



Número 9, Año 2, Noviembre - Enero 1997-98

| Número del mes | [Anteriores](#) | [Contribuciones](#) | [Sobre la Revista](#) | [Sitios de Interés](#) | [Directorio](#) | [Ediciones Especiales](#) |

La Articulación del Discurso femenino en la Radio

por: [Pilar López Díez](#)
tascon@gugu.usal.es

Con el objetivo de elaborar la tesis doctoral Los magazines de la radio española: modelos, tendencias y representación de género, en el curso 1992-93 se realizó una investigación basada en el análisis de contenido de los espacios radiofónicos que en España llamamos magazine.

Estos programas mediáticos tienen una amplia tradición en la radiodifusión española (en donde ocupan las mañanas de la radio convencional desde hace más de treinta años), y son los productos radiofónicos que más publicidad consiguen porque son los más seguidos por la audiencia en nuestro país (aproximadamente, una de cada cuatro personas que sintoniza la radio diariamente, oye uno de los tres magazines que sirvieron de muestra para el estudio). Tienen una gran duración, pues se mantienen de lunes a viernes en antena desde primeras horas de la mañana (casi siempre empiezan antes de las 8,30) y duran hasta pasado el medio día.

Los magazines son los espacios más mimados por las empresas radiofónicas. Aquí elegimos los tres grandes que atraen a la mayor cantidad de público, dos de ellos, Protagonistas y Hoy por hoy pertenecen a dos de las más importantes cadenas comerciales (Onda Cero y la SER), y Cambia la cara a la pública Radio Nacional de España.

En el capítulo "La representación de género en los magazines" nos interesó analizar tres aspectos desde la perspectiva de género; en primer lugar, de quién se habla en los magazines de las mañanas de la radio española; en segundo lugar, a quién se llama para participar, y en tercer lugar quiénes llaman a dichos espacios para hablar a la audiencia, es decir, la participación de la audiencia. La intervención de la audiencia femenina, y su articulación lingüística con el discurso masculino y jerárquico es el objeto de este trabajo.

1. La audiencia femenina y su intervención en el magazine

La estructura de la audiencia de la radio convencional española ha ido evolucionando desde ser, mayoritariamente femenina en las primeras décadas de la puesta en marcha del producto, hasta ser hoy más masculina que femenina, con indicadores de catorce puntos de diferencia (1995) a favor de la audiencia masculina.

El cuadro siguiente recoge la estructura de la audiencia en 1972 en el periodo horario en el que se emitía el macrogénero magazine:

Cuadro nº 1

Estructura de la audiencia de radio, (10-12h, en %)
Resultados acumulados Abril-Julio-Octubre de 1972

	Mujeres	Hombres
Mujeres amas de casa:	Entre el 43-45	
Mujeres casadas:	Entre el 40-41	
Mujeres solteras	Entre el 29-30	
Hombres		Entre el 28-30
Total	70	30

Datos: EGM 1973 (Resultados acumulados Abril-Julio-Octubre 1972)

Los datos, actualmente, para el conjunto de la radio convencional son los siguientes:

Cuadro n° 2

Evolución de la audiencia radio convencional, por género, (en %)

	1991	1992	1993	1994
Mujer	44,3	44	44,5	43
Hombre	55,7	56	55,5	57

Dato: Comunicación Social/Tendencias. (1992-93-94-95).

En el cuadro siguiente podemos ver la utilización de la radio abierta , por género.

Cuadro n° 3

Utilización de la radio abierta por parte de la audiencia (en % sobre el total horas de emisión del magazine)

	Cambia la cara	Protagonistas	Hoy por hoy
PC-mujer	1,03	3,6	2,4
PC-hombre	0,43	4,3	1,1
Total	1,46	7,9	3,5

(PC: Persona Corriente) Fuente: datos propios.

Respecto a la tipología de las personas que utilizan de alguna forma la radio abierta, hay mucho más equilibrio en cuanto a representación de género que el que se encontró respecto a otros agentes comunicativos, independientemente de las diferencias que se observan entre los tres productos estudiados. Es decir, a las mujeres se las invita a hablar más como nombre común (Muñoz, 1995) que como nombre propio.

Las diferencias entre los tres magazines se establecen en que además de la escasa radio abierta que emite precisamente la emisora pública (un 1,46% frente al 7,9% de Protagonistas), precisamente más obligada estatutariamente a ocuparse de la participación de la audiencia que la radio comercial, la intervención femenina dobla a la masculina. Este hecho podría significar que en el periodo horario en el que se producen las llamadas de la audiencia en la emisora pública, (10 a 12h.) ésta es más femenina que masculina , pero la audiencia femenina no dobla a la masculina en ese tramo horario (54,2% de mujeres, frente a un 43% de hombres), con lo que inferimos que la radio pública prefería (en la fecha de la toma de la muestra) dar la voz a las mujeres que participan en la radio abierta (aunque, como se ha señalado, es muy escasa esta categoría sobre el total de horas de emisión analizadas).

En cuanto a la participación de la audiencia en los dos productos comerciales se pueden establecer varias diferencias. En primer lugar, la participación en Protagonistas se produce, fundamentalmente, en la primera parte del programa en donde se trata principalmente la política nacional, es decir, sobre temas "duros" y prestigiados; ello quiere decir que las intervenciones, tanto femeninas como masculinas, giran alrededor de asuntos de la esfera pública. Por el contrario, en el magazine matutino de la cadena SER las intervenciones de la audiencia se sitúan sobre temas "blandos" fundamentalmente, sin trascendencia más allá de las relaciones

personales y familiares, es decir, alrededor de la esfera privada, y dentro del horario menos informativo del producto, esto es, a partir de las 10 horas.

Pero a pesar de las diferencias anteriormente señaladas entre los tres magazines, este tipo de intervención de la audiencia es fundamentalmente de consulta o ilustrativa, y como señala Franquet al hacer referencia al sexismo, (1982: 119) sirve para retroalimentar el discurso androcéntrico:

"El locutor cortará cuando crea oportuno, con una elegante fórmula: señora, hay otras llamadas esperando. También podrá contrarrestar lo que se acaba de decir sin que la interlocutora tenga ninguna posibilidad de contestar. Con este mecanismo se evita un proceso de bidireccionalidad en el que puedan fluir libremente las ideas entre Emisor y Receptor, y no se cambian los planteamientos referenciales que tienen las mujeres de sí mismas y del mundo".

Lo anteriormente señalado por esta autora se pone de manifiesto en la conversación que tuvo lugar entre una oyente y el director de Protagonistas, que a continuación se reproduce y que pasamos a analizar:

C: Buenos días, Valencia.

O: Buenos días: Hola, soy M^a Dolores.

C: Adelante

O: Mira, yo quería deciros una cosa. Yo después de 45 años de vida profesional, además muy agitada, pues ahora me he retirado prematuramente y tengo oportunidad de estar descubriendo la radio a personas como vosotros, que os conocía a través de los escritos en prensa, revistas, etc. Entonces, de verdad, de verdad, yo quisiera daros una reflexión: yo siento, después de oír el programa, que es interesantísimo, que participa un montón de gente muy interesante, pues me quedo siempre con un poco de pena: porque resulta que veo, que por ejemplo, entre los tertulios sois prácticamente todos hombres, excepto Pilar ¿eh?.

(Interrupción de un tertuliano: y Nativel, y Nativel. (Subrayado por el C.) sigue F.J.: no se olvide Vd. de Nativel, no se olvide Vd. de nuestra Nativel Nacional. (C: Pilar y Nativel Preciados).

O: Bueno, sí, quiero decir, que la señorita que hace la publicidad de...

C.: No, no, no, la señorita que hace...

O: Es que os oigo muy mal, os oigo como con eco.

C: Digo que hay dos tertulianas, Pilar Cernuda y Nativel Preciado.

O: Pues yo, desde luego, llevo unos días... como tres semanas escuchandoos y no he tenido la oportunidad, a lo mejor, de escucharla en ese momento. No sé. De todas maneras...

C: Bien, bien,... Vd.

O: Yo quisiera que reflexionárais porque la población está compuesta, fíjate, inclusive somos más mujeres que hombres... Entonces, yo quisiera que fuera una tertulia si... Es una reflexión... por supuesto ¿eh? (C: sí, sí) simplemente para que lo reflexioneis, pero que ganaría, se enriquecería, si esta tertulia estuviera formada por otras personas, otras, mujeres, por ejemplo, que participaran, y luego por un porcentaje, aunque fuera pequeño, el 20 por ciento de población alternativa... porque si no puede ocurrir... yo veo, sinceramente, que salen las mismas personas siempre en televisión, en radio... yo creo que en España, yo... he sido una persona que he viajado bastante porque me gusta, y he vivido en otros países, y veo que estamos, que al final vamos a acabar mirándonos el ombligo... inclusive, aunque todos los que forman la tertulia sean personas superinteresantes. Yo creo que enriquecería si hubiera... un 20% movable... y luego participaran más mujeres...

(El C. la interrumpe: señora, déjeme, está terminando el programa, déjeme decir una cosa: algún día contaré los esfuerzos tremendos para seleccionar a los tertulianos que hoy es un lujo que decoran las mañanas...

O: lo sé...

C: (sigue) No es... no es fácil: un periodista puede ser un gran periodista, una pluma extraordinaria, pero luego... "no pasar la batería" que decimos nosotros, del micrófono. Entonces, para encontrar a todos estos amigos, empezando por José Luis y pasando por Alfonso, Fernando, José Antonio y los otros compañeros. Le aseguro que ha sido labor... de años. Si Vd. me da una pista de otras compañeras periodistas que tengan la soltura, la documentación, la seriedad, el rigor de Pilar y de Nativel, nos hará un favor a todos, a mí el primero. No es fácil encontrar a personas, puesto que estamos hablando de Pilar y Nativel.. (Ella intenta interrumpir, pero no lo consigue: pero inclusive...) A personas como Pilar y Nativel... que además de ser grandes periodistas, tengan en un momento dado el sentido del humor, seriedad, rigor... No es fácil, señora (subrayándolo con el tono). No es fácil, y estoy seguro... y esto lo he comentado con los compañeros: qué hermoso sería pues si tenemos 22 compañeros tertulianos, tener mitad y mitad, (Ella intenta interrumpir: bueno, pues... -pero no lo consigue-) pues si no es así, señora, es porque a lo mejor yo no sé buscar, a lo mejor yo no sé buscar... yo no sé buscar... o no sé encontrar...

O: Haga Vd. la participación más extensiva, quizás hay otra gente que no sea periodista y por ahí, van animándose y la gente va participando. Yo lo que creo es que en este país... Fíjese..., yo he vivido y he trabajado en países (C: sí...) que desde aquí se consideran subdesarrollados (C: sí...). Pero que es una pena ver la poca participación de la mujer española, que en parte... en grandísima parte...

C: (interrumpe) Bueno, no, no me diga, no me diga eso porque en la tertulia en esta media hora me parece que han intervenido, que el 90% han sido señoras, que, además, lo han hecho muy bien...

O: No, no, a lo que me refiero... no es precisamente a esto... precisamente... lo que por ejemplo, a nivel político, a nivel de dirigente, a nivel... Yo... veo que efectivamente... (C: interrumpe: la entiendo señora, la entiendo, señora...) la mayor parte que llama somos mujeres...

C: (la interrumpe, definitivamente) La entiendo... y le agradezco que, además esa observación que nos hace... Gracias, pero el tiempo se me va...

O: (muchas gracias).

C: Gracias. José Luis, Alfonso, Fernando, José Antonio... Volvemos en seguida. Hasta las doce y media, Protagonistas, Onda Cero...

Abordaremos el análisis del discurso desde el punto de vista formal y desde el punto de vista del lenguaje utilizado por los agentes comunicativos que participan; para ello seguiremos a Lakoff (1995) y a Perarson, Turner y Todd-Mancillas (1993) quienes pasan revista a las diferencias que hay entre el lenguaje femenino y masculino por una parte, y apuntan que dichas diferencias son el producto de las desigualdades entre las funciones de la mujer y del hombre en la sociedad.

En cuanto al punto de vista formal, en primer lugar señalamos el desequilibrio que hay entre los dos agentes comunicativos que viene marcado por el contexto en el que se desarrolla la interacción. Este desequilibrio está establecido desde el momento en que la oyente se plantea hablar en una tertulia de personas expertas, conocidas y reconocidas en los medios, que pueden intervenir en cualquier momento para reforzar y arropar al conductor, (como así se hace, al final de la primera intervención de la oyente). Por el contrario, la oyente participa como persona corriente, no como experta, y desde el comienzo este extremo se deja patente. El conductor del programa no da paso a una persona con nombres y apellidos, identificada, sino a "Valencia". La desigualdad de posición contextual entre uno y otra vuelve a manifestarse cuando la oyente al "Buenos días, Valencia", replica con "Buenos días. Hola, soy M^a Dolores". Estamos ante una situación en la que la oyente quiere superar ese carácter de persona corriente dando su nombre de pila. Pero a la oyente este recurso no le sirve de nada. El conductor añade: "Adelante". ¿Por qué no "Adelante, M^a Dolores"? Vemos que, a pesar de que la mujer que está participando quiere establecer unas relaciones interpersonales que difieren de las establecidas jerárquicamente, el agente comunicativo que se encuentra en una posición superior, reconocida, en este caso el conductor, sanciona, establece y restablece las reglas del juego, y no acepta cambiarlas.

En segundo lugar, la intervención de la oyente se recoge en 30 líneas, mientras que la del conductor ocupa 24. Parece desproporcionado que el tiempo que explícitamente se dedica a la "participación de la audiencia" sea ocupado por el conductor que tiene a su disposición cinco horas de emisión. El número de líneas de intervención podría ser un dato superfluo si no se interrumpiera el discurso de la oyente con más asiduidad del que parecería necesario (cuatro veces, en las cuales el conductor consigue intervenir en la dirección que él cree oportuno, generalmente de defensa; además de otras intervenciones menores como "Bien, bien... Vd.", "Lo sé...") que aunque no lo interrumpa, distrae la ordenación de las ideas y la construcción sintáctica de las frases.

En el otro extremo está el intento de la oyente por interrumpir al conductor para argumentar su propuesta, que no había logrado concluir, pero no lo consigue: la voz del locutor se alza rotunda, la subida de la intensidad de la voz acalla la de ella, y sólo al final, cuando él se repite: "A lo mejor yo no sé buscar, a lo mejor yo no sé buscar, yo no sé buscar... o no sé encontrar..." y parece que acaba su discurso, es cuando ella logra intervenir. Este aspecto nos señala la imposibilidad de que se de una auténtica bidireccionalidad en la relación a través del medio radiofónico. Desde el momento en que la oyente "es invitada" a hablar, y se le recuerda que "está terminando el programa", sabe que está en inferioridad de condiciones respecto a la persona que le permite intervenir, incluso, como se verá posteriormente, aunque la fuerza argumentativa de su discurso sea más coherente y plausible que la del conductor. La tecnología radiofónica unidireccional refuerza y sanciona las desigualdades lingüísticas de género que se construyen social y culturalmente en función de la división del trabajo sexual.

Si entramos en el análisis cualitativo del lenguaje, encontramos en la intervención de la oyente lo que Pearson, Turner y Todd-Mancillas recogen como reforzadores -sinceramente, tan, completamente-, es decir, adjetivos y adverbios que refuerzan o intensifican los sustantivos o verbos a los que acompañan, y que algunos autores mantienen que se utilizan con mayor frecuencia por las mujeres que por los hombres. En este caso, para ella, "sinceramente...", el programa es "interesantísimo", la gente que participa es "muy interesante", "los que forman la tertulia son personas superinteresantes..." En este caso los reforzadores tendrían, además, un doble papel, porque son epítetos utilizados con el objetivo de halagar a las personas con las que intenta actuar, forma cortés de interacción femenina reconocida como así lo señalan varios autores y autoras. Lakoff, 1995 va más allá cuando señala que al promover usos lingüísticos más corteses en las mujeres que en los hombres, se trata de que éstas no impongan su opinión, sus puntos de vista, sus reivindicaciones. Con la utilización de los recursos lingüísticos femeninos se trataría, a fin de cuentas, de que dichas reivindicaciones no se tomasen en serio y, por tanto, no legítimas.

Otro recurso lingüístico es que la oyente que llama para tratar de modificar una realidad (la ausencia de tertulianas), especifica que lo que quiere hacer es una "reflexión", y así lo expresa en distintos momentos de su exposición (la palabra reflexión aparece cuatro veces). Las mujeres no interactúan en igualdad de condiciones, utilizan un lenguaje menos asertivo que los hombres y tienden a suavizar sus expresiones, así vemos cómo la oyente refuerza con un "Entonces, de verdad, de verdad, yo quisiera daros una reflexión...". Como señala Lakoff (1995:43):

"Al permitir al hombre medios de expresión más sórdidos que los accesibles a la mujer, se reafirma su postura de poder en el mundo real; pues no hay duda de que escuchamos con más atención al que expresa con más vigor y rigidez sus opiniones, mientras que apenas tomamos en serios al orador que, por el motivo que sea, resulta incapaz de definir con rigor sus opiniones".

Este aspecto está relacionado con lo que Lakoff llama el uso de interrogativas formales y Pearson, Turner y Todd-Mancillas refieren como preguntas cortas. La utilización de este recurso sintáctico nos señala que estamos ante una expresión que no se puede considerar como afirmativa, pero que tampoco es una interrogativa. Nos lo encontramos en la primera intervención de la oyente cuando termina su "reflexión" con un "¿eh?" y en su segunda intervención lo vuelve a repetir. Según estos autores, entre otros usos, "utilizamos las preguntas cortas cuando intentamos persuadir a alguien para que comparta nuestras propias creencias u opiniones", o como señala Lakoff, este tipo de recursos proporciona al hablante una manera de evitar el compromiso y por tanto el conflicto con su interlocutor, conflicto en el que la oyente sabe que se interna cuando decide participar en la tertulia con esta crítica encubierta. Este aspecto no sólo lo encontramos en el uso de la interrogativa formal, sino en la utilización del pronombre personal "yo". La oyente no pontifica, no es asertiva, aunque se atreve a participar en un medio y espacio masculinos es consciente de que tiene que suavizar su propuesta y recurre a la utilización excesiva del pronombre personal y al tiempo condicional: "Yo

quería decirnos una cosa...". "Yo después de 45 años de vida profesional... "Yo quisiera daros una reflexión: yo siento...", "Yo quisiera..." "Yo creo que en España... yo he sido una persona..."

Como señala Lakoff (1995:52) este tipo de recursos son muestra de cómo la gente juzga a las demás personas sobre la base de una conducta lingüística superficial que puede no tener nada que ver con su auténtico carácter, pero que ha sido impuesta en la hablante bajo pena de un castigo peor que el de no ser tomada en serio. Después del empleo de los recursos femeninos que la oyente se ve obligada a utilizar, en su última intervención, cuando detecta que dichos recursos no le han servido para lograr su objetivo, cambia radicalmente la formalización de su discurso. Y así vemos que empieza su intervención con una construcción imperativa: "Haga Vd. la participación más extensiva..." (el tono es más autoritario aquí); ahora ya desapareció el "Yo creo..." Y añade, "Pero es una pena ver la poca participación de la mujer española...". Pero este discurso asertivo ya le ha cerrado todas las puertas. El conductor la interrumpe y retoma su discurso defensivo. Ella intenta aclarar, de nuevo en clave femenina, su propuesta que es admisible, real, pero ya perdió su oportunidad. La conversación, efectivamente, se cierra con un "Gracias, pero el tiempo se me va..."

Por otra parte, si entramos en el fondo de la conversación, y analizamos la argumentación de las dos personas que interactúan nos encontramos que la oyente intenta legitimar su propuesta (solicitar la participación de más mujeres en la tertulia) con la alusión, en varias ocasiones, a su experiencia y estancia en el extranjero, que no le sirve para alcanzar esa legitimación que solamente puede ofrecer el conductor, en cuyas manos está la posibilidad de continuar o no con la interacción y de tomar en cuenta la sugerencia. Señalábamos antes que la propuesta de la oyente parece plausible: incrementar la participación de mujeres expertas, y para ello ofrece el dato de que la mayoría de la población es femenina, que los personajes -se supone que hombres- que representan los medios son siempre los mismos y que se repiten, que esas mujeres no tendrían por qué ser periodistas... y opina de la poca participación -se supone que como constructoras del discurso mediático- de las mujeres españolas.

La línea de respuesta del conductor es fragmentaria, responde a cada parte del discurso de la oyente con intervenciones que aparecen como eficaces pero que aunque no argumenta, deslegitima las aportaciones de la oyente y le exime a él de cualquier responsabilidad personal en la configuración del producto. Por otro lado la retórica utilizada: "Si Vd. me da una pista"; "No es fácil"; "o yo no sé buscar, yo no sé buscar..."; "¡qué hermoso sería que de 22 tertulianos hubiera mitad y mitad ...!" como señala Lhoest (Rencontres 1975: 359):

"El autoanálisis toma aspecto de autosatisfacción manifiesta o de discurso de defensa. La apertura se convierte en un pretexto para la exhibición narcisista".

En lo que respecta al fondo de la argumentación del conductor, que no hay mujeres periodistas en España que reúnan los requisitos necesarios para ser tertulianas, la propia composición del cuadro de tertulianos le indica que no tienen por qué ser periodistas, ya que entre ellos se pueden encontrar historiadores, profesores, abogados, políticos etc., eso sí, las dos únicas tertulianas son periodistas. El discurso constructivo del conductor intenta elaborar versiones particulares de la realidad, que le sirvan para interactuar y resolver los conflictos que se le presentan de manera recurrente. El lenguaje (Gill: 1996: 212, 213) no es un medio neutral y transparente que simplemente refleja la realidad.

Por último hay que señalar la eficacia con que el conductor trata de involucrar a la audiencia del magazine, con un guiño especial a la femenina. Cuando la oyente se queja de que en España las mujeres participan poco el conductor le responde que ese día hubo un 90% de participación femenina "y además, lo hicieron muy bien". En el análisis de contenido se recoge que las intervenciones de ese día fueron seis: tres femeninas y tres masculinas. Por otra parte, el análisis de las tres muestras recoge que en Protagonistas las oyentes participaron un 45,7%, mientras que los oyentes varones lo hicieron un 54,3% del tiempo de 'radio abierta'. Aunque la oyente reacciona y expresa que no se refiere a la participación de la audiencia, sino a otro tipo de participación, "a nivel político, a nivel de dirigentes..." el conductor concluye la conversación con un "la entiendo..., pero el tiempo se me va". Este tipo de interacción que definimos como distante, fría y displicente refleja y refuerza el mensaje de desigualdad respecto a la audiencia en general, y a las interlocutoras femeninas en particular. Como remarca Lakoff, el uso de un lenguaje distinto para la mujer y para el hombre es un rasgo aprendido, que una vez más refleja diferencias no lingüísticas, y que señala la desigualdad existente entre el trato y las esperanzas que la sociedad deposita en el hombre, y en la mujer, es decir, refleja el modo y manera en que se construye el género. Los medios de comunicación, y la radio en particular, refuerzan dicha construcción desigual.

Referencias

Comunicación Social/Tendencias. 1992, 1993, 1994, 1995. Madrid: Fundesco.

Rencontres. II Conferencia Internacional de Radio. 1976. Madrid: Radio Nacional de España.

Muñoz, Blanca. 1989. Cultura y comunicación. Barcelona: Barcanova.

Franquet, Rosa. 1982 "Por un discurso no androcéntrico en los medios de comunicación", en El sexismo en la ciencia. Barcelona: Universidad Autónoma.

Lakoff, Robin. 1995. (3ª edición). El lenguaje y el lugar de la mujer. Madrid: hacer Editorial.

Pearson, Judy C., Turner, Lynn H. y Todd-mancillas, W. 1993. Comunicación y género. Barcelona: Ediciones Paidós.

Gill, Rosalind. 1996. "Ideology, gender and popular radio: a discourse analytic approach", en Turning it on. A Reader in Women & Media. Helen Baehr y Ann Gray (Edits.). London.

Arnold. No digais que no hay mujeres abogadas, arquitectas, periodistas. 1995. Madrid: Instituto de la Mujer. Serie Cuadernos divulgativos. N° 2.

Sobre la autora:

Pilar López Díez. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Es profesora de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Salamanca. Después de dirigir la revista La mujer feminista, su principal línea de investigación son los mecanismos de construcción de las representaciones de género en los medios y sus posibles alternativas. Al mismo tiempo desarrolla su docencia en el campo de la Comunicación audiovisual con especial atención a la perspectiva de género basada en el paradigma cultural feminista.

[Regreso](#)



[Regreso al índice de esta edición](#)

