que *ah, mira qué bien, la fiesta* y no te, no sé. Me da esa sensación cada vez que escucho por ejemplo programas de estos de últimas horas, este que está también en La Sexta, Zapeando, ¿Fran Blanco?, Sí, tiene un programa también por las tardes que son los mismos personajes que hacen Zapeando que está mucho más balanceado, en cuanto a los roles de cada uno, me da la sensación de que ahí son un poco más ellos, más auténticos, en la radio no, en la radio es, está mucho más exagerado el papel, el rol masculino es el que de alguna manera está poniendo lo que hay que hacer, la razón, y las chicas *ah*, es lo festivo.

MODERADOR: ¿Existe algún tipo de relación entre el contenido de un programa y el género de la persona que lo presenta?, ¿creéis que el grado de credibilidad de una noticia está condicionado por el género de la persona que lo lee en antena?

PROFESORA-2: Yo creo que no. Yo creo que no.

PROFESORA-4: Yo creo que sí. En su gran mayoría, no digo que todo el mundo lo haga, pero yo creo que gente de determinadas edades creo que todavía da mayor credibilidad a un hombre que a una mujer.

PROFESOR-1: Quiero creer que no pero si hiciésemos un experimento...

PROFESORA-4: Yo te digo que sí, yo te digo que sí. Por desgracia va a serlo. Yo creo que sí.

PROFESORA-1: Yo creo que no va tanto con la credibilidad como con la emotividad, es decir, si una presentadora, mujer, te cuenta un atentado parece como que te duele más

pero porque yo insisto, *mamá es mamá*, es como que te duele más, es como que esa parte emocional se la asocia mejor que si te la presenta un presentador masculino que es un poco como *es más fuerte, no le afecta tanto, no le afecta tanto, eh..., es parte emotiva*. Es como no tanto como objetividad pero sí que te... o sea, tú oyes una voz femenina en la radio, una presentadora de un informativo de la radio, que te está contando, que encima la radio no tiene el apoyo de imágenes con lo cual deja libre a la imaginación y el desastre es más grande o más pequeño, qué pasa te cuenta pues tal, el último atentado en Kabul, no sé cuántos muertos, no sé..., además siempre hacen el apéndice de mujeres, niños y ancianos, que duele más, duele más, si es una mujer la que muere duele más, si es un hombre machote *ahí va a la guerra*, entonces es como más emotivo y parece como que duele más el desastre, si lo lee una voz masculina la credibilidad yo creo que es la misma pero la emotividad, parece como que el hombre está más acostumbrado con eso y con todo y en cierta manera tú, tu subconsciente puede que te transmita eso, que duela menos. Pero yo creo que es más un impacto emocional que una credibilidad.

PROFESOR-3: Yo no he notado esa diferenciación, es más, a mí una de las periodistas que siempre me ha, me encantaba porque me parecía muy veraz es Angels Barceló por el carisma que tenía y por la forma de contar la noticia. Yo la seguía en Tele 5 y cuando la he escuchado en *Hora 25*, creo que es, en la Cadena SER, eh..., me encantaba cómo cuenta las noticias porque, de la de la forma en la que lo hace me parece que es muy veraz independientemente que sea masculina o femenina, no por el tema de la voz me lo voy a creer más o menos. Yo creo que ahí influye más el cómo se cuente el contenido, y el carisma de esa persona, lo que pueda, al final, la, la, la seguridad, por así decirlo, no me sale la palabra ahora, la veracidad por así decirlo te lo puedas creer o no.

PROFESORA-2: Yo me siento más identificada si lo cuenta una mujer porque lo siento más cercano a mí, entonces empatía a lo mejor incluso me puede dar más credibilidad por ese motivo.

PROFESORA-3: Hay que romper con todo eso si queremos cambiar.

PROFESOR-1: Yo creo que sí. Debemos tener ya tan incrustada que la voz masculina que nos ha ido narrando los acontecimientos del mundo, la primera guerra mundial, la

segunda guerra mundial, que al final tradicionalmente todos los hitos de la humanidad los ha narrado el hombre, entonces, ahora que estamos en este período de cambio aceptamos que, obviamente, la noticia la puede dar un presentador de radio o una presentadora de radio sin ningún problema pero cuando hemos asistido a que tradicionalmente nos lo contaba siempre los hombres, ¿no? Eso yo creo que está en algún lugar de nuestro hipotálamo, pero no sé dónde. Pero vamos...

PROFESOR-2: Para mí no depende tanto de una cuestión tímbrica, eh..., como realmente del contenido que te están contando, o sea, sí que vivimos en una sociedad en la que ese tipo de cosas, a lo mejor, para alguien no muy reflexivo sí puede, sí puede hacer que, que confíes más o menos, no lo sé, pero no debería ser, por ejemplo Radio 3 hay un programa por la mañana a partir de, no sé, debe ser a partir de las diez o algo así, que hay una chica que además por la voz tiene pinta de ser joven, te da un montón de datos y un montón de información y, y no, no dudas de esa información, de cómo te está dando, presentando datos de grupos, o sea, no es información, o sea no es información de noticias me refiero, eh..., y simplemente con cómo te lo está contando, la cantidad de datos que te está dando, ya de alguna manera te está trasladando una sensación de que eso es una opinión bien formada y que es, que tiene datos suficientes sobre lo que te está, está hablando.

PROFESOR-3: También es verdad que en la radio a la hora de locutar y narrar se establece como una especie de, de, de tono ¿no?, tanto de masculino como de femenino yo creo que...

PROFESOR-2: Esto va por emisoras, ¿no?

PROFESOR-3: Sí, ese tono de locución y tal, da igual que sea masculino o femenino porque es el tono de las noticias.

PROFESOR-2: Entiendo que además se monopoliza por emisoras. A mí los locutores de Los 40, se busca, a lo mejor se selecciona...



PROFESOR-3: En *Los 40* se busca una voz más juvenil, más así, sino no te contratan. A lo mejor sí que te buscan esa voz más grave, más seria, que es un poco la, el tono de la emisora.

### 3.- Tercera parte

#### 3.1.- Reproducción del corte titulado *Entrevista a la deportista olímpica Mireia Belmonte en El larguero*<sup>73</sup>

PROFESORA-2: Yo no sé si están hablando de una nadadora o de una modelo de alta costura, no sé.

PROFESOR-1: A mí me parece todo de un casoso.

PROFESORA-2: A mí no me parece mal que la describan porque puesto que es radio para que nos hagamos una idea de su imagen, pero de ahí a que den tanto lujo de detalles y que queden en segundo término sus logros por la profesión que, a la que se dedica me parece muy triste. Otra cosa es que fuera modelo, si fuera modelo, o algo así, pues bueno, vale, a lo mejor es lo que, lo que, es importante en cuanto a su profesión pero es que ella no tiene nada que ver son ese mundo.

PROFESOR-2: Siendo una de las referencias supuestamente del periodismo deportivo que no tenga ninguna pregunta que hacerle es un poco, es un poco, o sea, habla bastante mal, ¿no?, de, de, de al menos de la entrevista que está haciendo, o sea, es vergonzoso, empiezas a escucharlo y es bochornoso ya desde el momento en el que el reportero con el que estaba la presenta que dice algo así como *tenemos aquí a una tal, tal, tal que tiene el plus de haber ganado medallas*. No, o sea, por lo que está allí es por haber ganado unas medallas, no está allí por ser guapa ni por ir bien vestida, entonces, bueno, ahí empieza mal la cosa. Y luego ya que si ha estado cinco minutos tal. Tampoco ayuda la intervención de la otra chica cuando dice *bueno, cosa de mujeres, son cosa de mujeres*. No sé.

---

<sup>73</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 7 que lleva el mismo título.

PROFESORA-3: A mí me queda una duda es si esto era una entrevista de un periodista a una nadadora olímpica o era un comentario de dos tíos en una discoteca que están intentando ligar con alguien, entonces están cosificando totalmente a la mujer y como es mujer no tiene ningún valor nada más que su aspecto externo, es decir, te compro por lo que aparentas no por lo que eres.

PROFESOR-3: Si que es verdad que, bueno en este caso, se denota muchísimo machismo, pero más que machismo realmente se nota que, que no está bien documentado o no sabe llevar bien las entrevistas, en este caso José Ramón de la Morena.

PROFESOR-2: A mí me sorprende la paciencia de Mireia y de la otra chica también que interviene en el sentido de que, eh..., y esto también es una cosa, una cosa que, que debería ir cambiando que, una pregunta así en una entrevista en directo que te están haciendo pues que no tengas que explicar ni por qué no estás contestando, es decir, yo, una cosa es una cuestión de cortesía, en un momento determinado puede haber una referencia a tu estética pero conducir cinco minutos de entrevista, bueno, no sé lo que dura el corte, pero cinco minutos y llevarlo por ahí en el cien por cien.

PROFESORA-4: El vestido que lleva, sobre todo, de...., de Roberto Verino y no sé cuántas medallas. Se me ha olvidado la información de verdad, por qué le están haciendo la entrevista a Mireia Belmonte porque sí, la han nombrado al principio, las medallas que tiene y como mejor deportista y a partir de ahí se acabó porque se han centrado sólo en su aspecto femenino, vamos, cuánto tiempo tarda en arreglarse...

PROFESOR-3: Yo creo que hoy en día más, yo creo que ya se está superando eso y en las últimas entrevistas que he visto cuando se las entrevista por méritos que han ganado un Óscar, por su interpretación o méritos artísticos, cantante, baile o lo que sea y les empiezan a preguntar qué ropa interior lleva, dónde te has comprado el vestido, directamente ellas no se cortan y dicen *yo he venido a hablar de mi profesión, no de cómo voy vestida*, en ese sentido sí que ha habido una evolución y en este caso, bueno, Mireia ha sido formal pero obviamente se lo podía haber dicho, que bueno, ella está ahí por las medallas y no por vestir de Roberto Verino.

3.2.- Reproducción del corte titulado *Rajoy y Soraya*<sup>74</sup>

PROFESOR-3: Bueno, la verdad es que, yo por la sensación que tengo y, por lo que siempre se ha dicho de Soraya, Rajoy no deja de ser una marioneta y quizás, bueno, en este caso aunque vaya Rajoy en representación al final parece como que la que mueve los hilos es Soraya. Pero sí que es verdad que bueno ahí se nota un poco la diferencia...

PROFESORA-3: Yo creo que está masculinizando a Soraya y restándole el valor, o sea, como, es que está ahí no porque sea una mujer sino porque es como un hombre pero que hace de mujer o que se viste de mujer.

PROFESORA-2: Que complementa.

PROFESORA-3: Que complementa.

PROFESORA-1: No, porque entonces Rajoy está haciendo lo mismo pero con la feminidad. Es lo mismo Rajoy que Soraya, Soraya que Rajoy, es decir, yo creo que el trasfondo es político, es una crítica política en cuanto a que da igual quién te lo presente, el discurso va a ser el mismo.

PROFESORA-3: No es el trasfondo político, es el tono y la forma cuando habla de Soraya.

PROFESORA-1: Yo no lo he notado.

PROFESOR-1: Es cómo se masculiniza la figura femenina cuando llega al poder.

PROFESORA-1: Yo creo que también feminiza, o hace más femenina a Rajoy.

PROFESOR-2: Lo que sí que me ha dado la sensación es que eso, de alguna manera, entiendo que cuando dice lo de *Rajoy es Soraya, Soraya es Rajoy* en el fondo es que al

---

<sup>74</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 6 que lleva el mismo título.

final el personaje que te esté trasladando lo que sea en política da igual, o sea, al final lo que importa es lo que estás haciendo y en este caso el discurso de los dos es el mismo.

### 3.3.- Reproducción del corte titulado *La fiscal y la jueza*<sup>75</sup>

PROFESOR-1: Yo creo que estamos en una paranoia lingüística.

PROFESORA-2: Pienso lo mismo.

PROFESORA-1: A mí me supera, es decir, qué más da, no qué más da, eh..., no quiero decir qué más da, hay un montón de palabras que están admitidas en el diccionario, incluso muchas de ellas con las cuales no estoy de acuerdo, pero yo creo que lo importante es que es fiscal general, que fiscal general, yo qué sé obispo, obispa, va más incluso, o por lo menos yo lo veo más normal si acaba o no acaba en a, es decir, llamar la fiscal me parece bien pero también me parece bien la obispa, es como que hay obispo, que haya obispa. Pues si hay juez, hay juez para todo. No necesito *la jueza*, ni *el juez*. Creo que también es una cuestión de, de, sonoridad, una cuestión igual de costumbre, de sonoridad. Yo no me vería mal si me dicen que soy la Fiscal General del Estado, o la juez, del tribunal supremo, cuando es verdad que está mucho más admitido el magistrado y la magistrada, ahí no hay ningún problema. Yo creo que es una cuestión de..., no me siento agredida por no ser *miembra* de nada.

PROFESORA-3: Yo creo que hay profesiones que, no van unidas a la persona de hombre o mujer, entonces la profesión de abogado es la profesión de abogado indistintamente que seas hombre, que seas mujer, una profesión, ¿vale? El juez es un juez, da igual que sea hombre o que sea mujer. Cuando hablamos del juez hablamos la juez fulanita de tal y se le pone el nombre, entonces va unido a una profesión, a un cargo, no a una persona. Da igual que sea hombre o mujer. En mi mundo yo cuando oigo *la jueza* o *la fiscal*, eh..., se hace referencia, se intuye que es algo negativo, es que no realiza bien su profesión, cuando oyes *la juez* o *la fiscal* es que es buena en su oficio, en su profesión. Entonces, yo, a mí, yo siempre me presento como abogado, yo nunca digo *soy abogada*. No me suena bien.

---

<sup>75</sup>La transcripción del contenido de este corte se encuentra detallada en el Anexo 5 que lleva el mismo título.

PROFESORA-1: Pero yo, por ejemplo digo que soy profesora, no soy profesor.

PROFESORA-4: Yo sí digo abogada.

PROFESOR-4: Es que se debe decir abogada si es una mujer.

PROFESORA-1: Yo creo que no hace referencia a una profesión en sí, hace referencia a una persona, igual que creo que no sea peor una jueza que un juez, creo que me parece que son más papistas que el Papa, de miembros y *miembras*.

PROFESOR-3: A mí no me disgusta que se utilicen este tipo de términos y sí que es verdad que al principio suena raro porque cuando no estás acostumbrado a escucharlo, y es verdad que generalizamos todo, y es verdad, quizá, no sé en otros idiomas, pero el lenguaje español sí que es verdad que ha sido muy, está muy masculinizado, es muy machista desde siempre, hasta el uso de palabrotas o cualquier cosa siempre se ha generalizado como que el poder, cualquier cosa que digas suena masculino y, por ejemplo, si algo es aburrido dices que *qué coñazo, ¿no?*, es decir si es muy bonito es *la polla*, entonces incluso al final, en las cosas que son más simples ya hay esa diferenciación. Con respecto a lo otro, al final es un término que si está recogido en la RAE a mí me parece bien que se utilice, no me llama la atención, sí que es verdad que suena raro *la fiscal*, incluso a veces es raro decirlo, además como acentuando que es una mujer *la fiscal*, como haciendo hincapié, es la primera, puede ser incluso un poco despectivo en ese sentido, ¿no?

PROFESOR-1: Yo creo que estamos en contradicción entre lo políticamente correcto y lo lingüísticamente aceptable, quiere decir que, entiendo que hay que luchar contra el machismo en el lenguaje pero hay que aceptar que el lenguaje es masculinizador, así que, dependiendo de qué lengua pues tendremos más capacidad para ir a un neutro o habrá que usar el masculino, o con el artículo, la partícula que sea se puede dar el género que queremos pero entrar en *la fiscal* cuando puedes decir *la fiscal* queda feminizado pues ya está, decimos el futbolista, la futbolista y no nos inventamos una o para el *futbolista*.

PROFESORA-2: O astronauta, *astronauta*.

PROFESOR-1: Esta paranoia tiene que ver con que todos queremos ser políticamente correctos, queremos hablar entre *compañeros*, *compañeras* y entonces el discurso es infinito.

PROFESORA-4: Yo creo que antes esperabas encontrar un registrador o encontrar un notario, y que ahora, gracias a Dios, pues, eh... ¿vale?, accedemos a todas las profesiones, accedemos a todo y que yo creo que lo que tiene que ser normal es que cuando me vayan a atender me da igual que sea un notario que una notaria, pero es importante llegar a la profesión, llegar a eso, quizá no tanto, si me llaman notario o notaria, ¡vamos! Pero, sino, realmente ocupar ese cargo y conseguirlo.

PROFESOR-2: A mí me, por una parte tengo una doble, una contradicción mental porque a veces me divierte mucho este debate cuando se empieza con, pues, tienes que hablar por ejemplo en general siempre para incluir, tenemos palabras en castellano que son en masculino y en femenino, que admiten los dos géneros, que hay que estar siempre haciendo las frases con las dos cosas, incluso cuando vas a escribir un correo ¿no?, incluyendo a los dos géneros para que todo el mundo se sienta incluido, a veces me resulta divertido cómo, cómo a veces se quiere ser muy inclusivo en todo esto se cae en lo esperpéntico, porque tienes que, la frase al final tienes que repetir todas las palabras casi dos veces, los, los artículos para poder realmente ser, ser objetivos. Luego yo creo que es una pose de cara a la galería porque realmente cuando los políticos están hablando de este tema sí que son muy, son muy cuidadosos con las palabras que están diciendo, pero en el momento en el que cambian a un tema que, que versa sobre cualquier otra cosa se vuelve a, a las costumbres de, de utilizar un único género, eh..., que pueda ser inclusivo para los dos. Personalmente yo creo que no debería haber problema en utilizar la palabra fiscal aunque no tenemos la costumbre de utilizarla, es una cuestión de costumbre que al final nos acostumbremos a utilizar ciertos términos, como ha habido pocas mujeres en esos puestos evidentemente, eh..., pues no se han utilizado igual que obispo, pues no ha habido mujeres que puedan ejercer ese ministerio hasta ahora, pues evidentemente probablemente por eso no existe el término, o no es que no exista, ya vemos que existe pero probablemente sea fruto de eso, de la falta de costumbre. Pero, no sé, a mí me resulta un poco aburrido este debate cuando realmente el propio lenguaje podría hacer mucho más por la inclusión más allá del artículo que le pongamos a cada, a cada cosa.

B.- Tratamiento de asuntos para el profesorado exclusivamente

MODERADOR: ¿Sois conocedores y conscientes de la influencia que podéis ejercer sobre el alumnado, por ejemplo, con vuestro lenguaje?

PROFESORA-2: Yo creo que sí. Consciente e inconscientemente.

PROFESORA-1: Yo creo que sí pero no sólo, es decir, yo creo que sí pero porque también, o yo por lo menos en mis clases, en las cuales además, en esta profesión, la mayor parte del alumnado es masculino, o sea, hay otras profesiones en las que sí pero sí, por ejemplo, atendemos a los alumnos que están estudiando sonido hay un porcentaje de chicos con respecto a chicas bastante elevado. Creo que lo que tienen que ser conscientes es de que, o sea, de que el lenguaje cuando lo utilices no lo utilices como agresión, no, no utilices como, como un agravio para lo que no estás nombrando. Creo que eso es lo que hay que normalizar, es decir, eh..., o sea, los extremos siempre son un poquito peligrosos, o sea, ni hay que ser la ultra feminista de la vida *no, no, si dices chico dices chica, si dices bienvenido dices bienvenida*, lo que hay que tener claro es que en sus noticias tienen que incluir a todo el mundo y si en ese momento tienen que hacer una alusión al género masculino y al femenino concreto porque van a ver que igual una de esas partes se siente excluida, yo creo que son conscientes que lo tienen que hacer.

PROFESOR-2: Hombre, yo, yo tengo esa esperanza. Quiero decir, o sea, al final, si estás en la docencia de alguna manera crees en la cuestión de modelo, o sea, la docencia según está planteada es un modelo en el que estás enseñando una serie de cosas y entre ellas está también esa parte de educación a todos los niveles no sólo en cuanto a contenidos, que a veces se suele quedar la sociedad, ¿no? Entonces, en ese caso, también las formas en las que nosotros nos referimos a, o tratamos a, al alumnado, eh..., creo que también es importante digamos para ellos de alguna manera están viendo modelos de cómo tienen que interactuar en un mundo profesional, no haciendo distinciones entre un chico y una chica, eh..., a la hora de dar una instrucción yo por ejemplo sí que cuando estoy en el taller, a lo mejor, eh..., si tengo que dar una sierra de calar, no una herramienta jamás haría una diferenciación entre que se lo das a un chico o a una chica, de hecho, muchas veces en los grupos sí que me ha pasado que hay alguno

que, que, que dice *no, pero ella no*, ella no, ¿por qué no? Ella pues es tan hábil o, o, o *tiene las mismas capacidades que puedes tener tú, ¿no?*, eh..., entonces en ese, en esa situación *sí*. Si yo veo una situación claramente, eh..., machista o..., en clase pues evidentemente *sí* que intervengo, o sea, si es en el contexto del aula, claro.

PROFESORA-3: Los alumnos cuando salgan a su mundo laboral, yo no sé si seré referente, yo sí sé que se van a acordar de mi porque siempre me dicen que hablo raro. Entonces, yo supongo que acordarse se acordarán y espero que si que de todo el tiempo que pase con ellos algo les quede. Espero y deseo.

PROFESORA-4: Yo creo que sí. Yo creo que sí porque, no, a lo mejor no son conscientes de cuando les estás diciendo lo de trabajador o trabajadora pero yo creo que se va quedando en el inconsciente, se le puede ir quedando que *oye, porque me ha hecho este matiz o porque me ha dicho esta diferenciación* yo creo que eso les hará que tengan en cuenta en el momento en el que redacten una noticia, que lo hagan, yo creo que siempre lo van a, lo van a tener en cuenta. Yo creo que al final tenemos más importancia, o sea, ahora ellos quizás no se den cuenta pero yo creo que en el fondo que sí, que lo van a tener.

PROFESOR-4: Sí, sí,..., tenemos y aportamos una gran importancia en nuestro trabajo.

PROFESORA-2: Yo también creo que somos influencia porque por un lado de forma inconsciente todo lo que escuchas se te queda entonces luego, cuando ellos salgan al mundo laboral y tengan que trabajar, tengan que redactar una noticia, tengan que emitirla obviamente algo les queda. Eso de forma inconsciente, pero por otro lado para muchos de ellos también somos un referente consciente en algunas cosas que les hemos insistido, que hemos matizado en clase lo van a tener en cuenta a la hora de llevarlo a cabo profesionalmente. Aún por lo menos quiero pensar que es así y lo pienso.

PROFESOR-3: Claro, yo lo que pienso, no lo sé. Yo al principio me, me equivocaba un poco, mi madre es profesora de primaria y, y evidentemente yo pensaba que porque los alumnos fuesen, eh..., más adultos por así decirlo, tenemos alumnos de más de dieciocho, diecinueve, veinte años, eh..., quiera pensar que son ya más maduros, entonces el modelo de educación yo priorizo, para mí priorizo más el contenido que se



puedan llevar a la hora de trabajar que les tenga que estar educando yo. Yo creo que la educación viene ya al principio de los primeros años de los padres y después, lo que yo creo que más influye es la educación primaria y la secundaria, que es donde ya creo que moldeas un poco a la persona.

PROFESOR-2: Bueno, a estos niveles ya nos llegan muy entrenaditos.

PROFESOR-3: Una persona ya con dieciocho años por mucho que la enseñes tú a trabajar, a lo mejor lo puedes conseguir pero, pero es difícil. Es verdad que yo pensaba así y al final pues, pues bueno, tratamos un poco por lo menos dar las clases un poco más tratando a la gente como adulta, ¿no? Pero sí que es verdad que mi madre me dijo que al final siendo profesor, aparte del contenido, tienes que también obligarles, exigirles, e incluso que presten atención o que estén más integrados en ese sentido. Es que al final entonces es un hábito ya tan complejo, ¿no?, enseñar contenidos, que estén entretenidos, educarles, que al final no sé si..., deberías estar pendiente de todo. Pero en ese sentido sí que es verdad, por ejemplo, que mi asignatura que es muy, muy de equipo, muy audiovisual que todo si no se hace en equipo no funciona, tanto la televisión, como la radio, como el cine y eso es lo que yo intento enseñarles que al final tiene que ser un trabajo colaborativo independientemente si es masculino o femenino, pero, pero igualmente quizás yo no sea el más apropiado para enseñarles conductas sociales.

MODERADOR: Cuando preparáis y realizáis las clases, ¿lo tenéis en cuenta?

PROFESOR-2: Yo en cuanto a la preparación de los contenidos, al final, los contenidos de por sí no son, no tienen un carácter, eh..., femenino o masculino, y a la hora de trasladarlo pues la verdad es que no lo había pensado nunca si, si, supongo que me pasa que cuando hablo, cuando hablo, hablo como si estuviera dando una multitud en la que hay chicos y chicas y no hago una diferencia, eh..., no hago una diferencia en mi lenguaje sobre lo que digo para unos sobre lo que digo para otras, unos u otras, es en plan incluidos lo que estoy diciendo. Entiendo que el mensaje que estoy trasladando debería afectar a ambos. Creo que en esto es importante, que haya una diferenciación pero también para que la cosa se normalice lo máximo posible. Por eso digo que hay contradicción con respecto a este tema, a veces pienso que, que si tenemos que estar

haciendo permanentemente una división en el lenguaje de lo que estamos diciendo, eh..., también se acentúa precisamente esa diferencia, igual que si estamos trasladando un mensaje para alumnos que fueran de diferentes razas no haríamos un, no trasladaríamos un mensaje atendiendo a esa diversidad racial. El género en este caso no debería ser tampoco un problema.

MODERADOR: Al hacer referencia a algún grupo de personas o cosas entre las que se encuentran elementos de los dos géneros, ¿qué género gramatical es el que utilizas?, ¿tenéis en cuenta el lenguaje inclusivo de género?

PROFESORA-2: Yo no lo pienso, o sea, no lo pienso con premeditación, en principio yo lo voy a hacer exactamente igual pero si es verdad que procuro, aunque no siempre me sale, procuro utilizar el género de lo que hay mayoría en el aula. Pero sí que es verdad que estoy pensando en un grupo que tengo con un solo chico y el resto, el resto son alumnas y casi siempre, bueno no, la mitad de las veces utilizo el masculino, a veces rectifico y a veces lo dejo pasar. Pero otras veces, ummm..., utilizo el femenino y añado *y fulanito*, un poco pues un poco por hacerlo más distendido. Pero sí que es verdad que aunque intento hacerlo no me sale porque estoy acostumbrada a utilizar el masculino.

PROFESOR-3: Yo personalmente cuando, cuando la imparto al final no estoy pensando tampoco en la cantidad de chicos, en la cantidad de chicas, hablo al final como prácticamente me han educado y, y el lenguaje que utilizo es al final el que utiliza la sociedad. Quizá pues bien referenciado a que sea un poco más masculino en ese sentido. Afortunadamente nosotros en nuestra clase, o por lo menos las clases que damos, la mayoría en un noventa, noventa y cinco por ciento son género masculino, entonces, sí que es verdad que habría que tener un poco en conciencia de las, de las alumnas que tenemos, en este caso sí que cuando escribo un mail para el grupo en general, sí que en ese sentido sí que tengo un poco más cuidado *alumnos* y *alumnas* par no diferenciar, para no directamente diferenciarlo, pero a la hora de dar la clase, eh..., no estoy tan pendiente de eso porque al final si estás pendiente de dar la clase, si estás pendiente del contenido que vas a decir, de que uno no hable, y si tienes que estar pendiente de eso, ya, al final sería, vamos, estresante.

PROFESORA-1: Lo primero no quieres que nadie se sienta agredido por utilizar un género concreto cuando tú eres del otro, que insisto, me sigue pareciendo una bobada, pero, eh..., yo por ejemplo los cursos que tengo suelen estar a un cincuenta por ciento masculino y femenino y suelo hablar en masculino y aviso, a ver *yo no soy de miembros y miembros, eh, aquí somos todos miembros*, pero vosotras os tengo en cuenta y tal. Si hay, tengo que dar un mensaje o algo a un curso en el que hay mayoría de chicas siempre digo tal y *tú también estás incluido en este mundo de las chicas que somos mayoría* en este caso y al contrario, cuando voy a una clase en la que hay un... siempre digo y vosotras ahora os convertimos en también masculino. Es una forma de hacerlo más distendido, de no estar alargando el discurso hasta la saciedad y de que, bueno, pues intentar no alargar, o sea, lo que no me parece bien es *todos y todas* yo no podría, o sea, porque de hecho yo en una clase cuando una alumna dijo que tampoco le parecía bien yo empecé a decir *tod-arroba-s*, parece que si pones la arroba incluyes a todos, el problema es que no sé cómo pronunciar esa arroba.

PROFESORA-4: No, yo en clase, en clase cuando dicto algún ejercicio normalmente de pero ya, aviso el primer día normalmente *voy a decir trabajador o trabajadora lo digo para que nadie se sienta ofendido ni nada, ¿vale?* Entonces *trabajador*, pero luego ya suelo matizar *trabajador y trabajadora* para que luego no haya ningún tipo de problema y no, normalmente estoy al cincuenta por ciento por lo que no, incluyo y siempre lo digo. El otro día hablando de profesiones y me dicen *es que la...*, no sé si fue justo en clase, en esta clase o en otro sitio, me dicen que *la señora de la limpieza*, digo ¿qué, señora de la limpieza?, digo y ¿no hay ningún personaje?, es que eso fue el otro día, *o señor, ¿no?* Y de hecho justo es que estaba un señor. Pero en otros sitios también estaba justo un señor, pero la mentalidad ahí en la profesión, que te lo están diciendo es la señora de la limpieza ¿por qué tiene que ser la señora de la limpieza?, entonces, se dieron y dicen *Ah, pues sí [...]*. Pero sí lo digo y lo suelo matizar pero lo que me parece también, lo que dices tú, estar constantemente, constantemente justificándome de decir *trabajador o trabajadora*, pues eso, ¿vale?, lo digo una vez pero no los sesenta minutos que dura la clase porque creo que ya me estoy repitiendo más que todas las cosas.

MODERADOR: ¿Pensáis que si se utilizara el lenguaje inclusivo de género en las aulas el alumnado lo aprendería y lo reproduciría en su vida cotidiana?, ¿y cuando tengan que crear programas de radio?

PROFESOR-3: Bueno, yo viniendo al tema de las preguntas yo en el lenguaje no he notado mucho porque entre que los alumnos no preguntan nada y tampoco les oigo hablar mucho no he notado ese tipo de lenguaje. Quizá es verdad que el contenido de la clase sea más machista por el tema de la cantidad porque es que al final hay casi un noventa y siete por ciento de hombre y un tres por ciento de mujer y el contenido en general de la clase por lo que nos ha tocado vivir es masculino, pero en el lenguaje yo no lo suelo apreciar porque tampoco hay esa, no presto atención a eso, la verdad.

PROFESORA-3: Yo también soy de la opinión de mis compañeras, yo lo de miembros y *miembras* como que no, entonces sí que tengo en las clases las planifico de la misma manera lo que pasa que a la hora de impartirlas atendiendo al número de personas que haya en el grupo sí que intentas incluir, porque hay veces que solamente que sí que es un chico o que solamente es una chica, o dos, o tres, pero muy poquitos, entonces sí que intento incluir la parte femenina y la parte masculina, pero generalmente no. De todos modos, yo suelo utilizar, yo no hablo de *señor o señora de la limpieza* sino *personal de limpieza*, por ejemplo, ¿vale? El trabajador entendido como sujeto de derechos laborales, no como trabajador masculino o trabajador femenino, entonces no, no tengo mucho lenguaje exclusivo ahí.

PROFESOR-1: Si creemos que somos influyentes, entonces con el lenguaje también, así que quienes nos escuchan lo reproducirán en sus trabajos, y en su casa y con sus amigos.

PROFESORA 3: Claro, el tipo de palabras que se utilizan sirve para aprenderlas a utilizar también en una guionización, por ejemplo, o cuando estás tomando algo con alguien.

MODERADOR: ¿Detectáis en el desarrollo de las clases situaciones de sexismo?, ¿en qué casos?, ¿de qué tipo?

PROFESORA-3: Yo cuando hago determinadas dinámicas de grupo que son de roles y estereotipos sí que adoptan, se ve, claramente posturas machistas, posturas machistas no solamente en los chicos sino también en las chicas. Tú les cuentas una historia para que ellos se posicionen, debatan y demás y, e inmediatamente asumen, le aplican a la mujer

un determinado rol, como no ha seguido su rol es la mala de la película. Entonces sí, las he vivido, las intento corregir y convencerles pero hay veces que cuesta un montonazo.

PROFESORA-4: Yo tampoco.

PROFESORA-2: Yo en los descansos. Llega el descanso y sí que es verdad que, no siempre, pero las chicas asumen un papel como más frívolo, por decirlo de alguna manera, y, porque además eso parece que en muchas ocasiones agrada a muchos chicos, entonces, unos intentan agradar a otros, o sea, chicos, chicas intentan agradarse. Es algo que es normal, intentamos agradar al prójimo. Y sí que yo he comprobado que en los descansos, levantarse de la silla y hacer ciertos gestos que identificamos con las chicas, algún grito, algún salto.

PROFESORA-1: Yo, yo no. Y además, de hecho, en las clases prácticas en las que se podría ver un poco más quien hace con los trabajos más pesados, o acarrear cosas, pues mover focos, mover altavoz o lo que sea, eh..., no, están bastante iguales, incluso va más con una constitución, muchas veces suelo bromear y decir *deja que el sexo fuerte coja el altavoz y muchos ya nos ponemos a manejar una mesa de mezclas que es un trabajo más fino y no te cansas* pero como broma, no nadie, no, o sea, no hay una diferencia, si hay que traer eso y lo trae el que más cerca esté. O la que más cerca esté [...]. Tampoco les observo en los descansos así como para... Fíjate yo creo que va más con la persona que como con el género en sí, que hay chicas que les gusta ser súper femeninas y agradar a todo el mundo, a todos los chicos, no a todo el mundo, no sé qué, y hay chicos que quieren agradar a todas las chicas y dan con el rol que se supone que tienen de machote, de la mona, de no sé qué, pero creo que es una excepción. Por norma general creo que, a ver, la gente joven sí que está normalizando este tipo de cosas de no sentirte agredido por una historia verbal o porque te digan *todos* en vez de *todas* o *me gustaría que volviéramos a conseguir eso*.

PROFESORA-3: Al lenguaje no pero en cuanto a los roles que tenemos marcados de la mujer en casa y con tus obligaciones, estas son tus funciones, eso no se les quita tan fácil. Yo veo, yo ya te lo digo, veo en su forma de actuar y reaccionar cosas que dices *¡Madre mía, es que me estáis recordando a mi padre en el pueblo, vamos!*

PROFESOR-2: De hecho lo vivimos hasta en un contexto informal jugando el otro día el partido con los chicos jugó una chica también, eh..., y hubo un momento en el que ya la tenían frita diciendo o *haz esto, haz lo otro*, hasta que se cabreó y dijo *no juego más porque yo sé jugar al fútbol no hace falta que me estéis diciendo cómo lo tengo que hacer* porque inmediatamente todos habían asumido un papel, un rol de entrenador. Además es una cosa como absolutamente patriarcal en el sentido de *tienes que hacer esto porque sino es como si no supieras jugar las reglas de nuestro juego, ¿no?*, hasta que se hartó y, bueno, yo creo que ahí, nosotros no intervinimos ninguno de los dos porque no estábamos en calidad de profesores pero yo lo dejé evolucionar a ver dónde llegaba la cosa, en el sentido de que también hay veces que ese tipo de conflictos, eh..., es importante que sean ellas las que lo pongan de manifiesto...

PROFESOR-3: El carácter de esa persona es bastante alto, no sólo en el fútbol, bastante aghhhhh...

PROFESOR-2: No, pero a mí me parece muy bien...

PROFESOR-3: Sí, sí, porque igualmente lo hacemos con otros jugadores y no dicen nada. Porque a otros *ponte aquí, ponte allá* y nosotros no decimos nada. Pero sí es verdad que a lo mejor ella sí se sintió...

PROFESOR-2: Sí que había una actitud paternalista de cómo tenían que..., y por eso yo creo que saltó.

## Anexo 11.- Validación de los grupos de discusión

El método y el diseño que se han elegido para la realización de los grupos de discusión de este trabajo de investigación han sido validados por Valeria Levratto y M<sup>a</sup> Carmen Navarro García.





## Anexo 12.- Relación de páginas para la consulta de las informaciones cuyo contenido forma parte de la muestra estratificada

En las siguientes páginas, pertenecientes a los principales periódicos digitales de nuestro país, se pueden consultar de forma detallada las noticias que forman parte de la muestra estratificada de este estudio<sup>76</sup>:

- ✓ [https://politica.elpais.com/politica/2015/01/08/actualidad/1420714383\\_172780.html](https://politica.elpais.com/politica/2015/01/08/actualidad/1420714383_172780.html)
- ✓ [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L10/CONG/DS/CO/DSCD-10-CO-732.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/DS/CO/DSCD-10-CO-732.PDF)
- ✓ [http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Canal-Judicial/?pag01=11&vgnnextlocale=es&perfil=1&startAt=60&lang\\_chosen=es](http://www.poderjudicial.es/cgpj/es/Canal-Judicial/?pag01=11&vgnnextlocale=es&perfil=1&startAt=60&lang_chosen=es)
- ✓ <http://www.libertaddigital.com/espana/2015-01-08/la-nueva-fiscal-general-mi-perfil-no-es-politico-es-profesional-1276537630/>
- ✓ <https://www.elplural.com/2015/01/08/soraya-candidata-a-la-fuerza-a-la-alcaldia-de-madrid>
- ✓ <http://ecodiario.economista.es/politica/noticias/6374997/01/15/Saenz-de-Santamaria-no-se-descarta-como-candidata-del-PP-a-la-alcaldia-de-Madrid.html>
- ✓ <https://www.msssi.gob.es/gabinete/notasPrensa.do?id=3537>
- ✓ [https://www.infolibre.es/noticias/politica/2015/01/28/pedro\\_sanchez\\_critica\\_nuevo\\_gobierno\\_griego\\_por\\_ausencia\\_mujeres\\_27453\\_1012.html](https://www.infolibre.es/noticias/politica/2015/01/28/pedro_sanchez_critica_nuevo_gobierno_griego_por_ausencia_mujeres_27453_1012.html)

---

<sup>76</sup> En el epígrafe 6.2.2.- *Selección muestral por agrupamiento o conglomerados* se explica convenientemente que se han seleccionado para este estudio los discursos producidos durante unos días determinados de emisión radiofónica que son los que conforman la muestra estratificada del mismo.

- ✓ <http://www.europapress.es/internacional/noticia-nuevo-gobierno-grecia-vuelve-poner-actualidad-desigualdad-gobiernos-democraticos-20150128140524.html>
- ✓ <http://www.elmundo.es/cataluna/2015/01/28/54c8af65268e3e927a8b4571.html>
- ✓ <http://www.elmundo.es/cataluna/2015/01/27/54c7425fca4741d2248b456d.html>
- ✓ [https://elpais.com/economia/2015/02/16/actualidad/1424097896\\_995709.html](https://elpais.com/economia/2015/02/16/actualidad/1424097896_995709.html)
- ✓ <http://www.elmundo.es/economia/2015/02/16/54e1f54c22601dcd748b4587.html>
- ✓ <http://www.interior.gob.es/documents/10180/3066430/Informe+Delitos+de+Odi+o+2015.pdf>
- ✓ <http://www.elmundo.es/espana/2015/04/14/552d1fbe268e3e8f1d8b4575.html>
- ✓ <http://www.abogacia.es/2015/04/15/espana-registro-en-2014-un-total-de-1-285-delitos-de-odio-la-mayoria-por-homofobia/>

## Índice de figuras

Figura 1. Itinerario que muestra el planteamiento general. ....	18
Figura 2. Descripción del objetivo principal y los específicos. ....	20
Figura 3. Estructura de esta tesis doctoral. ....	23
Figura 4. Itinerario del contenido del marco teórico. ....	29
Figura 5. Características de la educación formal, no formal e informal según la UNESCO. ....	42
Figura 6. Criterios para la selección de la población. ....	200
Figura 7. Procedimiento para la selección de la muestra. ....	206
Figura 8. Espacios pertenecientes a la población de radios convencionales que forman el objeto de estudio. ....	207
Figura 9. Espacios pertenecientes a la población de plataformas especializadas que forman parte del objeto de este estudio. ....	207
Figura 10. Explicación del contenido de cada una de las entradas de las fichas en las que se expresa el análisis del corpus radiofónico. ....	228
Figura 11. Explicación del contenido de la entrada denominada AUDICIONES. ....	229
Figura 12. Población de los grupos de discusión. ....	235
Figura 13. Muestra seleccionada para participar en los grupos de discusión. ....	235
Figura 14. Definiciones y conceptualizaciones vertidas en los grupos acerca de los términos: sexo, género y orientación del deseo. ....	463
Figura 15. Formas en las que se manifiestan el género y la orientación del deseo, factores que influyen en ellos y su determinación en la adquisición de roles. ....	477
Figura 16. El medio radiofónico y su influencia en las representaciones del género y la orientación. ....	490
Figura 17. Representación de la relación de las opiniones que se han vertido tanto en el grupo formado por el profesorado como en el del alumnado acerca del tipo de lenguaje utilizado en las aulas. ....	514
Figura 18. El sexismo en las aulas según lo ha expresado el profesorado y el alumnado. ....	515
Figura 19. Resumen de las conclusiones obtenidas acerca de las reflexiones producidas en los grupos de discusión. ....	523
Figura 20. Mapa conceptual de la forma en la que quedan representados los géneros según la discusión del objetivo principal. ....	534

Figura 21. Mapa conceptual de la forma en la que quedan representadas las orientaciones del deseo según la discusión del objetivo principal. ....	536
Figura 22. Los patrones sociales y lingüísticos utilizados para la construcción del discurso radiofónico .....	543
Figura 23. La representación nominal, la dualidad aparente y la alusión y apelación vocativas en el discurso según la discursiva grupal. ....	550
Figura 24. Clasificación de las citas, tópicos y categorías. ....	559
Figura 25. Establecimiento de categorización de usos sexistas del lenguaje para el análisis del discurso con el que se apela a las mujeres que trabajan en la carrera judicial. ....	559
Figura 26. Formas en las que se manifiesta la estereotipación a través de la asignación de roles.....	565
Figura 27. Espacios de ubicación que la discursiva grupal concede al género y a la orientación del deseo. ....	580
Figura 28. Relación entre las representaciones discursivas de las emisoras de radio en dos casos: el Día Internacional de la Mujer y el Orgullo LGTBI.....	587
Figura 29. Relación entre las forma de representación de los géneros y de la población LGTBI. ....	590
Figura 30. Representación gráfica de la conclusión sobre el objetivo principal. ....	593
Figura 31. Conclusiones sobre el primer objetivo específico.....	594
Figura 32. Conclusiones sobre el segundo objetivo específico .....	596
Figura 33. Conclusiones sobre el tercer objetivo específico. ....	598
Figura 34. Conclusiones sobre el cuarto objetivo específico. ....	600

## Índice de gráficos

Gráfico 1. Porcentaje de participación de mujeres en distintas actividades del estudio realizado en 1989 comparando RNE y la Cadena SER.....	169
Gráfico 2. Número de casos en los que se asocia a cada género con un rol determinado. ....	171
Gráfico 3. En el primer gráfico aparece el porcentaje de intervenciones según el género. En el segundo de entrevistas realizadas también el mismo. ....	172
Gráfico 4. Porcentaje con el que son mencionados los géneros según el rol con el que se les asigna. ....	173
Gráfico 5. Porcentaje de aparición de cada género en las entrevistas realizadas. ....	174
Gráfico 6. Presencia de las mujeres en las informaciones y rol con el que se le asocia en gran mayoría. ....	175
Gráfico 7. Porcentaje de aparición de voz femenina o masculina según la franja horaria de emisión de la publicidad en la que se inserta. ....	177
Gráfico 8. Cuantificación de los cargos directivos en las empresas de radiodifusión españolas.....	178
Gráfico 9. Cuantificación de la audiencia de las radios generalistas según el EGM para la tercera oleada de 2014. ....	212
Gráfico 10. Cuantificación de la audiencia de radios generalistas según el EGM para la primera oleada de 2015.....	213
Gráfico 11. Cuantificación de la audiencia de radios generalistas según el EGM para la segunda oleada de 2015.....	214
Gráfico 12. Género y edad de la audiencia de las radios generalistas. En este orden: tercera ola de 2014, primera de 2015 y segunda de este mismo año.....	215
Gráfico 13. Percepción agregada de las encuestas sobre la ubicación ideológica de las cadenas de radio.....	216
Gráfico 14. Credibilidad asignada a las cadenas de radio. ....	217



## Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Teresa de Escoriaza ante el micrófono para difundir su discurso. ....	143
Ilustración 2. Recorte de la noticia sobre el primer programa de radio en España con contenido específicamente homosexual que apareció en El Periódico el 24 de enero de 1983. ....	155





## Índice de tablas

Tabla 1. Categorías construídas para el análisis desde la perspectiva de género. ....	250
Tabla 2. Categorías construídas para el análisis desde la perspectiva de la orientación del deseo. ....	251



**FIN.**





**Facultad de Educación.**

***“Discurso, género y  
orientación del deseo  
en la fonosfera  
radiofónica”***

**Jose Manuel  
Frasquier Marchal**

