


La Tipología Discursiva como fenómeno radiofónico desde el análisis del discurso: estudio de caso de tres locutoras de la ciudad de Medellín

Laura Cristina Avendaño Barrera

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN – COLOMBIA
2017**



La Tipología Discursiva como fenómeno radiofónico desde el análisis del discurso: estudio de caso de tres locutoras de la ciudad de Medellín

Laura Cristina Avendaño Barrera

Proyecto de grado para optar el título en Comunicación Social

Asesor

Ligia Inés Zuluaga Arias

Magister en Educación y Desarrollo Humano

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL
MEDELLÍN – COLOMBIA
2017**



NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Medellín – junio 8 de 2017



DEDICATORIA

Un trabajo que me permitió retarme solo puedo dedicárselo a las dos personas más importantes de mi vida, mis padres; Joaquín Guillermo Avendaño Restrepo, quien está en el cielo acompañándome en este proceso y a mi madre quien ha luchado a mi lado por verme convertida en una profesional.



AGRADECIMIENTOS


A todos los docentes que acompañaron el proceso de elaboración de mi trabajo de grado desde los siguientes cursos: V Nivel - Historia de las Sociedades y Modelos de la Comunicación: Alejandro Agudelo C; VI Nivel - Epistemología de la Educomunicación: Alba Shirley Tamayo Arango; VII Nivel – Teorías Cognitivas y del Aprendizaje: Nérida Montoya R; VIII- Semiótica de la Educomunicación: Pablo Andrés Huertas Obregoso; IX – Etnografía de la Comunicación – Educación: Lina María Gonzales Correa ; X– Comunicación Educación y Ciudad: Ligia Inés Zuluaga.



Tabla de contenido

| | |
|--|-----------|
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 13 |
| 1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD | 13 |
| 1.1.1 Desde la Línea Comunicación –Educación | 13 |
| 1.1.2 Sublínea comunicación, educación y medios: | 13 |
| 1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA..... | 16 |
| 1.3 DELIMITACIÓN | 16 |
| 1.3.1 SUJETO DE INVESTIGACIÓN | 17 |
| 1.3.2 TIEMPO Y ESCENARIO | 17 |
| 1.4 OBJETIVOS..... | 17 |
| 1.4.1 GENERAL | 17 |
| 1.4.2 ESPECÍFICOS | 17 |
| 2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL | 18 |
| 2.1 Radiodifusión | 18 |
| 2.2 Discurso | 19 |
| 2.2.1 Discurso periodístico | 20 |
| 2.2.2 Actos de habla..... | 22 |
| 2.2.3 Estructura del discurso..... | 23 |
| 2.2.4 Configuración y emisión del mensaje..... | 24 |
| 2.2.5 Tipología del discurso..... | 26 |
| 2.2.6 Discurso de género | 28 |
| 2.3 Estudios Culturales Británicos | 29 |
| 2.3.1 Estudios Culturales Latinoamericanos..... | 31 |
| 2.4 Estudios de Género | 32 |
| 2.4.1 Igualdad: | 36 |
| 2.4.2 Mujeres y medios | 39 |

| | | |
|-------|---|----|
| 3. | METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN | 42 |
| 3.1 | PARADIGMA Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN | 42 |
| 3.2 | Diseño preliminar de la Investigación | 42 |
| 3.3 | TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | 43 |
| 3.3.1 | Fichas de análisis de contenido: | 44 |
| 3.3.2 | Entrevista semiestructurada: | 44 |
| 3.4 | TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN | 45 |
| 3.5 | MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES | 45 |
| 3.6 | PLAN DE TRABAJO Y PRESUPUESTO | 46 |
| 4. | SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN | 51 |
| 4.1 | ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS | 51 |
| 4.1.1 | Tabulación inicial de datos cuantitativos y/u organización de datos cualitativos para el análisis | 52 |
| 4.1.2 | Tabulación preliminar ficha de análisis de contenido | 52 |
| 4.1.3 | Tabulación entrevistas semiestructuradas | 52 |
| 4.1.4 | Plantear las técnicas de análisis de información recolectada | 54 |
| 4.1.5 | Técnicas de análisis temático | 54 |
| 4.1.6 | Listas de frecuencias | 54 |
| 4.1.7 | Palabras en contexto | 54 |
| 4.1.8 | Análisis según el contenido: | 55 |
| 4.1.9 | Longitudinal | 55 |
| 4.2 | ANÁLISIS CATEGORIAL | 55 |
| 5. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 57 |
| 6. | PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN | 60 |
| 6.1 | PRESENTACIÓN | 60 |
| 6.2 | JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO | 60 |
| 6.3 | DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO | 60 |
| 6.4 | PRODUCTO | 60 |
| 7. | REFERENCIAS | 72 |
| 8. | ANEXOS | 78 |



| | | |
|------------|--|-----------|
| 8.1 | ANEXOS DE LAS TÉCNICAS DE GENERACIÓN, RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN | 78 |
| 8.2 | BATERÍA DE PREGUNTAS INICIALES PARA ORIENTAR LA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PAOLA BUSTAMANETE LOCUTORA. | 79 |
| 8.3 | Evidencia fotográfica..... | 81 |




TABLA DE ILUSTRACIONES

| | |
|----------------|-------------------------------|
| Imagen 1 | ¡Error! Marcador no definido. |
| Imagen 2 | ¡Error! Marcador no definido. |
| Imagen 3 | ¡Error! Marcador no definido. |
| Imagen 4 | ¡Error! Marcador no definido. |
| Imagen 5 | ¡Error! Marcador no definido. |

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

| Título del proyecto de investigación: La Tipología Discursiva como fenómeno radiofónico desde el análisis del discurso: estudio de caso de tres locutoras de la ciudad de Medellín. | | |
|--|--|----------------------------------|
| Línea de Investigación: Comunicación-Educación | | |
| Sublínea: Comunicación, educación y medios | | |
| Facultad: Comunicación,Publicidad y Diseño. | | |
| Programa Académico: Comunicación social | | |
| ESTUDIANTE O ESTUDIANTES QUE PRESENTAN EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN | | |
| Nombres y apellidos | Dirección electrónica Dirección de Facebook | Teléfonos |
| Laura Cristina Avendaño Barrera | Laura18ab@gmail.com | Cel: 3192732333 Fijo: 2643530 |
| RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA: | | |
| Esta propuesta presenta un análisis del discurso radial femenino a través de la emisión de tres programas radiales para develar el imaginario del concepto femenino-. | | |
| La investigación de tipo cualitativo y de corte documental, presenta las comparaciones entre las periodistas entrevistadas y las emisiones de los programas radiales, a partir de una ficha de análisis. | | |
| Los resultados permiten entender las tipologías del discurso y de esta manera | | |



involucrar el discurso femenino facultado desde sus diferentes enfoques.



1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DESDE LA LÍNEA Y LA SUBLÍNEA DE LA FACULTAD

El proyecto de investigación se enfocará en analizar el discurso periodístico en la radio desde el punto de vista femenino en tres emisoras de la ciudad de Medellín, para conocer de qué hablan ellas en este medio de comunicación.

La parte Edu-Comunicativa, permitirá dar un aporte social y educativo sobre lo que se proyecta a través de la radiodifusión. En otras palabras, centra su escudriñamiento en el emisor y el mensaje que este envía.


1.1.1 Desde la Línea Comunicación –Educación

En el panorama de las ciencias sociales; Los medios de comunicación masiva y sus proyecciones en las renovadas posiciones de lo tecnológico son hoy protagonistas en el nuevo orden mundial. La integración con la educación da cuenta de la realidad social y cultural que se vive en nuestros medios¹.

1.1.2 Sublínea comunicación, educación y medios:

La inclusión de la Comunicación Social en el panorama de las renovadas Ciencias Sociales que han mutado sus objetos de estudio y se asume ahora en la dinámica del flujo, es decir. Deja de ser un intermediario para convertirse en constructor de

¹LÓPEZ FERNÁNDEZ, Juan Guillermo. Fundamentación teórica, metodológica y operativa de la línea de investigación en comunicación- educación. Medellín: Centro de investigaciones Fundación Universitaria Luis Amigó, 2006. p. 19.



nuevas narrativas que son narraciones eficientes en la formación de identidades, en la transmisión de saberes².

Para contextualizar se presenta una descripción de los programas y las locutoras en las cuales se basará nuestra investigación:

«eXperienciaX» es un programa dirigido al público juvenil emitido los lunes, martes y miércoles a las 10.00 p.m. Hasta la 1:00 a.m. Dirigido por Paola Bustamante Dj y locutora de la cadena de radio Todelar.

«El Recreo» es un programa de la emisora la Z Urbana Medellín dirigido también a público juvenil, es emitido de lunes a viernes en el horario de 4:00 p.m. a 7:00 p.m. El programa es presentado por Diana Higueta, Comunicadora Social de la cadena de radio Todelar.

«Las 11a las 11» es un programa de la emisora Radio Tiempo Medellín presentado por Diana Álzate y dirigido al público romántico de Medellín.


La investigación hace un acercamiento al medio de comunicación que será estudiado, la radio:

La radio es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de las ondas Hertzianas. Guillermo Marconi es el italiano a quien se le atribuye la patente de inventor de la radio en 1896, luego de lograr transmitir señales por medio de telégrafos sin necesidad de cables. En diciembre de 1906, se dio la primera transmisión de radio gracias a la combinación de dos frecuencias de radio no solo para transmitir la clave Morse sino también, para hablar y escuchar música.³

La radio, ha logrado ser un transformador en aspectos sociales, desde la utilización de las llamadas radionovelas que contextualizaban o recreaban una historia real o ficticia a través de este medio. Además años atrás la formación de

²Ibid. P.19

³MERAYO Arturo. La radio en Iberoamérica evolución, diagnóstico y prospectiva. España: Sevilla, 2007. 461 p.



las comunidades con programas basados en temáticas dependientes del tipo de audiencia al que se dirigía también conocida como radio-escuela. Y por supuesto la divulgación de noticias, por lo cual es denominado medio de comunicación masiva.


La radiodifusión, ha evolucionado los temas, los emisores, el discurso y la forma de transmitirlo, José Soengas nos menciona “El discurso radiofónico tiene unas características especiales, fruto de las peculiaridades narrativas que exige el soporte y de la naturaleza de los elementos con los que se trabaja”.⁴

Un emisor en la radio hace referencia a lo que se conoce como locutores. Los hombres desde la antigüedad han dominado todos los aspectos participativos de la sociedad y su contribución a los medios de comunicación masiva no podía ser la excepción. La radio fue dominada, inventada y dirigida por hombres, todos estos reconocimientos se han hecho a través de textos y tradición oral con el devenir del tiempo.

En el año 1906 se escuchó por primera vez la voz de una mujer en la radio, quién interpretaría una melodía con un violín y además de esto leería un capítulo del evangelio de san Lucas. Como en casi todas las facetas de la sociedad la mujer se demoró en conquistar muchos de los roles, la radiodifusión no fue la excepción para ellas, pero se pudo alcanzar.

Hablar de los estereotipos femeninos, se genera la idea de que la mujer en cualquier ámbito podrá tener la palabra pero solo si son cuestiones de familia, belleza y salud. Por esta razón es que esta investigación se re direcciona y pretende conocer como están compuestas las agendas temáticas y los argumentos en los discursos de las mujeres contemporáneas en la radio, expresadas específicamente en Radio Tiempo , La Mega, La X electrónica y La Z Urbana todas de la ciudad de Medellín, en los programas previamente descritos.

⁴SOENGAS, JOSE. El discurso radiofónico: particularidades de la narración sonora.2010, 143p. Trabajo de grado (Locutor). Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de comunicación.



“Los medios representan la vida y nuestras vidas son representadas por los medios. Vivimos la realidad a través de una pantalla, un titular de un periódico o un “último momento” en la radio. Las representaciones de la realidad ordenan o desordenan la vida cotidiana”.⁵ Por eso cabe preguntarse si en esas representaciones estamos realmente representados.

1.2 FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA

Teniendo en cuenta aspectos como la tecnología, la globalización y la transformación cambiante de los diferentes entornos de los medios de comunicación, es importante realizar una constante investigación de los hechos que son parte de nuestro diario vivir pero que por su inmediatez en ocasiones olvidamos.

Por tal razón, se escucharon los discursos radiales de los emisores de tres programas en Medellín. De aquí surge la pregunta del proyecto de investigación

¿Cómo es abordado el discurso periodístico desde el punto de vista femenino en las emisoras Radio Tiempo, la Mega, la X electrónica y la Z urbana de la ciudad de Medellín, Antioquia?

1.3 DELIMITACIÓN

Hacer una aproximación al análisis de contenido discursivo femenino en la radio permite visualizar la discusión e interpretación de poderes a través del lenguaje oral. La palabra se vuelve el centro de atención para estudiar.

⁵COTTON, Marcelo. ¿Quién se siente representado por la radio? En: Revista virtual Narrativa Radial [en línea], septiembre 2013, [citado 20, octubre, 2014]. Disponible en: <http://narrativaradial.com/sitio/quien-se-siente-representado-por-la-radio/>



1.3.1 SUJETO DE INVESTIGACIÓN

Discurso transmitido por Diana Alzate, Paola Bustamante, Diana Higueta y Nataly Zuleta, locutoras de la ciudad de Medellín.

1.3.2 TIEMPO Y ESCENARIO

Los audios de los programas radiales fueron guardados y escuchados para el análisis.

Se emitieron en estos horarios:

- «eXperienciaX» 10:00 p. m. a 1:30 a.m.
- «El Recreo» 4:00 p.m. a 7:00 p.m.
- «Las 11a las 11» 11:00 a.m. a 12. M.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 GENERAL

Analizar cómo es abordado el discurso periodístico desde el punto de vista femenino en un medio de comunicación como la radio

1.4.2 ESPECÍFICOS

- Identificar los componentes del discurso femenino que hacen comprensible su contenido, tarea y efecto.
- Diferenciar la tipología discursiva utilizada en los programas radiales de esta investigación
- Comprender la hegemonía del discurso radiofónico con base en su alocución radial



2. MARCO TEÓRICO O REFERENTE CONCEPTUAL


2.1 Radiodifusión

La radio es un escenario en el que confluyen la tecnología, la música, la poesía, la ciencia, la política, la literatura, el comercio, el arte de la locución, la moral. Es una tecnología puesta al servicio de un país. Álvaro Castaño Castillo, cofundador de la emisora HJCK hace referencia a la radio mencionando lo siguiente:

“La radio es un milagro que para muchos de los que transmitimos diariamente no tiene explicaciones racionales, fue administrada en las primeras épocas por personas que la entendían: los técnicos. A ellos se sumaron los artistas y sus comparsas, los músicos, los locutores, los declamadores, algunos políticos, muy pocos escritores.” (Martínez, 1990, p. 16.)

La radio comenzó como un medio de comunicación entre dos puntos, de forma similar al teléfono y al telégrafo. El concepto de transmisión surgió hasta la década de 1920. Esta década fue importante para la radio, puesto que las grandes corporaciones se adueñaron de los aparatos receptores; se hicieron los primeros comerciales se conformaron las cadenas radiofónicas y se estableció la FRC para regular la industria.

Años más tarde, la industria y la tecnología del sonido se hallaban en plena expansión. Pero no bastaban los sofisticados efectos que se lograrían, había que indagar por la forma como el mensaje sonoro impactaba en las personas. Los análisis que se hicieron partían de reconocer que los mensajes radiales emitían en



una sola dirección y producían la sensación de que lo que se escuchaba estaba siendo emitido en el instante mismo. Este principio de contemporaneidad se quiso explotar para establecer un vínculo afectivo entre quien emitía el mensaje y quien lo producía, entre quien hablaba y quien escuchaba. Partiendo de este vínculo, el sonido y la palabra adquirirían una fuerza que le daría confianza al oyente para comprometerse emocionalmente y desatar así su imaginación a partir de un ejercicio de concentración individual.⁶


Hablar del impacto sonoro es adentrarse al pensamiento del oyente. En esta investigación es importante hacer mención porque es mirar que público escucha a las mujeres y ese público que quiere escuchar.

A modo de conclusión, todos los conceptos sirven para la comprensión de la investigación. Además son herramientas que abren la puerta para poner el oído los diales, escuchar y analizar la perspectiva del discurso femenino contemporáneo.

2.2 Discurso

Por los avances en las ciencias del lenguaje, y en especial de la pragmática, hoy en día sabemos que la unidad más pequeña de comunicación no es la oración sino un acto de habla. Aún más, en la práctica tampoco nos comunicamos con un acto de habla sino con secuencias de actos de habla, lo cual constituye el discurso. Y este surge

⁶ÁLVAREZ, Alejandro. Los medios de comunicación y la sociedad educadora ¿ya no es necesaria la escuela?: Editorial delfin .2003, 60p.



cuando ponemos en el uso la lengua para expresar el pensamiento en contextos reales de la vida familiar, laboral y científica.⁷

Para hacer mejor la comprensión de lo que es, cómo se produce y cómo se comprende el discurso es necesario concebir el concepto de competencia pragmática y competencia textual.

Esta, “analiza los signos verbales en relación con el uso social que los hablantes hacen de ellos; las situaciones, los propósitos las necesidades” a esto llamaremos pragmática. Cassany⁸ Entonces la competencia pragmática vendría siendo la capacidad de realizar actos de habla, es decir, la producción del discurso en contextos reales de la vida humana. Mientras tanto la competencia textual es “una especie de mecanismo de generación de coherencia” Lozano⁹

Teniendo como base la premisa discursiva y ya entrados en materia, proponemos la inclusión en este marco teórico de del discurso ligado a lo periodístico, a la propiedad como tal que realiza el locutor, comunicador o en su defecto personaje empírico que se expresa a través del micrófono. Es entonces como llegamos a este ítem teórico.


2.2.1 Discurso periodístico

Entre numerosos tipos de discurso hacemos a lución al periodístico radial, que es catalogado como un constructor de una representación de la realidad compleja, diversa y cambiante.

⁷ NIÑO ROJAS, Víctor. Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso: ECOE EDICIONES, 2003. 49--80 p

⁸CASSANY, Daniel. Introducción a la hermenéutica del lenguaje: equipo editorial, 1972. 224 p.

⁹LOZANO, Jorge. Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual: reimpres a. 1997. 253 p



Es por esto que esta unión de conceptos es definida como “la interfaz que articula el texto con el contexto” Salvador ¹⁰

Para la comunicación es importante resaltar:

Como en todos los procesos comunicativos es importante evidenciar la *codificación del mensaje*. En el proceso discursivo radial, está implícito en su construcción pero es necesario para la construcción del mensaje.


Entonces cuando hablamos de código, significa poner nuestras ideas en palabras, expresarla en signos audibles y en este caso el conjunto de signos con el que se dispone principalmente es el idioma español, los signos que para el discurso radiofónico son las palabras que expresan claramente una idea y esto se agrupa con determinada estructura convencional establecida, para esta ocasión denominaremos la gramática (sujeto verbo, predicado) con esto se logra la codificación del mensaje. Kaplún¹¹

De lo anterior llega entonces a este proceso discursivo desde lo informacional, el concepto de Deixis, “proviene de la palabra griega que significa “señalar” o “indicar”. Esta noción también se reconoce por ser el centro del sistema de coordenadas. Es decir, estaría ocupado por un centro deíctico el cual sería la situación lingüística; la primera persona sería el emisor; la segunda, el receptor; y el resto sería la tercera persona”. (Paz) ¹²

¹⁰Salvador, Vicent. Discurso periodístico y gestión social de los conocimientos: algunas observaciones sobre la didacticidad. [en línea]. (2002) <http://www.raco.cat/index.php/analisi/article/viewFile/15105/14946>.

¹¹KAPLÚM, Mario. Producción de programas de radio: Ediciones CIESPAL - Colección INTIYÁN. 1999 243 p. ISBN. 9978-55-022-4

¹²Paz, Yanira. Deixis personal, social y discursiva en narrativas orales de El Empedrao (Maracaibo, Venezuela). [en línea]. 2001 http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-09342001004900006&lng=en&nrm=iso&ignore=.html



La Deixis trae consigo diferentes categorías las cuales representan su definición, la primera es la deixis personal, la deixis temporal, la deixisespacial, la deixis social y la última y por supuesto la que tomaremos como referencia para analizar nuestro discurso es la deixis discursiva.

El uso de este tipo de deícticos revela una conciencia por parte del hablante de la importancia de ciertas partes de su discurso. Por esa razón, llama la atención sobre ellas. Previene a la audiencia sobre la necesidad de prestar atención. El uso de estos deícticos manifiesta que el discurso oral es también un texto bien estructurado por parte del hablante. Sin la cantidad de tiempo y exhaustividad del escrito, el discurso oral es consciente de su arquitectura. Esta es pues la definición de la deixis discursiva planteada (Paz)¹³

Comentario [L1]: Omitir las comillas y colocar en cursiva


2.2.2 Actos de habla

“Los actos de habla pueden distinguirse en dos tipos: los actos constatativos y los per formativos. Los primeros exponen verdades o describen hechos y los otros cumple una función social.” Austin¹⁴ Estos actos se realizan basados sobre todo en el entendimiento y comprensión mutua.

Otras de las denominaciones que se hacen de los actos de habla son los locutivos, ilocutivos y perlocutivos. Es importante resaltar los locutivos ya que son los que se tararán en la investigación pero aun así mencionaremos los otros para mayor comprensión.

¹³2 Ibid., p. 4.

¹⁴AUSTIN, JHON. Palabras y acciones. En: Razón y palabra [en línea]. No.75 (2011) [citado el 20 de agosto de 2015]
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/23_Gutierrez_M75.pdf [citado el 18 de marzo de 2015]



“El acto de habla locutivo se da por el hecho de producir un enunciado oracional en el que se aplican las reglas de la gramática y en que se configura un significado conceptual o proposicional”¹⁵

Mientras tanto “el acto de habla ilocutivo añade el hecho de decir algo con cierta fuerza, permite ejecutar acciones como preguntar, amenazar, mandar y responder”¹⁸

Y por último “el acto perlocutivo es aquel que puede darse como consecuencia de los ilocutivos, en la relación con hablante-oyente. Genera entonces al oyente sentirse alarmado o airado”¹⁸

2.2.3 Estructura del discurso


El discurso es un macro acto de habla, el texto es el mensaje que se construye con el discurso: la macro estructura semántica que lo sustenta y la superestructura que le da forma y orden.

Para Charadeau y Maingenu¹⁶ “el discurso es una noción que se encontraba ya en la filosofía clásica, donde al conocimiento discursivo por concatenación de razones se le oponía el conocimiento intuitivo”. En tanto,

Comentario [L2]: Delimita las citas directas y separa con las comillas las citas menores de 40 palabras

¹⁵ NIÑO ROJAS. Op. Cit.,p. 55

¹⁶ CHARADEAU, P. y MAINGENAU, D. Diccionario de análisis del discurso. Buenos Aires: Amorrortu. 2005. 179 p



para Álvarez¹⁷ existe una polisemia entre los términos texto y discurso, lo que implica un uso indistinto de ambos. Sin embargo, precisa que mientras “el texto es una configuración lingüística. Es un conjunto de elementos lingüísticos (palabras, oraciones...) organizados según reglas estrictas; el discurso es la emisión concreta de un texto, por un enunciado determinado, en una situación de comunicación determinada”

Es importante aclarar que “la macro estructura corresponde a la estructura abstracta, la organización, lógica de un texto o su estructura profunda” (Van Dijk, 1980) y “la superestructura se refiere a una estructura global de un texto pero en su aspecto formal, que permite caracterizarlo”¹⁸

Comentario [L3]: Sangría

2.2.4 Configuración y emisión del mensaje

La producción del discurso pasa por un proceso de cinco categorías que permiten distinguir el mensaje de las acciones del receptor. A continuación las abordaremos cada una con la intención de obtener un mejor análisis discursivo.


Empezamos la definición de cada categoría. La primera, es la *fijación del propósito*: “un propósito comunicativo puede ser consciente o voluntario en el emisor, Al propósito consiente, más o menos voluntario se le llama intención. Es lo que más o menos de forma deliberada busca el emisor y que normalmente percibe el receptor”²¹

Comentario [L4]: Se repite ver el siguiente 21 ¿?

Comentario [L5]: Sangría

¹⁷ÁLVAREZ, Alejandro. Los medios de comunicación y la sociedad educadora ¿ya no es necesaria la escuela?: Editorial delfin .2003, 11-12p

¹⁸ NIÑO ROJAS, Víctor. Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso: ECOE EDICIONES, 2003. 49- p



La segunda categoría del ciclo de producción y comprensión del discurso es el *procedimiento cognitivo de la información*: “Es la tarea más importante, ya que le da sentido a un discurso. Es la concepción clara del significado que se desea transmitir”²¹

Comentario [L6]: Revisar el orden

Para lograr una concepción precisa del significado por parte del emisor deben considerarse cosas como: el registro de la información, asignación de relaciones internas y externas y organización de información y planeamiento.

Es importante aclarar que estos tipos de configuración y emisión del mensaje no son un reflejo del nivel de producción sino más bien un pedazo, una hebra que permite ir entrelazando unos con otros.


El reconocimiento y selección de la información es el tercer paso y Niño²¹ lo define como “las acciones que realiza el sujeto, originando una acción de observar y analizar, luego buscar e investigar para la creación de sus ideas propias”

Comentario [L7]: Comillas ver lcontec para la citación

La codificación del mensaje “supone, encadenar, ligar, articular sus elementos. Ese encadenamiento es esencial para la comprensión del mismo” así se da lugar al cuarto paso para la producción y comprensión del mensaje y lo sostiene Kaplum¹⁹

Comentario [L8]: Sangría

¹⁹KAPLÚM, Mario. Una pedagogía de la comunicación: Ediciones de la Torre. 1998. 252 p



“La ejecución, es la estructura transformada y lista para ser enviada, distribuida o escrita. A esto Niño lo denomina la emisión ²⁰” el último eslabón para comprender la producción del discurso.

Comentario [L9]: El número va al final de la cita y antes de las comillas

2.2.5 Tipología del discurso

La clasificación realizada por Niño que se le puede dar a un discurso puede ser considerada no solo por la temática que se aborda, sino también a quién y con qué objetivo. Para dividir la tipología discursiva se proponen cuatro ejes fundamentales que se mencionarán y explicarán a continuación.

Según *la significación predominante es decir aquellos cuya superioridad se basa en funciones (representativas, expresivas y apelativas)* para esto se parte a su vez de tres sub categorías discursivas:

- “*Informar* cuya función predominante es de tipo representativo” Niño²¹
- “*Expresividad* cuya función predominante es expresiva o estética” Niño²³
- “*Influir* cuya función predominante apelativa o conativa con una carga significativa predominante sociocultural” Niño²³

Comentario [L10]: Revisa esta forma de citar

Otra tipología del discurso es según *propiedades formales* basadas en las estructuras sintácticas y en la configuración del estilo. También dependen del contexto del discurso y de propósitos particulares. Entendido esto, se hace una división más lo que muestra lo siguiente:

²⁰ NIÑO ROJAS, Víctor. Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso: ECOE EDICIONES, 2003. 49- p

- “Discursos informales, cuyos propósitos y contextos son de orden de comunicación espontánea y cotidiana, exigen menos elaboración formal en la acción discursiva” Niño.
- “Discursos formales, cuyos propósitos y contextos muy particulares exigen una elaboración más rigurosa”

Comentario [L11]: Numerar

En esta clasificación de la tipología del discurso el turno es según *los usos del lenguaje* el nivel de educación y las características demográficas de quienes producen discurso reflejan el tipo de lenguaje (*cotidiano, científico y literario*)

- “Cotidiano: predomina la informalidad y las espontaneidad, como en las conversaciones y diálogos y las cartas personales. Los errores predominan más fácilmente”
- “Científico: lenguaje preciso, sin polisemia, sin ambigüedades. El léxico varía según la ciencia o el campo”
- “Literario: predomina la expresividad de sensaciones estéticas, la imaginación y el lenguaje simbólico de acuerdo con las características de cada género”.

Comentario [L12]: Revisa ala forma de citar


Por otra parte Van Dijk²² define “Un discurso es una unidad observacional, es decir, la unidad que interpretamos al ver o escuchar una emisión. Es decir, una gramática sólo puede describir textos, y por lo tanto sólo da una aproximación de las verdaderas estructuras empíricas de discursos emitidos”.

Comentario [L13]: Sangría

Laura Hernández²³ nos da una explicación desde una perspectiva ética “todo discurso confronta un problema ético; para ello es necesario distinguir en lo

²²VAN DIJK. ESTRUCTURAS Y FUNCIONES DEL DISCURSO: una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso. México: siglo xxi editores, 1996.p, 20

²³HERNÁNDEZ, L. (2004) Ética y poética (Una introducción al análisis del discurso desde la perspectiva de la ética). Notas sobre el curso impartido en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México. México



que se dice dos elementos: ethos y logos. El ethos tiene que ver con la capacidad del orador para inspirar confianza sobre lo que expone, mientras que el logos resalta la construcción argumental y es independiente de las circunstancias en que se produce el discurso.”

Comentario [L14]: Sangría

Por otra parte Foucault estima que los discursos no se limitan a recoger operaciones efectuadas “antes” o “fuera” de él, lo que le otorgaría un carácter de excedente implícito. Gabilondo²⁴

Comentario [L15]: Revisar la cita

2.2.6 Discurso de género

La revolución feminista que, como vemos, está ocasionando estragos en todos los ámbitos de la vida actual, desde la moda hasta los dogmas de fe. Es más notoria en su lengua. La lengua, es decir, la facultad de hablar, ésta a su vez tiene poder para cambiar el orden socio-cultural establecido.

Es importante aclarar y exponer el significado de discurso porque de esta forma se comprende la grandeza del mismo. Se puede observar desde diferentes variables en este caso el discurso femenino.


“El discurso sobre género adquirió sentido al hacerse presente entre los movimientos feministas la necesidad de un concepto que representara la modalidad asimétrica que se ha dado a través del tiempo en las relaciones entre hombres y mujeres, dando oportunidad para construir una estructuración cultural” expone Castillo²⁵

Comentario [L16]: Sangría

Traigo a colación el discurso de la domesticidad, con su énfasis en la información de la maternidad y la naturaleza casi sagrada de las relaciones entre madres e

²⁴GABILONDO, Ángel. El discurso en acción. Foucault y una ontología del presente. Madrid: Editorial antropos, 1990, p 96.

²⁵CASTILLO,Luz. Apuntes sobre el Discurso de Género y algunos Argumentos para Rebasarlo En: Razón y palabra [en línea]. No. 40 (2004) < <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n40/lcastillo.html> > [citado el 17 de marzo de 2015]



hijos. Evocaba representaciones culturales que sacralizaban el rol maternal y de esposa a través de la figura abnegada y sacrificada de “Ángel de hogar”. Nash²⁶

Comentario [L17]: Comillas

Luego aparecen discursos de mujeres, habitualmente contruidos por mujeres, que ponen al desnudo la dominación masculina, que denuncian que la mujer se vea reducida a mero objeto sexual, y que proponen nuevos derechos a su favor.

Touraine²⁷

Comentario [L18]: Revisar

El discurso femenino actual libera aquellos viejos tabúes que atezaban todo con un sentido distorsionado de las cosas. Es decir, rechaza los cánones, de una sociedad sexista, a la que se desafía abiertamente desde posturas sacrificadas.

Introducir nuevos códigos en el lenguaje, modificar el sistema de valores, fomentar un nuevo tipo de relaciones y sobre todo, desterrar de los medios de comunicación la visión androcéntrica en que están inmersos. Son estrategias que permiten a la mujer obtener más valor n los medios, desde sus discursos proporcionados a través de diferentes temáticas.


Es imprescindible reconocer que el discurso se mueve en un ámbito con fronteras asignables; es decir los discursos son dominios prácticos limitados por sus reglas de formación y sus condiciones de existencia.

2.3 Estudios Culturales Británicos

“Los cultural studies siguen siendo un paradigma, poco tienen que ver con sus inicios. Poco a poco, ponen el énfasis en la capacidad crítica de los consumidores,

²⁶ NASH, Mary. Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos. Madrid: alianza ediciones, 2004. 41p

²⁷ Touraine, Alain. Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy. Editorial pandos, 2006, 15p.



cuestionan el rol central de la clase social como factor explicativo y valoran nuevas variables: la edad, el género de la identidad étnica.²⁸

Comentario [L19]: Fuente


Gracias a estos estudios, los medios han evidenciado una entera posibilidad a mirar otro tipo de situaciones que creen aspectos nuevos a la hora de la concepción que se da al hablar de estudios comunicacionales y culturales

En cuanto a la comunicación y los medios, hay que considerar cómo la de Williams supera la visión canónica de la comunicación. Primero, la convencional (el modelo de Lasswell) caracterizada por una visión claramente lineal, por una perspectiva más “tensa”, en el que la comunicación se entiende como proceso de negociación e intercambio de significados, a través de los cuales interactúan las “realidades y personas dentro de culturas”, lo que permite la emergencia que los significados se producen. La noción de Comunicación que tiene Williams es materialista y cultural que renuncia a determinismos tecnológicos. La cultura, como hemos señalado, posee una dimensión individual y colectiva de significados, valores; implica concepciones de mundo, formas de sentir y actuar, las cuales se encarnan en el lenguaje y se enmarcan dentro de las instituciones sociales concretas, determinadas por circunstancias materiales. La historia de los medios de comunicación se relaciona con la historia de la producción cultural, la cual se encuentra vinculada a las condiciones materiales de las instituciones sociales, a las relaciones con distintas fuerzas de producción, a las formas sociales particulares y al desarrollo simbólico de la sociedad²⁹

Los símbolos, la identidad gráfica (visual y auditiva) permean las significaciones de los contextos o situaciones que albergan los distintos métodos de participación y comunicación a través de las diferentes facetas de la historia.

²⁸Urteaga Eguzki. Orígenes e inicios de los estudios culturales . [on line].España, 2009. [citado 23/10/2016]. Disponible en internet: URL: http://www.ugr.es/~pwlac/G25_23Eguzki_Urteaga.html

²⁹Cárdenas Karam, Tanius. Nuevas relaciones entre cultura y comunicación en la obra de Raymond Williams Estudios sobre las Culturas Contemporáneas [en línea] 2009, XV (Junio-Sin mes) : [Fecha de consulta: 23 de octubre de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31611562004>> ISSN 1405-2210



“En líneas generales, este replanteamiento de los estudios culturales tiene que ver, según se explica en la obra, con la “globalización” del mundo que poco a poco va desdibujando a las culturas nacionales como identidades individuales y, en este sentido, con la modificación de los “paisajes sociales”. También, en gran medida, con la enorme fuerza de las migraciones en el panorama internacional y, asimismo, con los procesos contradictorios de homogenización y diferenciación que hacen mella en las representaciones de las culturas nacionales”³⁰

Comentario [L20]: Sangría

Es aquí donde radica la penetración de formas contrarias a la normalidad de posiciones actuales de transformación y vivencia mediática.

2.3.1 Estudios Culturales Latinoamericanos

La razón por la cual los estudios culturales constituyen un pensamiento sin garantías no es simplemente porque de esta forma se puede producir conocimiento más adecuado sobre el mundo de la vida social (en el sentido de interpretaciones más ajustadas a la compleja densidad de lo concreto), sino fundamentalmente porque los estudios culturales han sido desde siempre pensados como un proyecto con una abierta voluntad política.


“Mediación que posibilita una sintonía con los sectores populares latinoamericanos porque “los protestantes han entendido que los medios de comunicación también son reencantadores del mundo, que por los medios de comunicación pasa una forma de devolverle magia a la experiencia cotidiana de la gente.”³¹

Comentario [L21]: Sangría

A través de la radio el discurso permea al receptor y puede generar diferentes actitudes pero la evaluación significativa es lo que posee ese discurso que permite involucrar otros actores según su contexto.

³⁰MATTELART, Armand y NEVEU Érik. Introducción a los estudios culturales[en línea], 2004. [citado 23 octubre, 2016]. Disponible en: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n4/resenas/introduccion_a_los_estudios_culturales.pdf

³¹RESTREPO, Eduardo. Estudios Culturales en America Latina. Rev. De Estudios Culturais. [on line]. [citado 23/10/2016]. Disponible en internet: URL: <http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/eccs-en-al.pdf>



Desde la teoría cultural contemporánea, se ha tendido a enfatizar el papel fundamental tanto del lenguaje como de las relaciones de poder en la constitución de la cultura. De un lado, ha cobrado cuerpo la idea de cultura en tanto que intercambio de significados por parte los individuos en sociedad. Según admite Hall, el lenguaje va a ser un medio privilegiado para la producción e intercambio de esos significados. Por otra parte, los estudios culturales han ido configurándose como disciplina centrada en el estudio de las formas y actividades culturales en el marco de las relaciones de poder que dan cuenta de su producción, distribución y efectos sociales. Los estudios culturales han venido explorando así el significado cultural que adquieren formas de poder asociadas al género, la raza y etnicidad, el colonialismo, los nacionalismos o la globalización, por sólo citar algunos ejemplos.³²


Comentario [L22]: Omitir las comillas

De esta manera se precisa con la teoría la importancia del lenguaje para el discurso y la obtención de resultados claros marcados por la distribución y planteamiento de lo que se quiere decir al oyente.

2.4 Estudios de Género

El tema sobre la mujer y los medios de comunicación ha sido tratado desde los años setenta con una clara intención: promover la reformulación de los contenidos y mensajes de los medios, de modo tal que reflejen una realidad coincidente con la cotidianidad, la trayectoria y los roles profesionales y personales no solo de los hombres, sino también de la otra mitad de la población, las mujeres.

³²GODEO, Eduardo de Gregorio. LOS ANÁLISIS DISCURSIVOS COMO INSTRUMENTO DE TRABAJO PARA LOS ESTUDIOS CULTURALES: LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DEL NEW MAN EN UN CONSULTORIO PARA HOMBRES BRITÁNICO. [en línea], 2003. [citado 23 octubre, 2016]. Disponible en: http://www.ua.es/odisea/Odisea04_DeGregorio.pdf



Ha sido en la última década que organizaciones de mujeres de diversas partes del mundo, así como de agencias internacionales, han levantado la voz, cada vez más fuerte, con el propósito de promover el desarrollo de imágenes y mensajes que den cuenta de la diversidad en la vida de las mujeres y de su contribución a la sociedad, dentro de la prensa, los medios visuales, sonoros y electrónicos. Para lograrlo, se ha planteado la necesidad de contar con la igualdad de los sexos en la gestión de los medios de comunicación, así como en la construcción de contenidos. Es así como lo sopesa una investigación (mujeres y medios de comunicación) del instituto nacional de mujeres en México.³³


Comentario [L23]: Numerar

Las mujeres y la radiodifusión son un tema real y posible. De nada serviría estar en un mundo permeado por la globalización y la tecnología sino se les permite a las mujeres hacer parte cada vez más de las decisiones, temáticas, y situaciones mundiales.

Frente a lo anterior y para entender mejor los aspectos discursivos de Diana Alzate, Paola Bustamante, Diana Higuera y Nataly Zuleta en los programas radiales, es importante entender algunos conceptos claves, basados en las teorías que se relacionan con los mimos, lo que permitirá mejor comprensión de la temática investigativa. A continuación se describen cada uno de ellos:

Esta categoría analítica surgió para explicar las desigualdades entre hombres y mujeres, poniendo el énfasis en la noción de multiplicidad de identidades. Lo femenino y lo masculino se conforman a partir de una relación mutua, cultural e histórica.

³³ Fació, Alda. «Léxico básico para la comprensión de los Derechos Humanos». ILLANUD, San José, 1993. Citado por Escalante, Ana Cecilia. Mujeres y políticas en el Gran Caribe: Balances y retos de la investigación y la acción. En: Red Española contra la trata de personas. [en línea], 1996. [citado 10 marzo, 2015]. Disponible en: <http://www.redconlatrata.org/?rubrique46&entidad=Textos&id=6811>



El género es una categoría trans-disciplinaria, que desarrolla un enfoque globalizador y remite a los rasgos y funciones psicológicas y socioculturales que se le atribuye a cada uno de los sexos en cada momento histórico y en cada sociedad. Las elaboraciones históricas de los géneros son sistemas de poder, con un discurso hegemónico y pueden dar cuenta de la existencia de los conflictos sociales. Y la problematización de las relaciones de género logró romper con la idea del carácter natural de las mismas. Lo femenino o lo masculino no se refiere al sexo de los individuos, sino a las conductas consideradas femeninas o masculinas³⁴.

Comentario [L24]: Ver citación con sangría


En relación con lo anterior, se comprende al estudio de género como una condición en donde se investiga sobre el género y la sexualidad en diferentes espacios de la vida. (Cultura, política, medicina, deporte, entre otros) Teniendo en cuenta la construcción social y cultural de estos actores desde lo femenino y masculino, más no de mujer y hombre.

Se impulsó el uso del concepto feminismo en los años 70 para enfatizar que las desigualdades entre mujeres y hombres son socialmente construidas y no biológicas. Distinguir claramente la diferenciación sexual –determinada por el sexo cromosómico, gonadal, hormonal, anatómico y fisiológico de las personas– de las interpretaciones que cada sociedad hace de ella, permitía una mejor comprensión de la realidad social y perseguía un objetivo político: demostrar que las características humanas consideradas femeninas son adquiridas por las mujeres mediante un complejo proceso individual y social, en lugar de derivarse naturalmente de su sexo biológico³⁵.

Comentario [L25]: Revisa la citación

³⁴ Gamba, Susana. Diccionario de estudios de género y feminismo. Editorial Biblos, 2007, 380p.

³⁵ MURGUIALDAY Clara. Género. [on line]. España: Hegoa, 2005. [citado 25/10/2014]. Disponible en internet: URL: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/108>



Los medios de difusión de masas, en general, se han constituido en vehículos fundamentales para el reforzamiento y transmisión de la ideología patriarcal en la sociedad. Además cuando lo hacen, estos medios difunden una determinada imagen de las mujeres: la mujer pasiva, la mujer objeto sexual, la mujer que adquiere felicidad al introducirse al mundo consumista. Rara mente difunden información sobre las actividades productivas de las mujeres.


Para entender mejor la ideología patriarcal es necesario abordar este concepto Facio define patriarcal como “ideología o estructuras institucionales que mantienen la opresión de las mujeres y la subvaloración de todo lo asociado con lo femenino.”³⁶

El análisis de las conductas de las mujeres empieza por reconocer que el género es una creación del poder masculino, directa o indirectamente, y que la noción de género, útil en su momento para luchar contra el esencialismo y el naturalismo, debe a su vez ser criticada.

Después de la primer Guerra Mundial aparece la “Nueva mujer Moderna” identificada con silueta de chica joven, bohemia, con el pelo corto, los labios pintados y un proyecto emancipado de vida. Así la concibió VictorMarrgueritte en *La Garçonne*, novela publicada en el año 1922 y muy obscena para la época pues mostraba una mujer liberal, sin principios y vestida como hombre.

Mientras tanto el mundo de las mujeres creaba discursos y manifestaba su desacuerdo con los estándares de mujeres hechas y dedicadas al hogar. “Ser feminista es ser mujer respetada, consiente, con personalidad, con

³⁶Fació, Alda. «Léxico básico para la comprensión de los Derechos Humanos». ILLANUD, San José, 1993. Citado por Escalante, Ana Cecilia. Mujeres y políticas en el Gran Caribe: Balances y retos de la investigación y la acción. En: Red Española contra la trata de personas. [en línea], 1996. [citado 10 marzo, 2015]. Disponible en: <http://www.redconlatrata.org/?rubrique46&entidad=Textos&id=6811>



responsabilidad, con derechos que no se oponen al amor, al hogar y a la maternidad. ³⁷ De Burgos, 1927, p, 21)

2.4.1 Igualdad:

“Las reivindicaciones políticas de las mujeres, la lucha por la igualdad de los salarios y de las funciones, por la asunción de poder dentro de las instituciones al mismo nivel que los hombres, pone de relieve esta lógica de identificación que se acompaña, por necesidad, del rechazo a los atributos tradicionalmente reputados como femeninos y maternales ³⁸”. Aporta Joana Ortega en su libre sobre el aporte del discurso para el género.

Comentario [L26]: Numerar

El socialismo occidental, sacudió desde sus comienzos por las exigencias igualitarias o deferenciales de sus mujeres (Mattelart) ³⁹Esto permitió la identificación de los dos sexos y le dio la liberación (al segundo sexo) mujeres.

La diferencia la da la naturaleza y se manifiestas en la masculinidad y la femineidad. Esta diferencia no se da únicamente en el plano biológico. “La persona es una unidad de cuerpo y alma y, por tanto, su ser es masculino o femenino: sus sensualidad, afectividad, vida relacional, inteligencia, vida espiritual. Conde ⁴⁰”


Comentario [L27]: Comillas

³⁷ DE BURGOS, C. La mujer en España. Valencia: Sempere editores, 1906, 200p. ISBN

³⁸ ORTEGA, Johana aportación de simone de beaivoir al discurso de género. Barcelona . on line: <http://www.ciudademujeres.com/articulos/IMG/pdf/JoanaSBeauvoir.pdf>

³⁹MATTELART, Michéle. Mujeres e industrias culturales. Editorial anagrama, 1982, 128p

⁴⁰ CONDE, Gloria. Mujer nueva. Ellas. Hay una pequeña diferencia. Mexico: trillas ediciones, 2000. 226p



La lucha contra las desigualdades y la violencia fue muy activa y varias leyes importantes han dado a las mujeres el control de su vida personal, en particular en el tema de sus decisiones (estudio, pareja, profesión, etc.)

En Colombia, la ley 051 de 1981 ratifica la convención (internacional) sobre la eliminación de todas las formas de discriminación contra la mujer CEDAW, entidad por la Asamblea General de las Naciones Unidas, ONU, el 18 de diciembre de 1979 y firmada en Copenhague el 7 de Julio de 1980, como resultado de varias décadas de estudio y acción política de *Movimiento social de Mujeres en el mundo*. En ese momento se adhieren a ella más de 90 países. Así lo publica la Mesa por la Vida l y la salud de las mujeres en su sitio web.

Su primer Artículo define la discriminación como “cualquier distinción, exclusión o restricción basada en el sexo, que tiene como propósito o efecto la negación de derechos iguales y libertades fundamentales en todos los campos del quehacer humano.”⁴¹⁾


Humberline Auclert, fue una de las primeras mujeres del mundo en declararse feminista. En un discurso de la igualdad social y política pronunciando en un congreso obrero socialista en Marsella en el año de 1879, ella decía:

Aquellos que nos niegan nuestra igualdad ahora, también nos la negaran el futuro. Por tanto, tenemos que contar solo con nosotras para conseguir nuestra libertad; no debemos abandonar nuestras reivindicaciones. Durante siglos hemos sido demasiado víctimas de la mala fe para olvidarnos a

Comentario [L28]: Numerar

Ver referencias
Insertar nota al pie

⁴¹ De mujeres y cupos políticos. On line: <http://www.eltterritorio.com.ar/m/mnota.aspx?c=8089571238839941>



nosotras por más tiempo y creer que al trabajar por el bien general conseguiremos nuestra parte del bien general.⁴²


Comentario [L29]: Omitir comillas

La educación no formal juega un papel fundamental en el desarrollo de la cultura sexista. Aparte de los principales agentes socializadores, la familia y la escuela, los medios de comunicación y la publicidad son cada vez más preponderantes en la transmisión de una imagen anacrónica y estereotipada de las mujeres. Así es definido por el Ministerio de Sanidad y Servicios sociales e Igualdad del Gobierno de España en su portal web.

Nuevas representaciones, a veces igualmente discriminatorias, coexisten con los estereotipos sexistas tradicionales en torno a las mujeres. Para que los valores y referentes masculinos y femeninos no sean un factor limitador a la hora de configurar la identidad personal, es imprescindible que muchos de los comportamientos, funciones y roles que desempeñan las mujeres sean reconocidos como valiosas formas de ser y de estar en el mundo, como formas de interpretar con libertad la diferencia sexual y no como algo que sirve para justificar las desigualdades entre mujeres y hombres.

Lastimosamente la realidad se construyen en “clave masculina” y ello obedece, en gran medida, a que las mujeres no tienen presencia importante en los puestos desde los cuales se decide qué es noticia. El resultado es que las mujeres no se sientan representadas en los productos informativos, mismos que reflejan un tratamiento periodístico

⁴² DUBY, Georges. Y PERROT, Michelle. Historia de las mujeres. Del renacimiento a la edad moderna, discurso y disidencias. Editorial Santillana, 1993. 414p



demasiado estereotipado que muchas veces ofrece una imagen distorsionada de la mujer, ajena a su realidad personal y profesional. HERRERA, Fidel⁴³

Comentario [L30]: Numerar

2.4.2 Mujeres y medios

Los medios de comunicación están profundamente implicados en la definición de la realidad en sí y en la construcción de la representación de las mujeres; por esto la investigación pretende mostrar a la mujer desde los medios, ella como protagonistas de sus discursos y en este caso de alocuciones radiofónicas.


El reconocimiento unánime de la legitimidad del tema Mujeres/Medios no significa de ningún modo que éste no haya sido trabajado por una pluralidad de tradiciones de acercamientos heurísticos de sensibles políticas y de estimaciones estratégicas expresados en el seno del feminismo. (Mattelart)⁴⁴

Comentario [L31]: Comillas y sangría

Las pesquisas feministas han tenido un impacto renovador sobre las nuevas problemáticas desarrolladas en torno a la cuestión de la teoría crítica. Sin embargo, han tenido una creciente complejidad basadas sobre todo en las utopías sociales, la crisis de las identidades y de los modelos de legitimación de los saberes y las acciones.

⁴³ HERRERA, Fidel. Mujeres haciendo noticias. Productoras de información. En: Sororidad. Abril/mayo. Junio 2010. Vol. 9, pag 13.

⁴⁴ Mattelart. Op. cit., p. 29.



El género femenino con características específicas, los medios de comunicación se convierten en agentes poderosos en la producción y la renovación constante del significado imaginarios del sexo femenino. Significado imaginario que produce efectos concretos sobre diversas prácticas sociales.

Anne Marie Dardidna autora de *La presseféminine. Factionidéologique* (La prensa femenina. Función ideológica) indica que “Somos el objeto manipulado sin darnos cuenta ni un solo instante.”⁴⁵ Refiriéndose principalmente a la cuestión del deseo del sujeto, adoptando visión más mecánica del funcionamiento del discurso que pudo marcar la época.

Comentario [L32]: Numerar

La intervención de las mujeres en los medios de comunicación no solo como receptoras sino como emisoras permite crear espacios de enseñanzas y desde allí plasmar ideas en diferentes temas. Teniendo en cuenta esto, la transversalización de la perspectiva de género es fundamental en el proceso de alcanzar calidad en la educación.


A mediados del siglo XVII el periodismo estaba en pañales y casi desde el comienzo las mujeres tuvieron participación en este.

Por esto es fundamental remontarnos a los siglos XVII Y XVIII para hablar un poco de las mujeres en ámbito periodístico. Se retoman estas fechas por que fue allí, en la Europa moderna fue donde se habló por primera vez de mujeres haciendo periodismo. Las primeras periodistas fueron raras, necesitaban de gran valor pues aspiraban ser profesionales en una época en que tal cosa era objeto de desaprobación.⁴⁶

Comentario [L33]: Sangría

⁴⁵ DARDINGNA, A. Femmes, femmes sur papierglacé. Paris, Maspero, 1974. 297 p. ISBN 9782707102157

⁴⁶ DUBY, Georges. Y PERROT, Michelle. Historia de las mujeres. Del renacimiento a la edad moderna, discurso y disidencias. Editorial Santillana, 1993. 230p.



Desde principios de la década de los ochenta, se señalaba que las mujeres no estaban presentes en las agendas de los medios ni eran fuente de información, y menos aún eran consideradas como audiencia. Esta situación, de acuerdo con Menéndez (2001), restringe la posibilidad de que nuevas generaciones de mujeres encuentren en la prensa diaria, y en los medios de comunicación en general, referencias suficientes para sus objetivos vitales y profesionales.



3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 PARADIGMA Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de corte cualitativo, ya que se pretende, a través de la investigación documental darle un análisis al discurso radiofónico femenino.

Vélez⁴⁷ define investigación documental como “el desarrollo de las capacidades reflexivas y críticas a través del análisis, interpretación y confrontación de la información regida. Entre los posibles propósitos de este tipo de investigación se encuentran: describir, mostrar, probar, persuadir o recomendar. La investigación debe llevar a resultados originales y de interés para el grupo social de la investigación”.

Comentario [L34]: Sangría

Entonces la investigación documental se apoya en profundizar el conocimiento de su naturaleza a través de trabajos ya realizados y su información en los diferentes medios, para este caso los programas radiales.

3.2 Diseño preliminar de la Investigación

Desde las tradiciones de la investigación cualitativa se recoge el siguiente proceso metodológico para la ejecución de una investigación documental.

⁴⁷Velez S., C. Apuntes de metodología de la investigación. Departamento de Ciencias Básicas Universidad EAFIT. Medellín – Antioquia



3.2.1 Diseño

- Construcción del objeto de investigación


3.2.2. Gestión de implementación

- Rastreo, inventario y muestreo de documentos existentes y disponibles
- Clasificación: temas, períodos, personajes...
- Selección de acuerdo a su pertinencia en relación con el objeto de investigación
- Contextualización socio-histórica
- Análisis, valoración e interpretación
- Establecimiento de categorías de análisis
- Triangulación y corroboración con otras fuentes y técnicas

3.2.3. Comunicación de resultados

- Elaboración de informe: síntesis comprensiva de la realidad del fenómeno analizado
- Socialización.

3.3 TÉCNICAS DE GENERACIÓN Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN



Para la escogencia de las técnicas e instrumentos de generación de información se tuvieron en cuenta criterios de pertinencia, de condiciones de la investigación y consideraciones éticas. Las técnicas específicas que se utilizarán durante la investigación son:

3.3.1 Fichas de análisis de contenido:

Este estudio exigirá la revisión documental de los medios radiofónicos. Esta investigación se registrará en una ficha que se diseña en la actualidad con base en los postulados teóricos de los análisis del discurso propuestos por Van Dijk en 1996 y por Niño en 2003. Este tipo de análisis permite resaltar el contenido, tarea y efecto del discurso además de su tipología.

Haciendo una adaptación de las propuestas de Van Dijk y Niño, en esta investigación se tendrán en cuenta para la ficha de análisis de contenido los siguientes ítems, los cuales se adaptarán para el programa radiofónico que será analizado y revisado. Esto hará posible su análisis y comprensión.


- a) Identificación del programa radiofónico. Para lo cual se tendrá en cuenta: el nombre oficial, el lugar de emisión, la frecuencia de dónde se transmite, el horario de la emisión, la fecha de emisión y el tema del día.

- b) La configuración del discurso. En la cual se tendrán en cuenta: Elementos de estructura del discurso (Configuración y emisión del mensaje, tipología del discurso) clasificación de las temáticas discursivas.

3.3.2 Entrevista semiestructurada:

Las entrevistas fueron direccionadas para las locutoras de los programas, anteriormente anotados quienes son las encargadas de hablar y crear el discurso. En el proceso de diseño de este instrumento se generó un protocolo que

Comentario [L35]: Redacción



especifica los siguientes pasos a seguir: determinar presentación de la entrevista y su respectivo consentimiento informado. Diseñar una batería de preguntas iniciales para orientar la entrevista (estas preguntas estarán basadas en los objetivos de la investigación y en las categorías teóricas que orientan el estudio). Especificar un cierre para el proceso de entrevista. Igualmente, se deja en claro que las entrevistas se grabarán y se transcribirán sobre fichas de contenido para su posterior análisis.

3.4 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Para el análisis de la información se diseñarán matrices que darán cuenta de patrones, recurrencias, vacíos, tendencias, convergencias, contradicciones, levantamiento de categorías, lectura cruzada y comparativa de hallazgos para obtener una síntesis comprensiva de la realidad que se estudia en este caso. La validación de esta información se llevará a cabo por triangulación de: los referentes teóricos que sustentan las categorías apriorísticas y emergentes; y el cruce de los análisis obtenidos en cada una de las técnicas de registro de información aplicadas en la investigación.

3.5 MUESTRA, MUESTREO INTENCIONADO O PARTICIPANTES

Este estudio exigirá la revisión documental de: programa radial «eXperienciaX», «El recreo» y «Las 11 las 11» Se analizará el discurso de 3 programas: durante una semana. Los programas seleccionados deben dar cuenta de de los componentes discursivos mencionados anteriormente.

Para esta investigación, será escuchado el programa «eXperienciaX» dónde se realizará el análisis discursivo de la locutora Paola Bustamante quién es la encargada de emitir este programa. También «El recreo» dirigido por Diana Higuera y por último «Las 11 las 11» presentado por Diana Alzate.

La entrevista semiestructurada está direccionada para las locutoras de los programas que tiene que ver directamente con la creación y expresión del discurso.

3.6 PLAN DE TRABAJO Y PRESUPUESTO

| PLAN DE TRABAJO | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----------------|---|---|---|---|---|-----------------|---|---|----|----|----|-----------------|---|---|---|---|---|-------------|
| ACTIVIDAD | OCTAVO SEMESTRE | | | | | | NOVENO SEMESTRE | | | | | | DECIMO SEMESTRE | | | | | | RESPONSABLE |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Revisión y ajuste del proyecto. | X | | | | | | X | | | | | | | X | | | | | |
| Etapas de consolidación de los referentes teóricos y las categorías de análisis | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |




| PLAN DE TRABAJO | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|--|--|--|--|-----------------|--|--|--|--|-----------------|--|--|--|--|-------------|
| ACTIVIDAD | OCTAVO SEMESTRE | | | | | NOVENO SEMESTRE | | | | | DECIMO SEMESTRE | | | | | RESPONSABLE |
| apriorísticas. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Revisión del diseño de instrumentos de registro sistematización y análisis de la información y muestreo. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Primer o segundo pilotaje de instrumentos | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trabajo de campo | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Informe de avance octavo semestre | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Análisis e interpretación de información y | | | | | | | | | | | | | | | | |

| PLAN DE TRABAJO | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|--|--|--|--|-----------------|--|--|--|--|-----------------|--|--|--|--|-------------|
| ACTIVIDAD | OCTAVO SEMESTRE | | | | | NOVENO SEMESTRE | | | | | DECIMO SEMESTRE | | | | | RESPONSABLE |
| | | | | | | | | | | | | | | | | |
| resultados finales. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Informe de avance noveno semestre. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración del producto de investigación (décimo semestre). | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Entrega final de trabajo de grado. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Socialización del trabajo de grado | | | | | | | | | | | | | | | | |

Figura 1

| PRESUPUESTO | | | |
|-------------|-------------|-----------------------------|-------------|
| Rubros | Descripción | Costo aproximado por unidad | Costo total |
| | | | |

| PRESUPUESTO | | | |
|-------------------------------|---|------------------------------------|--------------------|
| Rubros | Descripción | Costo aproximado por unidad | Costo total |
| Personal y servicios técnicos | Mantenimiento del pc, la memoria usb y los antivirus | 70,000\$ | 200,000\$ |
| Bibliografía | Libros, revistas | 45,000\$ 20,000\$ | 100,000\$ |
| Transcripción de documentos | Transcripción de los audios de las tres entrevistas | 1,300\$ | 120,000\$ |
| Corrección de estilo | | 4,500\$ | 170,000\$ |
| Aplicación de instrumentos | Entrevistas, baterías para la grabadora periodística. | 4,000\$ | 10,000\$ |
| Impresos y publicaciones | Consentimiento informado, entrevistas | 2,000\$ | 10,000\$ |
| Papelería | Impresiones de: Consentimiento informado, entrevistas | 100\$ | 5,000\$ |
| Transporte de investigadores | Para la realización de las entrevistas, el | 1,8000\$ | 20,000\$ |



| PRESUPUESTO | | | |
|--------------------|---|------------------------------------|--------------------|
| Rubros | Descripción | Costo aproximado por unidad | Costo total |
| | desplazamiento a los lugares donde están los entrevistados. | | |
| Otros gastos | | | |

Figura 2



4. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

4.1 ORGANIZACIÓN DE DATOS CUALITATIVOS PARA EL ANÁLISIS

La información recolectada se evidencia en dos entrevistas semiestructuradas que dan cuenta del proceso de configuración del discurso radial femenino y que aportan a la validación de datos de esta investigación.

Las dos entrevistas fueron realizadas a dos de las tres sujetos de la investigación. La primera realizada a Paola Bustamante, quien declaró la importancia de la mujer en la radio y confirmó algunos de los pasos en la realización del discurso radial.


Por otra parte Nataly Zuleta, corroboró la información y dio respuestas muy similares que permiten ir evidenciando uno de los objetivos de este proyecto.

La información es confiable y válida. Se evidencia en los audios (adjuntos en el CD) y al comparar con la ficha de análisis de contenido (adjunta en el CD) las categorías estipuladas se evidencian en las respuestas de varias preguntas realizadas en las entrevistas.

De la misma manera me queda una entrevista de uno de los sujetos de mi investigación la cual accedió a ayudarme pero a la hora del contacto nunca se dio la oportunidad para entrevistarla, siempre sacaba una excusa para esto. Fui bastante insistente, pero no logré realizarla, de tal manera me comprometo a realizar una entrevista más, así me toque cambiar el sujeto de la investigación por otro que acceda a realizar dicha entrevista.

A continuación la bitácora con la información de lo realizado durante el semestre como trabajo de campo. Revisar anexo 8.4

El compromiso para vacaciones es realizar las dos entrevistas faltantes, terminar el análisis de los otros programas ya que esto conlleva tiempo, paciencia y



dedicación. Esto significa que para él o la docente del próximo semestre esto quedará listo, ese es el compromiso.

4.1.1 Tabulación inicial de datos cuantitativos y/u organización de datos cualitativos para el análisis

Las herramientas de recolección de la información tuvieron pequeños cambios que ayudaron a entender la configuración del discurso, en la ficha se anexaron en la categoría de identificación del programa la subcategoría tema del día, en pragmática la subcategoría deixis, y en el marco teórico se anexó más información sobre la codificación del mensaje

La batería de preguntas más que cambios fueron ajustes que se realizaron frente a la ficha de contenido. Los entrevistados aportaron con sus respuestas y permiten que su valiosa información nutra el proceso de investigación

4.1.2 Tabulación preliminar ficha de análisis de contenido

Esta tabulación se hace con base en los cuatro programas donde se está analizando el discurso femenino. Los contenidos analizados están buscando principalmente mostrar la estructura del discurso. La duración de los programas oscila entre dos horas, dirigido y presentado por mujeres de la ciudad de Medellín

4.1.3 Tabulación entrevistas semiestructuradas

Las entrevistas completas están en los anexos del CD


| TABULACIÓN ENTREVISTAS | |
|---|--|
| Entrevistado 1: Paola Bustamante- emisora la X | |
| Entrevistado 2: Nataly Zuleta- emisora la Mega | |
| Se cumple el objetivo de informar o un objetivo más ligado al consumo? | Ambas dirigen su respuesta a que la radio de hoy permite es hacer un acompañamiento |

| | |
|--|---|
| <p>¿Cómo producir un discurso en radio?</p> | <p>Ambas coinciden en que debe ser una cosa bien estructurada, que no es llegar y sentarse a improvisar a la loca. Para Paola, es importante hacer una lluvia de ideas y ser consecuente con el público del programa. Mientras para Nataly lo más importante es el target y ponerse en el papel de él para que esto genere interacción</p> |
| <p>Cuando se interviene normalmente se hace desde la razón o desde la experiencia?</p> | <p>Para Nataly desde la experiencia se deben de cuidar de comentarios que generan polémica y o que hieran susceptibilidades. Mientras para Paola, desde la razón porque no tolera los atentados contra la emisora</p> |
| <p>Considera usted que la radio es un lugar apto para que una mujer planté un discurso?</p> | <p>Ambas están de acuerdo en que si. Es el lugar para ser la voceras y representantes del género en este medio de comunicación</p> |

figura3

Desde las preguntas se evidencia como ellas como representantes del género femenino aportan a la creación del contenido discursivo y plantean la agenda que permite a traer un público.

Frente a su discurso no es muy notoria la diferencia pues está enmarcado casi por las mismas condiciones estructurales y siempre basadas en que son las únicas mujeres de su respectiva emisora.



En cuanto a la configuración de su discurso se plantea los hechos noticiosos, se realiza previa investigación y se propone cosas de interés para generar polémica o a traer más oyentes

4.1.4 Plantear las técnicas de análisis de información recolectada

Para la siguiente etapa del trabajo de grado se plantean algunas técnicas de análisis de la información recolectada que permitan diseñar, comparar, cotejar y confrontar los objetivos establecidos en el trabajo de grado.

4.1.5 Técnicas de análisis temático

Sólo considera la presencia de términos o conceptos, independientemente de las relaciones entre ellos.

4.1.6 Listas de frecuencias

Esta técnica de análisis consiste en realizar una lista de repetición de palabras que se presentan en un determinado contenido. Se pueden hacer listas alfabéticas, para facilitar la búsqueda de términos específicos, o listas de frecuencias decrecientes, que permiten tener una idea de los contenidos más abordados.

4.1.7 Palabras en contexto

Las palabras frecuentes en determinado contenido se pueden clasificar fácilmente, gracias a los diversos programas computacionales que existen para su codificación, uno de estos programas es el ("KWIC: key-word in context") "Con este sistema se seleccionan determinadas palabras y se obtiene para cada una la transcripción de la oración o parte del texto en la cual aparece, pudiéndose discriminar y reagrupar los significados. De este modo se establece un "puente" con las técnicas de análisis semántico (facilitando, por ejemplo, el análisis de núcleos). La técnica KWIC tiene la ventaja de que puede buscar cadenas de caracteres de diferente amplitud: desde raíces (comunes a varias palabras) hasta palabras compuestas o frases enteras".

4.1.8 Análisis según el contenido:

4.1.9 Longitudinal

El análisis de contenido que utiliza el diseño longitudinal, se basa en el cuerpo del trabajo que difiere a los diversos momentos de la investigación, desde las variantes que se repiten y por el contrario las que presentan alguna diferencia durante la investigación. Dicho diseño implica analizar desde un todo los parámetros de estudio del cuerpo de trabajo. Cuando no se analiza un solo contenido sino varios programas los resultados que se obtiene son considerados como indicadores temáticos de cada medio en particular


Comentario [L36]: Revisa la tipografía

4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL

El tipo de triangulación indicado para el análisis del discurso radial femenino de cuatro emisoras de la ciudad de Medellín es: triangulación de mixta, combinando triangulación de datos y metodológica.

Para realizar la triangulación de datos es necesario que los métodos utilizados durante la observación o interpretación del fenómeno sean de corte cualitativo para que éstos sean equiparables. Esta triangulación consiste en la verificación y comparación de la información obtenida en diferentes momentos mediante los diferentes métodos (3). Como ya se había explicado antes, la inconsistencia en los hallazgos no disminuye la credibilidad de las interpretaciones y, en este caso en particular, el análisis de las razones por las que los datos difieren sirve para analizar el papel de la fuente que produjo los datos en el fenómeno observado y

Comentario [L37]: Si es una sangría Ver indicaciones



las características que la acompañaban en el momento en el que el fenómeno se observó.⁴⁸

Al utilizar en la triangulación diferentes métodos se busca analizar un mismo fenómeno a través de diversos Acercamientos. Aunque generalmente se utilizan distintas técnicas cualitativas, se pueden utilizar tanto cuantitativos como cualitativos en conjunto. Algunos autores recalcan que esto presenta mayores dificultades durante el proceso de análisis de datos, ya que por las características propias de las investigaciones cualitativa y cuantitativa las preguntas de investigación que éstas responden pueden tener diversos grados de incompatibilidad que hacen que la convergencia de los hallazgos sea más difícil de definir. Por esto es entendible que la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos ofrece la visión de los diferentes aspectos de la totalidad del fenómeno, más que la repetibilidad de los hallazgos de la observación


Comentario [L38]: Sangría

⁴⁸ Benadives M., Gómez-Restrepo C. vista Colombiana de Psiquiatría, vol. XXXIV / No. 1 / 2005



5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Los diferentes discursos que permean la vida cotidiana generan una condición vital y necesaria en el lenguaje. Los medios de comunicación actuales permean sus contenidos con diferentes tipos de discurso que apropian tanto emisores como receptores en la mensaje actual enviado como se aclara en esta investigación a través del espectro por medio de la ondas electromagnéticas y que llegan a los diferentes hogares como por medio de la radio.




Diferenciar el discurso analizado por estructura enfocado en dos corrientes como: pragmática y sociosemiótica. Y estos a su vez en: actos de habla, configuración y emisión del mensaje, la significación predominante y los usos del lenguaje.

Cada categoría permitía reconocer la existencia o no dentro de cada uno de los programas radiales para lograr comparaciones discursivos entre ellos.

Comentario [L39]: Ver tamaño de la letra es 12 puntos

Desde el componente pragmático, la categoría nombrada: actos de habla distribuida en cuatro sub categorías permite extraer de 16 programas, cuatro por emisora y con cuatro mujeres diferentes representando el género y emitiendo el mensaje. De allí extraemos que un 100% de los programas analizados contienen la primera sub categoría que es llamada Deixis. La segunda sub categoría es locutivos de la que se obtiene como existente en un 38% de los programas. En esta misma categoría de actos de habla tenemos los ilocutivos de las cuales aparece un 43% como que si lo contiene. Y por último en la primera parte del análisis se extrae un 33% de perlocutivos.

En el segundo componente de investigación, la sociosemiótica, abarca una categoría llamada: configuración y emisión del mensaje la cual consta de cuatro sub categorías que aportan datos a la investigación. La primera es la fijación del propósito en la cual vemos un 75% de programas que lo poseen. En la segunda sub categoría hablamos del procedimiento cognitivo de la información, del cual observamos un 68% de programas que dicen si tenerlo. La tercera sub categoría es el reconocimiento y selección de la información, allí se saca un 22% que dice contenerlo. La cuarta subcategoría, codificación del mensaje presenta un 63% acertado tener este argumento.



Dentro de las categorías de la sociosemiótica tenemos también la significación predominante, en esta contamos con tres subcategorías diferenciadas de la siguiente forma: informar, en la que evidenciamos un porcentaje de 41% de sí; otra es expresar, en donde obtuvo un 34% y por último influir, la cual expresa un 16% de sí contiene en los 16 programas.

Dentro de los propósitos de los medios y en este caso del discurso radial femenino observamos una influencia baja, en relación a los temas de expresividad y información.

Los usos del lenguaje es el nombre que recibe la última categoría de la sociosemiótica., en esta tenemos cuatro (4) sub categorías. Discurso informal aparece con un porcentaje de 47% asumiendo esto en los 16 programas analizados. El otra es el discurso formal y su porcentaje es 24% contienen este tipo de discurso. Las otras sub categorías son: discurso cotidiano 44% contiene, científico y literario 0% para ambas.

Con esta información extraemos datos importantes para la investigación. Uno de ellos es que en el discurso actual femenino de las emisoras de la ciudad de Medellín no contiene discurso científico y literario.



6. PRODUCTO RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

6.1 PRESENTACIÓN

Se presenta como producto final un artículo científico, que pretende develar los resultados con vinculados a la teoría a través de lo analizado.

6.2 JUSTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Partiendo de las premisas de Van Dijk, se propone evidenciar la tipología discursiva, basándonos en su acción, componentes y hegemonía, para así presentar la validez del discurso femenino profesional.

Tras los resultados encontrados se plantea el artículo científico como la mejor manera para compartir esta información y presentar un discurso profesional o netamente periodístico pensado por mujeres.

6.3 DESCRIPCIÓN DEL DISEÑO O ELABORACIÓN DEL PRODUCTO

Luego de terminar la investigación, se empieza a escribir con base en los resultados obtenidos y de allí se va creando el artículo científico. Poniendo las premisas y los porcentajes como los datos más importantes y haciéndolo de una manera descriptiva para su comprensión.


6.4 PRODUCTO

LA TIPOLOGÍA DISCURSIVA RADIOFÓNICA QUE VALIDA COMO EL DISCURSO FEMENINO ES PROFESIONAL.

Laura Cristina Avendaño Barrera

Universidad Católica Luis Amigó

Medellín, Colombia


Resumen:

Las tipologías discursivas radiofónicas como elementos esenciales para hacer procesos de mediación a través de la oralidad en lo femenino, es así como se presenta la información indagada para la concepción de la importancia teórico práctica de la radio, y el discurso hecho por mujeres.

La investigación de tipo cualitativo y de corte documental en donde se acogen los conceptos del discurso radiofónico desde su tipología que da cuenta como el discurso femenino es un discurso profesional.


Lo hegemónico da cuenta de esa tipología discursiva que es descubierta en los discursos femeninos facultado desde sus diferentes enfoques. Evidencia además la importancia del contexto a través de las entrevistas semiestructuradas realizadas a las tres locutoras.

La validación por medio de la teoría, crea una relación segura de los resultados obtenidos con las nuevas formas de percibir los programas radiales, pensados diseñados y contruidos a través de la voz de la mujer. Los autores y la descomposición de los audios junto a las categorías de análisis recrean un medio de estudio para la conservación de la identidad de Comunicación Social.

Abstract:

Radiophonic discursive typologies the essential elements to make processes of mediation through orality in the feminine, is thus how information inquired is presented for the conception of the practical theoretical importance of radio, and the discourse made by women.

The research of Qualitative and documentary type in which the concepts of radiophonic discourse are accumulated from the typology of the account to the discourse of women is a professional discourse.



The hegemonic of the account of the discursive typology that is discovered in the feminine discourses empowered from its different approaches. It also shows the importance of the context through the semi-structured interviews carried out to the three speakers.

Validation through theory, creates a secure relationship of the results obtained with the new ways of perceiving the radio programs, the thought designed and constructed through the voice of the woman. The authors and the decomposition of the audios next to the categories of analysis recreate the means of study for the conservation of the identity of the Social Communication

Descriptor: discurso, análisis, tipología, categoría, radio, femenino, comunicación.

Keywords: speech, analysis, typology, category, radio, female, communication.

Introducción


"La gente siempre querrá que alguien le monte una *playlist* de música, sentir afinidad, sentir que pertenece a un grupo [...]. Por eso va seguir existiendo la radio".

Mario Pergolini.

Estudiar la de radio en el 2017 puede sonar obsoleto para muchos, pero definitivamente prevalecerá para quienes disfrutan el crearla, sentirla, entenderla. En este caso estudiarla, ponerla como medio desde la Comunicación Social, para investigar su discurso, aquel llevado por tres mujeres de la ciudad de Medellín a los oídos de generaciones enteras de diferentes cadenas radiales y gustos musicales.

La relación que enfrenta la teoría y la praxis desde la reflexión comunicacional entendiendo así los componentes de los discursos sociales que enmarcan posiciones contextuales del análisis del discurso.

La estrategia de investigación cualitativa cuya técnica utilizada en esta investigación es el análisis del discurso como canal para comprender y extraer información del discurso radiofónico femenino; Utilizando la información



investigativa que ofrece el mundo para lograr realizar hallazgos significativos para el estudio de una ciencia social.

Por lo tanto la hegemonía del concepto discurso, enfrentada con su tipología y sus componentes para crear una investigación con hallazgos cualitativos que le permitan a las ciencias sociales reforzar su conocimiento, en este caso en particular de la radio y su discurso emitido por mujeres.

Lo que comprende que el discurso se convierte en profesional o periodístico desde la aparición tipológica que lo compone y lo crea para emitirlo convertido en un acto del habla. Todo esto bajo las premisas categóricas e hipotéticas de la pragmática y la sociosemiótica.


De este modo, se exponen las premisas de Van Dijk junto a otros autores que apoyan las tipologías discursivas y las llevan a la praxis de manera tal que su comprensión y claridad frente al objeto investigado se asocia al fin de evidenciar al discurso.

Por todo ello, el artículo exterioriza el análisis realizado a tres locutoras de la ciudad de Medellín bajo la premisa análisis del discurso radial femenino. Basados en los estudios de la tipología discursiva.

Ruta conceptual del Discurso

La condición mediática a propuesto diferentes definiciones que comprenden la palabra discurso. En esta investigación, Van Dijk ha sido el centro teórico para interpretar y preguntar cada resultado presentado.

Es estudio empírico de los actos de habla, nos conducirá necesariamente a observarlos en la dimensión específica del discurso, puesto que se entiende por discurso, tanto una forma específica del uso del lenguaje, como una forma específica de interacción social. Así, el discurso se interpreta como un evento comunicativo completo en una situación social. Lo que distingue el análisis de discurso de la gramática de la oración es que el análisis de discurso en la práctica se concentra específicamente en los fenómenos detrás de la oración. Obviamente, las palabras y oraciones declaradas son una parte integral del discurso, pero el discurso no se encuentra en sí mismo sólo en el conjunto de palabras y oraciones expresadas en el texto y el habla. Como empíricamente hablando, el significado del discurso es una estructura cognitiva, hace sentido incluir en el concepto de discurso no sólo elementos observables verbales y no verbales, o interacciones sociales y



actos de habla, sino también las representaciones cognitivas y estrategias involucradas durante la producción o comprensión del discurso (Van Dijk 1989)⁴⁹

Es así pues, como la producción de un discurso se vuelve una operación. Basada en la idea principal de crear cognitivamente y luego de manera lingüística donde el proceso se convierte y genera un resultado del emisor.

El discurso manifiesta una estructura fija y casi obligatoria y otra que pueden considerarse variables y opcionales. Desde la semiótica las expresiones no verbales, el arte, los gestos, pueden contener algún tipo de discurso. Sin embargo no serán estimados en este artículo.

Los actos verbales traen como resultado el discurso. A través de ellos se llega a este, sea oral o textual. Permite inferir, reflexionar o exponer un tema, una cosa según el contexto del emisor.

Es importante aclarar que detrás del emisor esta la posproducción, producción y exposición de su discurso. Es allí donde radica principalmente la creación del discurso. El pensamiento lógico para procesar la información antes de decirlo, y al empezar a hablar que este tenga continuidad.

Con lo anterior, se revela la macro estructura, de allí resultan dos componentes que desengloban las categorías; la primera es la pragmática:

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 concreta, como su interpretación por parte del destinatario.⁵⁰

La segunda la sociosemiotica: “es un proceso social de producción, circulación y consumo de la significación de la vida social”.⁵¹


Ahora bien en el nivel pragmático fueron puestos los actos del habla; “estos son la clase específica de acción que realizamos cuando producimos una emisión”⁵² Los

⁴⁹ Silva, O.(2002) El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación. Rev Razón y Palabra [on line] vol 26

⁵⁰Portolés Lázaro, José (2005), Pragmática para hispanistas, Madrid: Síntesis.

⁵¹Alegret Mauro, Presentación para Historia de la Cultura Americana II de la Licenciatura en Teatro de la UNC. 7 de mayo 2013

⁵² Van dijk. Pag 58. isbn 968-23-1542-5. ESTRUCTURAS Y FUNCIONES DEL DISCURSO



cuales está divididos en cuatro categorías de análisis: Deixis, locutivos, ilocutivos, perlocutivos.

En el nivel sociosemiotico, aparecen cuatro categorías: configuración y emisión del mensaje, significación predominante, propiedades formales y uso del lenguaje. De esto a su vez cada uno comprende diferentes subcategorías de estudio.

La configuración del mensaje tiene cuatro sub categorías: fijación del propósito, procedimiento cognitivo de la información, reconocimiento y selección de la información y la codificación del mensaje.

La significación predominante, contiene tres subcategorías: informar, expresar, influir. Por su parte en las propiedades formales del discurso se encuentran las subcategorías de formal o informal especificando el discurso. Y por último en las categorías de uso del lenguaje se presentan tres subcategorías que son: cotidiano científico y literario.


A través de la extracción de las categorías de análisis de la información, se sacan los datos que permiten recrear y validar la tipología discursiva producida por mujeres.

Si hablamos de radio durante esta investigación, es importante agregar, su definición: la radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radio escuchas, se requiere de una planeación para que se logre la radiodifusión; esta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permitieron la transmisión de la palabra y de los sonidos. (Ramo Gil, 1987)⁵³

Por otra parte, la radio evoluciona, logra permear su público objetivo mediante sus discursos. En ellos miles de personas identificadas tras un gusto musical, un tema específico o una edad en común.

Foucault (1980) comenta: “la historia está constituida de acontecimientos discursivos”. Para él todas éstas son prácticas discursivas. Desde la corriente de la escuela francesa del discurso, todo tipo de discurso está formado por una estructura que conforma la denominada Grille, que no es más que una red o maya en la cual se cruzan y entrecruzan sistemas

⁵³ Romo Gil. Pag 88. Isbn 9789681317980. Introducción al conocimiento y practica de la radio.



estructurados de relaciones: políticas, simbólicas, psicológicas, culturales, económicas, religiosas, míticas e históricas.⁵⁴

Se convierte entonces este medio masivo en un canal abierto para la emisión de contenido presentado por el género femenino, evidenciando el poderío actual de la revolución y evolución con la que se vive.

Metodología de la tipología como fenómeno discursivo

La investigación de tipo cualitativo y de corte documental, presenta las comparaciones entre las periodistas entrevistadas y las emisiones de los programas radiales, a partir de una ficha de análisis. Además realiza triangulación desde los puntos de vista, univariado, bivariado y multivariado de allí se crea un canal de comprensión de los datos obtenidos y crear coherencia entre la información, los resultados y las conclusiones.


Tres programas de cadenas radiales de la ciudad de Medellín (Todelar, RCN, Olímpica) fueron estudiados entre los meses de abril y noviembre del 2015, guardando cuatro audios de cada programa emitido por tres locutoras: Paola Bustamante, Nataly Zuleta y Diana Alzate.

Con base en la ficha de análisis de contenido realizada frente a la teoría encontrada para estudiar este tipo de casos, se partió de las premisas básicas del discurso de Van Dijk.

Se realiza la separación de diferentes categorías y subcategorías de análisis del discurso con el fin de escrutar cada una de ellas con los audios previamente guardados de los programas. La tabla fue llenada utilizando en primer lugar columnas de identificación de cada uno de los programas, luego fueron llenados los espacios de categorías de análisis de la información con las palabras si y no, para mayor comprensión.

A partir de las diferentes categorías de análisis de contenido que se usaron para realizar esta investigación, mencionadas anteriormente en la descripción conceptual se logra darles relevancia en los resultados a unas que representaron la tipología discursiva femenina de una manera más clara.

⁵⁴ Foucault M., El orden del discurso, Madrid, Tusquets,1980. On line: <http://www.revista.unam.mx/vol.11/num8/art78/#up>



El proceso de análisis se llevó a cabo, comparando la teoría y ejemplos de esta, y así asociarlos con los audios de los programas radiales de manera que permitieran un encuentro de respuesta más concisa y válida para la investigación.

La teoría evidenció el análisis estructural para diferenciar las clases que lo componen y sustraer las conclusiones de la tipología del discurso como fenómeno. Un discurso planteado desde lo profesional o periodístico con base en la difusión oral desde el sexo femenino.

Además la participación de las locutoras en una entrevista semi-estructurada permitió concebir las significaciones individuales que tienen frente a los temas y a sus contextos. Teniendo como base la premisa emisión del discurso femenino radiofónico.

Las entrevistas fueron realizadas a cada una de ellas de manera personalizada e independiente, grabadas en audio, para hacer también comparaciones que permitieron aportes a la investigación.

Con lo anterior se logra revelar los resultados que serán expuestos a continuación:

Resultados:


Al mencionar las cuatro categorías desprendidas de los actos del habla, se pone en evidencia cada uno de los alcances obtenidos de la indagación. Al escuchar los audios de los tres programas, se encontró contenido de deixis total a un 100 %.

“esta, proviene de la palabra griega que significa "señalar" o "indicar". Esta noción también se reconoce por ser el centro del sistema de coordenadas. Es decir, estaría ocupado por un centro déictico el cual sería la situación lingüística; la primera persona sería el emisor; la segunda, el receptor; y el resto sería la tercera persona”.⁵⁵

El estudio muestra a través de la triangulación univariada, bivariada y multivariada ideas concisas y entendibles de lo que sucede en los casos estudiados. La triangulación planteada permitió el cruce de información resultante para la cohesión y de ante mano distinción de las conclusiones obtenidas.

En la primera parte de los actos del habla cuya categorización extrajo cuatro tipos se concibe que el 42% tiene actos ilocutivos, Mattelart afirma que “el acto de

⁵⁵ Paz, Yanira. Deixis personal, social y discursiva en narrativas orales de El Empedrao (Maracaibo, Venezuela). [en línea]. 2001 http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-09342001004900006&lng=en&nrm=iso&ignore=.html



habla ilocutivo añade el hecho de decir algo con cierta fuerza, permite ejecutar acciones como preguntar, amenazar, mandar y responder”⁵⁶

Las palabras más usadas durante el estudio de esta categoría en los tres programas fueron (qué piensan, por qué, no me parece, yo pienso, a mí me pasó)

Mientras que la subcategoría locutivos presentó un 38% las palabras más importantes del discurso fueron: (dáselo, invítala) Y por el lado perlocutivos se encontró un 34%, en donde las más usadas fueron: (convencer, yo creo, estoy segura).

De lo anterior se deduce que al presentar una oración con tanta fuerza (ilocutivo) su repercusión general es mayor aporte (locutivo) y más seguridad emitida por las locutoras (perlocutivo).

Por otro lado, en la siguiente categoría de análisis, la configuración del mensaje, se hallan cuatro subcategorías de las cuales los resultados fueron: Fijación del propósito con un porcentaje de 74% luego se encuentra, Procedimiento cognitivo de la información con un 62% le precede la subcategoría, Reconocimiento y selección de la información con un 22% y se finaliza con la Codificación del mensaje, este último con una proporción de 62%.


Con esto se infiere que uno de los hallazgos más importantes de la investigación es la falta de reconocimiento y selección de la información por parte de las tres locutoras estudiadas. Esto se presenta por la lectura y difusión de hechos noticiosos no investigados sino sacados de fuentes poco certeras. Los estudiosos, lo definen como “las acciones que realiza el sujeto, originando una acción de observar y analizar, luego buscar e investigar para la creación de sus ideas propias”⁵⁷

Se expone entonces que a menor ilocutivos (42%) mayor fijación del propósito (74%). Esto infiere que las mujeres son menos ilocutivas por la cohesión en la fijación del propósito.

Dentro de toda la tipología discursiva se manifiesta otra de sus clases, la cual los teóricos llaman la significación predominante, esta es separada en tres subtipos: informar, influir y expresar.

⁵⁶ - MATTELART, Armand y NEVEU Érik. Introducción a los estudios culturales [en línea], 2004. [citado 23 octubre, 2016]. Disponible en: http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n4/resenas/introduccion_a_los_estudios_culturales.pdf

⁵⁷ NIÑO ROJAS, Víctor. Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso: ECOE EDICIONES, 2003. 49- p



Se descubre entonces al escuchar los audios que la capacidad de informar de los programas es de un 82%. Mientras que de influir es de 32% y de expresar un 68%.

En la subcategoría influir de la tipología discursiva se da cuenta que hay un 68% llenado en la ficha de análisis de contenido con “no” ya que las palabras utilizadas en los programas radiales no alcanzaban a permear de tal manera al oyente. Siendo esto una premisa de investigación de las audiencias más no del análisis del discurso como tal.

Durante los hallazgos se presentan dos propiedades formales del discurso. Si es informal o por el contrario formal; dada la manera temática de los tres programas y sus locutoras, es claro que el discurso informal prevalece en un 100% en los diferentes audios escuchados. Esto se debe a la forma light en la que se presenta la información y en la que fueron concebidos los programas radiales.

Se demuestra que en el discurso de los programas, a mayor información 82% mayor informalidad discursiva 100%. Esto extraído de la escucha de los audios cruzada con la teoría.


Como última categoría de estudio de la investigación se muestra la llamada: usos del lenguaje, de la cual fueron desprendidas tres subcategorías. La discursividad cotidiana, científica o literaria. Obteniendo 88% en el cotidiano, y 0% en científico y literario.

Lo anterior se relaciona por las temáticas expuestas como (temas del día) además de las fuentes en las que se basaban para hacer los aportes en los tres programas.

Se relaciona también que a menor información, discursividad formal 0% menor posibilidad de encontrar tipología científica y literaria en el discurso radiofónico femenino. Si no hay fuentes científicas o literarias la pretensión de ser un programa de este tipo es baja.

Son estos los resultados de la investigación que permiten crear una identidad tipológica frente estas cadenas radiales, sus programas, sus locutoras y por supuesto sus discursos.

Discusión y conclusiones:



Con los hallazgos obtenidos, se logra dar un análisis al discurso radiofónico desde el punto de vista femenino encontrando en los resultados la identificación de los objetivos propuestos inicialmente en el estudio.

Gracias al debate y la discusión teórica que se presenta al enfrentar la oralidad radial femenina con los manifiestos de los autores, se adopta una concepción de los estudios mediáticos posibilitados con las realidades actuales.

Exponer los componentes del discurso fue posible gracias a la teoría, igualmente presentar la diferencia entre la tipología discursiva para hacer un acercamiento al discurso profesional teniendo como base los autores claves del análisis del discurso. Asimismo exponer la hegemonía del discurso basado en la alocución radial.

El contexto es un indicador importante en los hallazgos ya que a través de condicionantes como la jerga, ciudad y aspectos culturales se crea una tipología frente al entorno. De esta manera se llega a una coincidencia natural en muchos de los términos utilizados, además del hecho particular de ser mujeres hace que también pueda ser otro aspecto que relacione aún más sus discursos.


Se puede interpretar además de lo anterior, que temáticas como la ciudad, la edad de las periodistas analizadas, su zona y la diferencia musical que existe entre las cadenas radiales fueron también aspectos que permitieron un común denominador en los resultados y que no hubiese una diferencia extraordinaria respecto a los efectos obtenidos.

Los apartados más importantes resultan siendo la obtención de información al crear el discurso, se vuelve un reiterado llamado a las ciencias de la comunicación y a quienes hacen parte de ella para verificar fuentes, para hablar desde la verdad y exponer al público información certera, fiable, y sustentada.

Dado lo anterior se evidencia la trascendencia del discurso informal actual, el cual va ligado al consumo del comercio musical, tal como se presenta en las temáticas del día habladas por las locutoras permeando la creación cognitiva de un discurso atrayente frente a lo que la cadena radial presenta como su público objetivo.

Por lo tanto se concluye la importancia del estudio de las ciencias sociales, en este caso la mediática. La radio como difusora de información, proyectada desde la alocución femenina, la cual permite recrear espacios de investigación y creación de contenido apostados desde la tipología oral.

Referencias



Alegret Mauro, Presentación para Historia de la Cultura Americana II de la Licenciatura en Teatro de la UNC. 7 de mayo 2013
https://issuu.com/fwalita/docs/narrativas_de_cultura

Foucault M., El orden del discurso, Madrid, Tusquets,1980. On line:
<http://www.revista.unam.mx/vol.11/num8/art78/#up>

Silva, O.(2002) El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación. Rev Razón y Palabra [on line] vol 26
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n26/osilva.html>

MATTELART, Armand y NEVEU Érik. Introducción a los estudios culturales .[en línea], 2004. [citado 23 octubre, 2016]. Disponible en:http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n4/resenas/introduccion_a_los_estudios_culturales.pdf

NIÑO ROJAS, Víctor. Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso: ECOE EDICIONES, 2003. 49- p

PAZ, Yanira B. Deixis personal, social y discursiva en narrativas orales de El Empedrao(Maracaibo, Venezuela). Rev. signos [online]. 2001, vol.34, n.49-50, pp. 89-97. ISSN 0718-0934. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342001004900006>.

Portolés Lázaro, José (2005), Pragmática para hispanistas, Madrid: Síntesis.
http://wdb.ugr.es/~auladeletras/?page_id=13


Romo Gil. Pag 88. Isbn 9789681317980. Introducción al conocimiento y practica de la radio.

Comentario [L40]: Incluye el producto



7. REFERENCIAS

- ÁLVAREZ, Alejandro. Los medios de comunicación y la sociedad educadora ¿ya no es necesaria la escuela?: Editorial delfin.2003, 285p. ISBN 9582007397
- AUSTIN, JHON. Palabras y acciones. En: Razón y palabra [en línea]. No.75 (2011)



http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/23_Gutierrez_M75.pdf [citado el 18 de marzo de 2015]

- CárdenasKaram, Tanius, Nuevas relaciones entre cultura y comunicación en la obra de Raymond Williams Estudios sobre las Culturas Contemporáneas [en línea] 2009, XV (Junio-Sin mes) : [Fecha de consulta: 23 de octubre de 2016] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31611562004>> ISSN 1405-2210

- CASSANY, Daniel. Introducción a la hermenéutica del lenguaje: equipo editorial, 1972. 224 p. ISBN: 84-297-0958-4


-


- CASTILLO,Luz. Apuntes sobre el Discurso de Género y algunos Argumentos para Rebasarlo En: Razón y palabra [en línea]. No. 40 (2004) <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n40/lcastillo.html>> [citado el 17 de marzo de 2015]

- CHARADEAU, P. y MAINGENAU, D. Diccionario de análisis del discurso. Buenos Aires: Amorrortu. 2005. 688 p .ISBN: 9789505189021

- CONDE, Gloria. Mujer nueva. Ellas. Hay una pequeña diferencia. Mexico: trillas ediciones, 2000. 226p. ISBN 9482461960


- COTTON, Marcelo. ¿Quién se siente representado por la radio?En: Revista virtual Narrativa Radial [en línea], septiembre 2013, [citado 20, octubre, 2014]. Disponible en: <http://narrativaradial.com/sitio/quien-se-siente-representado-por-la-radio/>

- 
- DARDINGNA, A. Femmes, femmes sur papierglacé. Paris, Maspero, 1974. 297 p. ISBN 9782707102157
 - DE BURGOS, C. La mujer en España. Valencia: Sempere editores, 1906, 200p. ISBN
 - De mujeres y cupos políticos. On line: <http://www.eltterritorio.com.ar/m/mnota.aspx?c=8089571238839941>
 - DUBY, Georges. Y PERROT, Michelle. Historia de las mujeres. Del renacimiento a la edad moderna, discurso y disidencias. Editorial Santillana, 1993. 414p. ISBN 84-306-9825-6
 - Escalante, Ana Cecilia. Mujeres y políticas en el Gran Caribe: Balances y retos de la investigación y la acción. En: Red Española contra la trata de personas. [en línea], 1996. [citado 10 marzo, 2015]. Disponible en: <http://www.gloobal.net/iepala/gloobal/fichas/ficha.php?entidad=Textos&id=6811&opcion=documento>
 - GABILONDO, Ángel. El discurso en acción. Foucault y una ontología del presente. Madrid: Editorial antropos, 1990, 206p. ISBN 8476582390
 - GAMBA, Susana. Diccionario de estudios de género y feminismo. Editorial Biblos, 2007, 380p. ISBN 9789507866005.
 - GODEO, Eduardo de Gregorio. LOS ANÁLISIS DISCURSIVOS COMO INSTRUMENTODE TRABAJO PARA LOS ESTUDIOS CULTURALES:LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA DEL NEW MAN ENUN CONSULTORIO



PARA HOMBRES BRITÁNICO.[en línea], 2003. [citado 23 octubre, 2016].
Disponible en: http://www.ual.es/odisea/Odisea04_DeGregorio.pdf

- HERNÁNDEZ, L. (2004) Ética y poética (Una introducción al análisis del discurso desde la perspectiva de la ética). Notas sobre el curso impartido en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México. México.
- HERRERA, Fidel. Mujeres haciendo noticias. Productoras de información. En: Sororidad. Abril/mayo. Junio 2010. Vol. 9, pag 13.
- KAPLÚM, Mario. Una pedagogía de la comunicación: Ediciones de la Torre. 1998. 252 p. ISBN : 847960185X
- KAPLÚM, Mario. Producción de programas de radio: Ediciones CIESPAL - Colección INTIYÁN. 1999 243 p. ISBN. 9978-55-022-4
- LÓPEZ, Pilar. La Articulación del Discurso femenino en la Radio. Vol 9, No. 2 (Nov, 1997): p.8.
- LOZANO, Jorge. Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual:reimpresa. 1997. 253 p. ISBN 9684563019
- MARTÍNEZ, Aleyda, Cronología de la cultura, 1950-1990. Voces de la cultura. Bogotá: Villgas editores, 1990, 200p. ISBN

- 
- MATTELART, Armand y NEVEU Érik. Introducción a los estudios culturales .[en línea], 2004. [citado 23 octubre, 2016]. Disponible en:http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n4/resenas/introduccion_a_los_estudios_culturales.pdf

 - MATTELART, Michéle. Mujeres e industrias culturales. Editorial anagrama, 1982, 128p. ISBN 9788433907646
 - MENÉNDEZ, Isabel. Una representación invisible: imagen actual de las mujeres en la formación, en mujeres en medio: repaso crítico a los medios de comunicación y su lenguaje. España, 103p.


 - MERAYO Arturo. La radio en Iberoamérica evolución, diagnóstico y prospectiva. España: Sevilla, 2007. 461 p. ISBN 978-84-96082-49-6


 - MURGUIALDAY Clara. Género. [on line]. España: Hegoa, 2005. [citado 25/10/2014]. Disponible en internet: URL: <http://www.dicc.hegoa.ehu.es/listar/mostrar/108>

 - NASH, Mary. Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos. Madrid: alianza ediciones, 2004. 335p. ISBN 8420642053

 - NIÑO ROJAS, Víctor. Competencias en la comunicación: hacia las prácticas del discurso: ECOE EDICIONES, 2003. 49-55-80 p.(Biblioteca Fundación Universitaria Luis Amigó), ISBN 958-648-338-X

 - ORTEGA, Johanela aportación de simone de beaivoir al discurso de género. Barcelona . on line: <http://www.ciudaddemujeres.com/articulos/IMG/pdf/JoanaSBeauvoir.pdf>

- 
- PAZ, Yanira B. Deixis personal, social y discursiva en narrativas orales de El Empedrao (Maracaibo, Venezuela). Rev. signos [online]. 2001, vol.34, n.49-50, pp. 89-97. ISSN 0718-0934. http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-09342001004900006
 - RESTREPO, Eduardo. Estudios Culturales en America Latina. Rev. De Estudios Culturais. [on line]. [citado 23/10/2016]. Disponible en internet: URL: <http://www.ram-wan.net/restrepo/documentos/eeccs-en-al.pdf>
 - SOENGAS, JOSE. El discurso radiofónico: particularidades de la narración sonora. 2010, 143p. Trabajo de grado (Locutor). Universidad de Santiago de Compostela. Facultad de comunicación.
 - TOURAINE, Alain. Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy. Editorial pandos, 2006, 272 p. ISBN 950-12-5425-9
 - URTEAGA Eguzki. Orígenes e inicios de los estudios culturales. [on line]. España, 2009. [citado 23/10/2016]. Disponible en internet: URL: http://www.ugr.es/~pwlac/G25_23Eguzki_Urteaga.html
 - VANDijk. ESTRUCTURAS Y FUNCIONES DEL DISCURSO: una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso. México: siglo xxi editores, 1996.p, 20. isbn 968-23-1542-5
 - Velez S., C. Apuntes de metodología de la investigación. Departamento de Ciencias Básicas Universidad EAFIT. Medellín – Antioquia. (2001)
 - TOURAINE, Alain. El mundo de las mujeres. Barcelona: paidós editorial, 2006. 230p. ISBN 9788449320347

- 
- ZULETA SOSSA, Karen. El parlache en la radio juvenil emisoras Tropicana 102.9 y energía 97.9 de Medellín. 2010, 55 p. Trabajo de grado (Comunicador social). Fundación Universitaria Luis Amigó. Facultad de Comunicación Social y publicidad.

8. ANEXOS


8.1 ANEXOS DE LAS TÉCNICAS DE GENERACIÓN, RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Anexo 1- documento Excel



8.2 BATERÍA DE PREGUNTAS INICIALES PARA ORIENTAR LA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA PAOLA BUSTAMANETE LOCUTORA.

| |
|--|
| 1. Nombre completo y ocupación |
| 2. ¿de qué programas eres locutora? |
| 3. ¿Cuáles son las temáticas principales que aboradas en los programas? |
| 4. El discurso que usted realiza normalmente ¿está cargado de polémica o de información? |
| 5. Siente que realmente se cumple el objetivo de informar o un objetivo más ligado al consumo |
| 6. ¿Cómo producir un discurso en radio? |
| 7. Cuando se interviene normalmente ¿se hace desde la razón o desde la experiencia? |
| 8. Teniendo en cuenta el tema de igualdad de género considera que |



| |
|---|
| ¿tiene igual de oportunidades en la radio como tus compañeros hombres? |
| 9. ¿Considera que aún se observa en la radio hombres en la cúspide y las mujeres en posición subordinada? |
| 10. En relación con la presencia de la mujer en los distintos medios de comunicación, en la radio, siguen predominando los locutores, especialmente durante la mañana, que son los programas más lucrativos o se ve una mayor participación del género |
| 11. Observa usted un apoderamiento de la palabra en diferentes temáticas mundiales en las mujeres locutoras o se sigue centrado a las mujeres hablar solo de temas como salud belleza, y cosas del hogar |
| 12. Considera usted que la radio es un lugar apto para que una mujer planté un discurso |
| 13. Qué piensa de la frase “La mujer debe aceptar las normas de los hombres y asumirlas dentro de su propia conducta.” |
| 14. Considera que al igual que en la televisión Colombiana en la radio nacional tienen más oportunidades el estereotipo de mujer bonita que las inteligentes |
| 15. Se siente satisfecha con su trabajo y profesión |

Figura 4

8.3 Entrevista

8.3.1 Entrevista: Locutora de la emisora la X

Consentimiento informado:

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta investigación de la Fundación Universitaria Luis Amigó busca comprender el discurso femenino actual y la experiencia sobre el rol del género en los medios de comunicación masivos.

Debe quedar en claro que su participación en este estudio no le reportará ningún beneficio de tipo académico, material, o económico, ni se adquiere ninguna relación contractual con el equipo de investigación o las Instituciones de las que hacen parte. Su colaboración es una contribución para el desarrollo del conocimiento y sólo con la participación solidaria de personas como usted será posible comprender las prácticas comunicativas.

La información personal que usted dará a nuestros investigadores en el curso de este estudio permanecerá en secreto y no será proporcionada a ninguna persona diferente a Usted bajo ninguna circunstancia.

Los resultados de esta investigación pueden ser publicados en revistas científicas o ser presentados en las reuniones científicas, pero la identidad suya no será divulgada. La información puede ser revisada por el Comité de Ética en la investigación de las instituciones participantes, el cual está conformado por un grupo de personas quienes realizarán la revisión independiente de la investigación según los requisitos que la regulan.

No firme este consentimiento a menos que usted haya tenido la oportunidad de hacer preguntas y recibir contestaciones satisfactorias para todas sus preguntas.

Roberto Botani

Nombre del Participante CC.

Pala Prohormite


Firma del Participante

Firma del Investigador Principal CC

Luis Avendano

Fecha 03/03/2019

Imagen 1



(Archivo de audio en el CD)

Entrevistada


Paola Bustamante

Cargo: locutora y dj de la emisora la X electrónica

Fecha: 03/03/2014

Transcripción

| | | |
|--|--|-----------------------|
| Discurso femenino en la radio | Todelar radio. 10:30.a.m. | 03/03/2015 |
| Objetivo: analizar el discurso femenino radial, teniendo en cuenta la representación del género en este medio de comunicación masivo. | | Palabras clave |
| Transcripción entrevista: Laura: Bueno Paola, Nombre completo y ocupación. Paola: Mi nombre completo es Paola Andrea Bustamante Gil “ehh” estoy en radio hace por ahí diez doce años más o menos. Empecé desde muuuuuy joven, desde los quince hacer radio por internet y yo creo que ese es el primer paso de un locutor o una locutora, hacer como los primeros pinos en emisoras comunitarias, en este caso a mí me tocó la radio por internet. Ese es como el comienzo mío. | | |




Laura: acá en la X ¿de qué programas eres locutora?

Paola: ¡Bueno! Yo estoy de 10:00. a.m. a 12.M. en línea X o sea en este momento. Ehhmmmmm Estoy desde las 6:00.p.m hasta las 8:00.p.m en el chat con DJ Miller y Juan Mejía. De 10:00.p.m a 1:00.a.m. estoy en experiencia X . Los sábados presento las veinte de la X con el director “J”. Y los jueves, viernes y sábado estoy en Discotek pero ahí si toco en vivo, porque aparte de la locución soy Dj.

Laura: ¿Cuáles son las temáticas principales que aboradas en los programas?

Paola: Bueno, todo depende, por ejemplo el programa de 6:00.p.m a 8:00.pm va muy enfocado como a los jóvenes, a los “pelaos” que apenas están como entrando en la onda de escuchar radio, de escuchar algo que realmente le interese. Que de hecho estaba discutiendo eso ahora con el compañero mío porque ehh pues yo sé que ese rango de 6:00.p.m a 8:00.pm coge mucho, mucho “pelao” de colegio, que piensan graduarse entonces está como mirando a ver cuál es el objetivo de la vida; entonces muchos están pensando quiero ser Dj o locutor o comunicador entonces muchos se están tirando como por ese lado. Entonces temática como tal ponemos un tema del día un hashtag y hacemos que funcione, que es: #nomearrepientode es un tema, qué más #mimayorsueños entonces desde ahí los jóvenes o igual cualquier público que nos este escuchando pues opina. Y la temática que yo tengo en el programa de la noche que



se llama experiencia X ahí sí hablamos de temas más pesados como el suicidio, sexo, pornografía, prostitución por ejemplo hoy vamos hablar de la prostitución. Los lunes y los miércoles nos concentramos a hablar más de cosas paranormales, hemos hablado de la tabla ouija, hablamos a veces del significado de los sueños, de la lectura del tarot, cosas que a la gente le interesa pero que de pronto en otras emisoras no escuchan, entonces acá estamos haciendo como una cosa totalmente diferente

Laura: ¿quién elije digamos de qué se va hablar?


Paola: Yo, sí

Laura: normalmente el discurso que usted da ¿está cargado de polémica o de información?

Paola: Yo creo que un poquito de los dos, hay que tener de las dos partes, tanto un poquito de polémica que hablen de uno por ahí a esta pelada no habla sino de sexo o de esas cosas tan malucas pero a la hora de la verdad hace que uno prenda el radio a escuchar, entonces me parece muy importante generar polémica pero a través de la información también.

Laura: ¿Siente que realmente se cumple el objetivo de informar o un objetivo más ligado al consumo?


Paola: Bueno, lo que pasa es que al radio de ahora, yo discuto mucho eso con gente que ya salió de radio y ya, o sea , gente que ya no está en radio hace veinte años y



pretenden que la radio sea lo mismo que era hace algunos años. Ya ahora, a pesar de que la X es una emisora que maneja un status más diferente, trata de hablarle como con más educación a la gente, obviamente acá no tratamos mal el oyente como en otras emisoras. Si obviamente se ha perdido como esa radio vieja de hace veinte años donde todo era muy acartonado “buenas” la voz de locutor así. No, ya ahora uno trata como de ser más amigo del interlocutor, entonces obviamente le va hablar en un lenguaje totalmente diferente a lo que se hacía hace veinte años.

Laura: ¿Cómo se produce un discurso en radio? pues vos, cómo lo producís. Digamos hoy vamos hablar de esto o simplemente lo que sale de una, o cómo lo planteas

Paola: No, o sea, lo hablo a nivel personal con los programas que hago. Experiencia X es un proyecto mío, estaba con un compañero él hace poco salió entonces me tocó hacer el proyecto a mí sola pero que hacía yo con él, por ejemplo me sentaba y hacíamos una lluvia de ideas, trabajemos este mes esto, listo ya tenemos una semana, hablamos esta semana de esto. Pero no es una cosa que es improvisando no. Porque el programa de la noche no se presta para improvisar sino para tener una cosa bien estructurada; invitados, porqué es muy importante. O sea uno como locutor tiene que ser el puente para los medios, entonces si yo voy hablar de la masturbación, o sea yo



obviamente como ser humano voy a dar mi punto de vista aunque tengo que ser muy neutra yo soy la locutora, yo no me puedo poner a decir, entonces yo traigo un experto, una sexóloga o cuando hablamos de cosas paranormales, parasicólogos, gente experta, yo simplemente soy el puente de la comunicación entre ellos para que la gente pues obviamente sepa de lo que estamos hablando.

Laura: ¿Cuándo se interviene normalmente se hace desde la razón o desde la experiencia?


Paola: lo que pasa es que a veces si se me más la razón que la experiencia de yo decir, bueno, no puedo utilizar este micrófono para polemizar de pronto algunos temas, pero igual se da. Porque de pronto siento que están atentando contra la emisora mmm de pronto a la mujer como tal porque soy muy feminista lo tengo que reconocer entonces sí, cuando son esos dos asuntos yo creo que si se me va al razón que la experiencia. Pero debería ser al contrario

Laura: Teniendo en cuenta el tema de igualdad de género considera que ¿tiene igual de oportunidades en la radio como tus compañeros hombres?

Paola: Ya ahora sí, hace unos años atrás no

Estefanía: ¿por qué?

Paola: ¿por qué? Porque de pronto las mujeres antes, no voy a decir que todas, antes de yo entrar a la radio



comercial como tal se veía mucho entonces ehh la locutora con los senos afuera, en fin, no voy hablar de todas empresas o todas las emisoras, no, pero sí se estaban enfocando mucho en eso, no importaba tanto el talento que podía tener una mujer al aire, ser buena DJ y tener cosas bacanas para aportar sino que físicamente eran bonitas. Pero si vamos hablar hace veinte años atrás las mujeres en radio eran lo mejor, ¿si me entiende? Eran tratadas con la misma igualdad que un hombre. Siempre ha existido el machismo, incluso todavía existe pero no yo creo que eso también va en el director de la emisora; yo por lo menos soy afortunada con el director que tengo que da como esa habilidad, no es que usted es la mujer, usted tiene que estar en todo, de hecho, la gente no se da como cuenta de eso, de que uno está como en tanta cosa.

Estefanía: o sea que el estereotipo de la mujer voluptuosa, con mejor cuerpo se ha ido como acabando?

Paola: sí, total. Pues obviamente no falta por que uno a veces escucha una locutora y uno dice ¡ahh!, Y va uno y ve de pronto fotos y dice ahh ya “¡aparecieron las llaves!” ja jaja.

Laura: ¿Considera que aún se observa en la radio hombres en la cúspide y las mujeres en posición subordinada?

Paola: sí, pero no es este caso; acá no, en Todelar radio no, pero sí claro, total. Mujeres opacadas por los hombres




sí. Eso va de la mano de un director

Estefanía: nunca te a tocado como uan oportunidad así que te agredan

Paola: no, que me hayan rechazado muchas veces en otra parte sí, claro. Incluso yo hace muchos años estaba postulada para un puesto y no me metieron nada más por ser mujer porque la esposa del director en ese entonces dijo no meta mujeres. Entonces en ese sentido sí, mira que ya eso es otra cosa, otro tema, ¿cómo así que la esposa de un director puede manipular eso? Si se puede, claro, claro.

Sebastián: yo te quiero preguntar algo, lo que pasa es que por ejemplo yo como hombre, yo no me había, hasta hace tiempo que estoy como mirando todo esto acerca de los medios el asunto de que los hombres de pronto tengan más oportunidad que las mujeres entonces me parece un tema, una temática interesante ¿tu estarías dispuesta o no sé si lo has hecho, hablar de este tipo de temáticas en un espacio del programa, algo por el estilo?


Paola: No puedo, hay cosas que yo no puedo hablar, me cerrarían las puertas acá y en muchos otros lugares. O sea si yo digo lo que yo pienso de algunos medios, es que no es solamente radio, la televisión también es así, usted ve el estereotipo de mujer que está buena pero no sabe presentar, no tiene una base en su vida, o no lo ha hecho nunca ¡ay no! Esa vieja presenta ah no yo también quiero presentar; Mientras que hay muchas mujeres que nos hemos formado toda la vida para esto, nos ha tocado



lucharla mucho, precisamente por que no está ese prototipo y por ejemplo a mí no me interesa, yo tengo mi estilo y no importa; lo más importante es la voz y lo que yo pueda transmitir con los oyentes, no una “pinta” y nada. Uno tiene una presentación, un se va se organiza y todo ¡muy bacano! La imagen también es importante, pero en radio es un segundo plano.

Laura: En relación con la presencia de la mujer en los distintos medios de comunicación, ¿en la radio, siguen predominando los locutores, especialmente durante la mañana, que son los programas más lucrativos o se ve una mayor participación del género?

Paola: Aquí en la mañana si hay un programa que es muy escuchado y se llama Mañanas Retro. De hecho cuando yo empecé acá en la X yo estaba ahí pero yo como persona no me sentía que estaba aportando mucho. Primero, no es que sepa mucho de clásicos entonces por ese lado iba mal, pero, sin embargo, estaba con las ganas de aprender, de aportar; me salió la oportunidad de hacer el programa de noche y yo dije eso es lo mío, ¿por qué? Porque le voy hablar a gente como yo; mientras que en las mañanas retro es un público más adulto, entonces si no puede identificarse con la gente que lo está escuchando a uno por que de pronto tenemos los mismos gustos, porque uno sabe que de pronto lo escuchan personas del mismo rango de edad ¡mejor todavía! Se siente uno identificado hay que hacer lo que a uno lo mueva. En ese sentido si el programa de noche era como lo que yo siempre quería



hacer, tener el contacto directo con toda la gente y hablar de lo que a todo el mundo le pasa, lo cotidiano.


Laura: entonces acá en la X si se sigue viendo digamos que en la mañana lo dominen los hombre, digámoslo así.

Paola: pero de 6:00.a.m a 10:00.a.m. Mira que yo hasta hace poquito estoy en este horario porque un compañero lo cambió.

Paola: ¡al aire! A través de los 103.9 la X electrónica

Laura: Observa usted un apoderamiento de la palabra en diferentes temáticas mundiales en las mujeres locutoras o se sigue centrado a las mujeres hablar solo de temas como salud belleza, y cosas del hogar

Paola: No, no para nada es que eso cambió hace ¿cuántos años le pongo yo, que eso viene cómo evolucionando? No nos vamos tan lejos en Bogotá por ejemplo las líderes de la radio son mujeres Claudia Gurisati, Viky Dávila, incluso Andrea Serna también, que la veíamos como presentadora es una “tesa” para radio y a nivel mundial también hay muchas, ya las mujeres antes son las que están dando la cara y los hombres obviamente siempre han sido gran parte pero ahora las mujeres ya. No es como antes que las mujeres no, no somos los hombres ¡ah ah! Y eso es en todo, en todo se ve antes los hombres eran los que trabajaban, salían, las mujeres en la casa como decimos acá “mantequiando” ya no, ya las mujeres también trabajamos, ¿usted me va dejar “mijo”? hágale tranquilo



que yo misma sobrevivo.

Laura: Considera usted que la radio es un lugar apto para que una mujer planté un discurso?

Paola: claro, total. Porque es un medio, sea radio, sea televisión, sea prensa, es el medio donde no solamente las mujeres sino pues obviamente cualquier persona lo puede hacer pero ya ahora que tenemos más credibilidad digámoslo de esa manera pues nos podemos enfocar en cualquiera de esos cargos o sea que para mí, sí obvio. Las mujeres lo podemos hacer, discurso en general y hacer lo que queramos ya en un medio no era como antes.


Laura: ¿Qué piensa de la frase “La mujer debe aceptar las normas de los hombres y asumirlas dentro de su propia conducta.”?

Paola: Me repite la pregunta ja jajaja¿ eso lo editan cierto? Que no quede yo ahí como una bruta.

Laura: ¿Qué piensa de la frase “La mujer debe aceptar las normas de los hombres y asumirlas dentro de su propia conducta.”?

Paola: no ¿y por qué? No, no me parece. La mujer tiene su manera de ser y pensar la mujer no tiene porque hacer lo que un hombre diga; es que ya ahora las mujeres somos independientes yo creo que esa es la palabra más importante: independencia de género.

Estefanía: ¿crees que esa independencia ya está súper




lograda o todavía falta?

Paola: Todavía falta porque hay hombres que aun se quedaron en ese tiempo y no solamente eso usted puede ver un hombre muy joven, pues no todos, pero usted puede ver un hombre joven y hombres jóvenes de la edad de uno de pronto y todavía son muy machistas pero es porque el papá le inculcó eso y el abuelo y todo pero ya ahora puede existir el machismo como sea pero las mujeres ya vamos a, digamos que en este tiempo hay una tendencia de que la mujer está al frente del micrófono, o está al frente en un juzgado como la juez principal o está en televisión como la directora de un programa. Antes no, las mujeres pues como. Si me parece que se hizo un cambio en cuanto al género de valorizar lo que era la mujer como tal.

Laura: ¿Se siente satisfecha con su trabajo y profesión?

Paola: Sí, digamos que este es el mejor momento de mi carrera. Por lo mismo de pronto muchos medios tratan de apartar las mujeres “este es el florero de acá” y antes muchas mujeres permitían que se hiciera eso; digamos usted tiene muchas ganas de estar en una empresa usted le toca aguantarse que le pongan el horario de 8:00.p.m a 10:00.p.m nadie la va escuchar, no van a dejar que su voz suene de día por nada del mundo, pero por eso mismo, porque no quieren que sobresalga. Entonces yo creo que lo más importante es las ganas y la pasión que usted tenga y obviamente tener un buen director y unos



compañeros que la valoren es lo más importante ya de ahí todo fluye.

Laura: ¿quién es el director de la X?

Paola: Es “J” Jairo Rúa, le dicen “mister J” Él está de director hace como cuatro meses. El director de la X era “checho Cano”


El renunció y ya está pues este nuevo. Que ha sido más fácil trabajar porque como que a cada uno lo encaminó en lo que realmente era fuerte; digamos es una persona muy inteligente que sabe, “Paola me sirve para esto , Juan Mejía sirve para esto yo como director estoy en este horario” Entonces lo más importante de un director es saber guiar y direccionar a las personas con las que está trabajando.

Laura: ¿hace cuánto estás acá en la X?

Paola: ya voy para dos años.

Sebastián: yo te pregunto, tú hablas de la polémica, que es muy importante y yo creo que sí, es importante. Pero entonces ¿hasta que punto crees que la polémica se debe manejar con mucho cuidado?

Paola: no, yo creo que yo tampoco soy de las que me voy entonces en la revista viernes me criticaron entonces no importa eso es audiencia. Lo pienso de un modo sí porque eso ha llegado a pasar que han hablado “en el programa de la noche no hablan sino de sexo” y resulta que nos



creció más el rating después de eso pero por qué porque el mismo medio está diciendo, “vea, escuche, allá hablan de sexo” obviamente uno como ser humano hay algunos temas que le van a llamar la atención. A mí me gusta hacer polémica de pronto en temas así porque en otras emisoras lo único que hacen es llevar viejas a que se quiten la ropa; no yo cojo la vieja no dejo que “empelote” y le pregunto su vida, como darle un espacio para que las adolescentes que están creciendo y que están pensando en dinero fácil lo piensen dos veces porque no es fácil. Entonces lo que yo hago es no solo hablar de la vida de ella como prostituta y todo eso sino que consecuencia tiene usted ¿para qué? Un mensaje subliminal para que la joven que está escuchando allá de dieciséis años no le dé ganas de hacerlo ¿por qué? Para ellas puede ser plata buena para mí no. Pero yo desde mi punto de vista de locutora no puedo decir nada de eso yo simplemente tengo que hablar y preguntarle a ella. Pero polémica como tal ehhhh de pronto en ese sentido con lo que hemos hablado generamos ne mucha gente como no sé, angustia, preocupación. Si de mil comentarios están haciendo dos o tres malos no importa pero si la cifra es al revés preocúpese.

Sebastián: ¿tú cómo locutora comercial hablas cómo de ejercer también como periodista, para generar de pronto un cambio?

Paola: claro, total; lo que yo estaba diciendo ahorita.

figura5



8.3.2 Entrevista: Locutora de la Mega Medellín

(Anexo archivo de audio en el cd)

Entrevistada: Nataly Zuleta

Cargo: locutora de la emisora la Mega

Fecha: 26/10/2015

Transcripción:

Laura: Son preguntas, nada personales todo tiene que ver es pues con el discurso, te recuerdo que es para mí investigación de proyecto de grado que es sobre el discurso radial femenino de las locutoras de la ciudad de Medellín.

Nataly: Ok


Laura: ¡listo! Entonces para comenzar quisiera que me dieras como una introducción entonces por ejemplo tu nombre completo y ocupación

Nataly: bueno mi nombre es Nataly Zuleta Hurtado soy comunicadora social, tengo una especialización en mercadeo estratégico.

Laura: ehhh bueno y de ¿qué programas eres locutora?

Nataly: en la Mega tengo dos programas de 10:00 a.m. a 12:30 M hay un programa que se llama en este momento los MegaHits, es un programa que es netamente de complacencia musical y ya a las 4:00 p.m. empieza un hit noticias y se llama el Megafono y también se tiene la participación de los oyentes a través de las redes sociales

Laura: ¡ahh súper bueno! ¿Cuáles son las temáticas principales que aboradas en los programas?




Nataly: bueno la idea es que sea algo muy actualizado, antes de iniciar con el programa hacemos como una, un sondeo, una búsqueda que haya relación entre las redes para saber que es tendencia. Si hay un tema de interés que nosotros podamos basarnos de ahí inmediatamente se convierte en el tema de la tarde o si no buscamos una pregunta que genere bastante interacción y participación por parte de los oyentes y ya como contenido para el programa buscamos que sea muy referente al día por ejemplo: estudios científicos, notas curiosas, cine, películas, cosas que les gusten a las mujeres también, o también a los hombres que eso genera pues como bastante polémica e interacción

Laura: ¡perfecto! Acabas de pues de hablar sobre polémica y esa era la siguiente pregunta. El discurso que usted realiza normalmente ¿está cargado de polémica o de información?

Nataly: bueno pues la idea es que sea muy polémico pero como yo estoy por ejemplo en un equipo que solamente hay hombre yo soy la única niña entonces la idea es tener siempre como la batuta del público femenino y que se sientan identificadas con nosotras. Muchas veces es la “guerra de los sexos” por ejemplo: ¿quiénes son los más celosos hombre o mujeres? Ese tipo de preguntas hace que los programas estallen. Porque obviamente los hombre van a defender su posición y se van hacer matar por su posición mientras que yo puedo tener el aval de todas las niñas de Medellín que están escuchando la emisora y con eso poder ser muy fuerte a pesar de que sea la única que este al aire y que estoy pues como “compitiendo” con todos esos compañeros.

Laura: ¡ahh entendido! Y en los programas se cumple el objetivo de informar o un objetivo más ligado al consumo?

Nataly: pues la verdad es como un programa de acompañamiento porque está basado primero para los jóvenes que salen ya de su jornada estudiantil, que están haciendo tareas, trabajos y como abarca un rango de 4:00 p.m. a 6:00 p.m. entonces también coge la gente que está saliendo del trabajo y de la oficina.




Entonces es algo más como de acompañamiento mezclado con un poquito de información ¿por qué? Por que se da también ehmm el dato curioso sobre cómo están las vías de la ciudad, todo ese tipo de cosas que ayudan a la gente muchísimo a que estén muy informados, la última noticia y no es noticia como tu estas acostumbrada a ver en esas emisoras que sean A.M sino que es noticia del espectáculo, del entretenimiento ¿qué pasó con tu artista favorito? Por ejemplo o a qua artista le robaron no se qué, todo ese tipo de cosas ayudan a que sea un programa de entretenimiento.

Laura: ahh perfecto! Bueno y tú desde la profesión pues de locución que nos puedes decir sobre ¿Cómo producir un discurso en radio?

Nataly: número tienes que ponerte en el papel del oyente ¿Qué quieres que tú como oyente escuches en radio? Porque anteriormente uno en radio escuchaba simplemente lo que a el locutor le parecía interesante y se limitaba solamente desde la parte radial comercial a dar la hora y a presentar una canción, hoy en día eso ha cambiado muchísimo y ya se ha convertido es en un acompañamiento, hablarle a una persona de forma directa, más tranquila, más amigos, que sientan que no hay una barrera a pesar de que muchas emisoras no tengan los espacios para que un oyente se comunique al aire como es el caso de la Mega que muchos de los programas no permiten pues como que se tenga ese espacio para la interacción pues tienes que hablarle de forma muy cercana. Si es en radio comercial cierto, estamos hablando del F.M, emisoras musicales.

Laura: listo, entonces teniendo en cuenta la estructura discursiva radial, planteada por diferentes estudiosos del tema ¿cómo se logra informar, influir y expresar lo que uno quiere que el receptor entienda?

Nataly: bueno, una forma de que uno pueda impactar en esos tres ámbitos es lo que yo vuelvo y te digo que le interesa a la gente escuchar. Le interesa que uno hable de economía, si es en una emisora como la Mega que por ejemplo la escuchan jóvenes no les interesa. Entonces informar tienes que tener, nosotros




también como medio de comunicación tenemos unas fuentes que tenemos que tener avaladas para que nos den una información certera. Si vamos a influenciar, toda la del mundo, o sea tu eres un influenciador desde tus redes sociales personales hasta cuando prendes el botón y estás al aire, entonces uno tiene que tener un comportamiento que sea más firme y neutral y no tratar de generar polémica dentro de los parámetros del profesionalismo, porque si tú te vas a poner por ejemplo y a pasado, hay casos en radio que ha pasado que un comentario zafado porque uno tiene que cuidar muy bien su posición personal a la profesión profesional y te voy a contar una anécdota, una vez un compañero se puso a dar al aire su posición con respecto a un equipo de futbol y hablo mal de los hinchas del Medellín entonces hizo que atacaran su integridad física, se lo manifestaron por redes sociales, lo amenazaron, fueron hasta el edificio y le dijeron pues que iba a tener muchos problemas, entonces eso desde tu punto profesional como estar en la mitad, como un intermedio para poder generar conciencia y también crear cultura dentro de los oyentes.

Nataly: Y¿ cuál era el último aspecto?

Laura: Expresar

Nataly: expresar bueno, hay mucha gente que no está como muy de acuerdo con la forma en la que los locutores se expresan hoy en día, al menos de emisoras juveniles. Porque no parece, la niña no sé qué. Yo creo que eso va más que todo en la forma en que es el locutor cada uno va generando como unas características, una personalidad al aire que tiene que tener en cuenta como la gente de su emisora la va a escuchar, no es lo mismo un locutor de una emisora que sea súper reguetonera cierto, donde uno ya más o menos identifica como habla el locutor a una emisora que sea más culta, más adulta. Es como una personalidad que nosotros como locutores tenemos que estar de acuerdo a ese tipo o a ese target o público que está enfocado la emisora




Laura: claro que sí, por eso Naty viene la otra pregunta que es Cuando se interviene normalmente se hace desde la razón o desde la experiencia?

Nataly: mmmm que pregunta tan difícil. Porque uno muchas veces por experiencia se cuida de ciertos comentarios por ejemplo el que yo te conté de mi compañero, entonces nosotros tratamos de no dar nunca nunca una opinión personal con respecto a temas que sean muy sensibles como: el futbol, los hechos violentos, la religión, la sexualidad ese tipo de temas tan delicados nosotros no damos opiniones personales, para nada, porque la gente no sabe uno como lo va a tomar, no falta el que te este escuchando y que sea súper relajado entonces está de acuerdo con vos, pero no falta el oyente que sea súper tradicional y que sea súper reglamentario entonces lo va a ver como algo malo que dijiste y ya de una vez va a empezar a hacer comentarios negativos con respecto a ti y a la emisora. Porque uno se convierte en la imagen de la emisora, ustedes por ejemplo como oyentes no saben a quienes nosotros le estamos apuntando, no saben cuál fue la esencia con la que crearon la emisora sino que se identificaron o por un gusto musical o por un locutor, me entiendes. Entonces yo creo que uno habla más desde la experiencia. Es más sano para e oyente

Laura: si, bueno y ¿cómo es el proceso de selección de la información? (tema del día, invitado)

Nataly: bueno número uno: que sea un tema de interés, por ejemplo: si yo a ti te planteo una pregunta de la tarde como quienes son más lindos los niños o las niñas, eso no va a generar como gran cosa y es algo muy banal mientras que yo a ti te toco un tema bien candente por ejemplo: ¿cómo les gusta a las mujeres? O los mejores lugares para uno tener relaciones, eso es pues ese tipo de cosas hacen que la gente se interese mucho y no tienen que estar pues es siempre estar pensando en el mejor contenido para la gente y tratar de manejarlo con mucha cautela y de ahí lo más importante es el tema de la tarde y ya de ahí por ejemplo se van desplegando temas similares entonces las mejores películas para ver en




pareja es como buscándole un lineamiento también al programa y lo que se hace pues como estructurando al aire es pregunta o pues temas de la tarde, noticia, entre comillas pues noticia que puede ser una nota, otra vez pregunta de la tarde o del tema para que se le vaya dando como una continuidad y no quede simplemente ese mensaje ese tipo de cosas. Y con respecto a los invitados tiene que ser, sino es un artista que por lo general se trata de que se den a conocer, que tengan su espacio al aire que sea un invitado que cuente algo interesante por ejemplo es que mucha gente confunde un invitado con cualquier pato que puede ir a hablar allá de lo primero que se le ocurrió. Es uno otra vez, volverse a ponerse en los zapatos del oyente. O sea a vos te gustaría ir en tu carro y escuchar un señor en una emisora juvenil que te va hablar de remedios de la baba de caracol por ejemplo. Entonces eso como que mejor déjeselo a no sé radio cristal a las emisoras de AM o lo que sea, entonces es fijarse si ese invitado con su historia de vida que tan explotable puede ser y tan interesante para el público de la emisora en la que estas

Laura: la siguiente pregunta es hablando desde la configuración del mensaje, existen tres términos importantes en los actos de habla, estos están divididos en tres categorías el primero es locutivo que hace referencia (locutivo se da por el hecho de producir un enunciado oracional en el que se aplican las reglas de la gramática y en que se configura un significado conceptual)

El ilocutivo que es (añade el hecho de decir algo con cierta fuerza, permite ejecutar acciones como preguntar, amenazar, mandar y responder

El perlocutivo es aquel que puede darse como consecuencia de los ilocutivos, en la relación con hablante-oyente. Genera entonces al oyente sentirse alarmado o airado)




Nataly: Bueno yo creo que el mío está basado en el perlocutivo sabes por qué, porque a mí me gusta mucho preguntarle a la gente por ejemplo en el programa de las 10:00 a.m. donde soy solamente “yo con el oyente” no tengo quizás el apoyo de otro compañero es uno generar como un canal de comunicación que sea súper cercano con la gente y que la forma en que le hablas sea tan igual a como él habla que logre captarte el mensaje. Entonces si yo le pregunto algo, yo espero una respuesta y también me gusta que el oyente pregunte que se vuelva como un canal de comunicación reciproco por ejemplo: ¿cuál es tu artista favorito de fulano, perano, sultano? Entonces la gente responde y a esa respuesta yo que retroalimentación le voy a dar.

Laura: ah bueno Naty, la otra pregunta es Teniendo en cuenta el tema de igualdad de género considera que ¿tiene igual de oportunidades en la radio como tus compañeros hombres?

Nataly: no. Sabes que no. Para que una mujer entre en radio es demasiado complicado empezando por que las plazas son muy poquitas, tu vas a encontrar en Medellín contadas emisoras estamos hablando AM a no FM perdón, donde si mucho hay una mujer por emisora como te vas a encontrar hasta emisoras donde no hay ninguna entonces no tenemos las mismas posibilidades de entrar a radio que un hombre, pues para ellos es mucho más fácil y el espectro es mucho más amplio y cuando tu entras por el proceso de selección ya es bastante complejo entonces yo creo que no a pesar de tenemos las mismas capacidades de que pudimos haber estudiado lo mismo, compartir aulas de clase y todo eso las posibilidades en Medellín son demasiado remotas una mujer en radio


Laura: y teniendo pues en cuenta pues esa pregunta tú consideras que la radio es un lugar apto para que una mujer planté un discurso



Nataly: sí. Porque puede volverse influenciadora de sus palabras y del medio en el que está. Una mujer puede inclusive decir un montón de cosas y tener la potestad de que mil personas te escuchen. Entonces ahí es donde nosotras tenemos que defender nuestra posición. Por ejemplo yo no es que sea feminista pero si trato de tocar temas que tengan que ver mucho con las mujeres, donde se le abra la oportunidad a la mujer a demás en la Mega que es como una emisora pues como categorizada masculina por el programa del mañanero, un programa de solo hombres donde la mayoría de las veces llaman son hombres a lo que sea, hablar bobadas pero una representación femenina hace que el target muchas veces cambie, que las mujeres se sientan identificadas entonces tu eres la representación de ellas.

Laura: entonces Qué piensa de la frase “La mujer debe aceptar las normas de los hombres y asumirlas dentro de su propia conducta.”

Nataly: a mí me parece que es una frase demasiado sumisa. Yo creo que hoy en día las mujeres tenemos tantas capacidades como los hombres y tenemos inclusive hasta más oportunidades si las sabemos aprovechar voy al aso de mi compañera Dianamer ella es la directora del Sol entonces mira que en este caso no son los hombres los que ponen las normas en este caso es ella, entonces hay mil cosas en el mundo radial donde las mujeres también marcamos unas pautas muy fuertes y no es tanto cuestión de género sino que es cuestión de saber mirara para el mismo lado,, eso es siempre lo que a nosotros en RCN nos han inculcado todos vamos remando para el mismo lado si tu encuentras dentro de tu equipo de trabajo alguien que lo hace en un sentido distinto al tuyo obviamente van haber ciertos roces y eso al aire se va a sentir pero las mujeres también tenemos la capacidad de marcar un giro.



Laura: eh Considera que al igual que en la televisión Colombiana en la radio nacional tienen más oportunidades el estereotipo de mujer bonita que las inteligentes

Nataly: yo creo que son tan distintas por que muchas veces en la t.v es cierto o sea se fijan si es linda si es alta si es voluptuosa, eso en la radio no se ve eso ya va como. Es totalmente distinto, o sea yo conozco compañeras de radio que no tienen ese prototipo de niña linda, que no es la flaca mamasita mona, sino que son trocitas, son bajitas, ese tipo de cosas o sea no tiene nada que ver es totalmente distinto a televisión. Y el proceso de selección obviamente va como más de la parte de talento de improvisación, de notas, de manejo de público, va más como por ese lado, como de las capacidades que tenía al momento de desarrollarse porque tampoco es un medio que sea muy fácil, vos por ejemplo tenes la facilidad de pasteliar si algo se te olvida pero decime pues el talento donde está al momento de improvisar o de vos pararte en un escenario frente a cuarenta mil personas a presentar un artista, no necesariamente tiene que ser la más linda.

Laura: exacto Naty, y ya para finalizar Se siente satisfecha con su trabajo y profesión

Nataly: si, sabes que si aunque hay algo que no es solamente femenino sino que es algo más bien del medio, y es la forma de pago o sea el gremio radial me atrevería decir que en Medellín porque no conozco pues el resto del país en cuento a los salarios es muy malo, entonces eso hace que muchas veces la gente catalogue como tu profesión en algo que es muy banal y al momento de tener pues como un salario mucha gente te diría que no es los súper millones y ese tipo de cosas pero eso hace que la radio también muchas veces este carente de contenido, a ti te pueden hablar bobadas y bobadas pero los profesionales netamente graduados en comunicación en periodismo en locución y en lo que sea también necesitan un reconocimiento y yo creo que es también es parte de la

economía del país. Es lo único que es como triste pues del medio, pero de resto es un gremio muy interesante ya sea que lo mires en AM o en FM

Comentario [L41]: Pasar para anexos
Redacta un texto en prosa y explica esto

8.4 Evidencia fotográfica

Comentario [L42]: Numerar titular y colocar la fuente

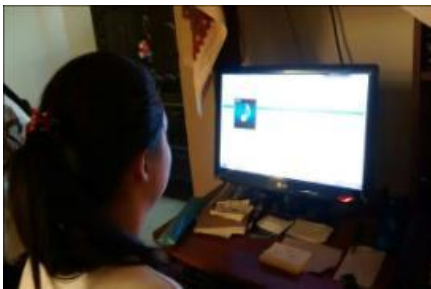


Imagen 2

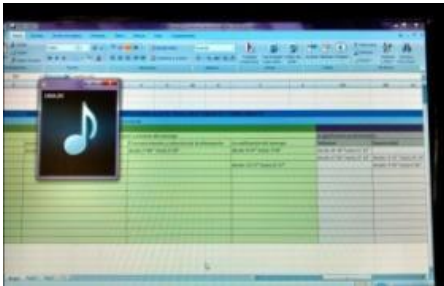


Imagen 3

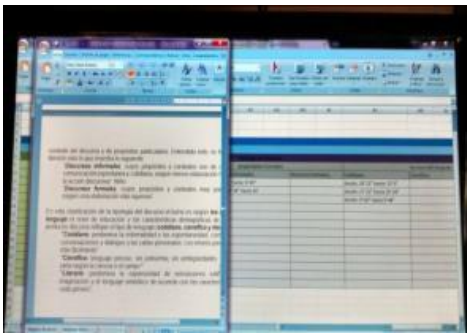


Imagen 4

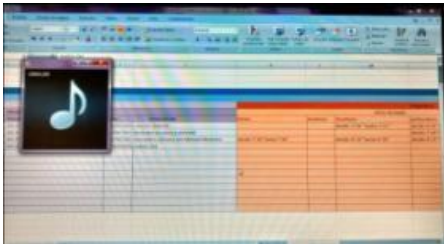


Imagen 5

8.5 Bitácora

| Fecha | Hora | Lugar | Actividad | Descripción de la | Responsable |
|-------|------|-------|-----------|-------------------|-------------|
|-------|------|-------|-----------|-------------------|-------------|

| | | | d | actividad | |
|------------------------|-------------------|------------------------------|-------------------|---|---|
| 03/03/20 14 | 10:00 a.m. | Todelar Radio | Entrevista | Se realizó la entrevista semiestructurada a la locutora Paola Bustamante, con las preguntas correspondientes de la investigación. Esto a su vez fue grabada en audio para la captación de la información | Laura Avendaño, Paola Bustamante |
| 10/08/20 15 | 9:50 a.m. | Aula 305 bloque 5 | Asesoría | Se hicieron varias sugerencias del docente entre ellas, buscar y ampliar la información del discurso periodístico. También clarificar el sujeto de la investigación, en mi caso locutoras | Pablo Huertas (docente) Laura Avendaño(estudiante) |

| | | | | | |
|----------------|-----------|-------------------|----------|--|---|
| | | | | de la ciudad de Medellín. | |
| 19/08/20 15 | 2:00 p.m. | Mi casa | Avance | Investigué sobre el discurso periodístico, trabajé en la ficha y grabé un audio de uno de los programas al cuál le estoy realizando la investigación | Laura Avendaño |
| 24/08/20 15 | 9:50 a.m. | Aula 305 bloque 5 | Asesoría | Se cancela la asesoría por calamidad del docente | Pablo Huertas (docente) Laura Avendaño(estudiante) |
| 27/08/20 15 | 3:00 p.m. | Mi casa | Avance | Investigación sobre el discurso periodístico y la tipología del discurso para anexar más categorías a la ficha de análisis de contenido. | Laura Avendaño |
| 05/09/20 15 | 4:00 p.m. | Mi casa | Avance | Recolección de la información (programa el | Laura Avendaño |

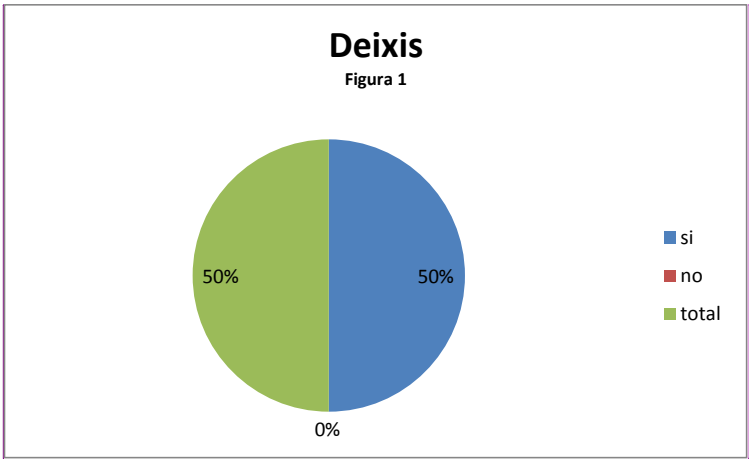
| | | | | | |
|------------------------|------------------|------------------------------|-----------------|--|---|
| | | | | recreo) | |
| 07/09/20 15 | 9:50 a.m | Aula 305 bloque 5 | Asesoría | El docente revisa los avances y sugiere el autor Patrick Charaudeau y su discurso de la información. Sugiere comenzar a llenar la ficha | Pablo Huertas (docente) Laura Avendaño(estudiante) |
| 11/09/20 15 | 11:00 a.m | Mi casa | Avance | Recolección de la información (programa 11 a las 11) | Laura Avendaño |
| 14/09/20 15 | 3:00 p.m. | Mi casa | Avance | Análisis del discurso de los dos primeros audios del programa 11 a las 11 Envío del primer informe trabajo de campo a través del correo electrónico. | Laura Avendaño |
| 18/09/20 15 | 4:00 p.m. | Mi casa | Avance | Recolección de la información (programa el | Laura Avendaño |

| | | | | | |
|----------------|------------|----------------------|----------|--|---|
| | | | | recreo) | |
| 21/09/20 15 | 9:50 a.m. | Aula 305 bloque 5 | Asesoría | Seguir en las construcción de la tabla, seguir analizando los audios y seguir contactando los sujetos de la investigación para realizar la entrevista | Pablo Huertas (docente) Laura Avendaño(estu diente) |
| 24/09/20 15 | 11:00 a.m. | Mi casa | Avance | Recolección de la información (programa 11 a las 11) | Laura Avendaño |
| 25/09/20 15 | 2:00 p.m. | Mi casa | Avance | Recolección de la información (programa el recreo) | Laura Avendaño |
| 29/09/20 15 | 11:00 a.m. | Mi casa | Avance | Recolección de la información (programa 11 a las 11) | Laura Avendaño |
| 01/10/20 15 | 4:00 p.m. | Mi casa | Avance | Recolección de la información (programa el recreo) | Laura Avendaño |
| 05/10/20 15 | 9:50 a.m. | Mi casa | Asesoría | Envío segundo informe trabajo | Laura |

| | | | | | |
|------------|-----------|------------------|------------|---|---------------------------------|
| | | | | de campo a través de correo electrónico | Avendaño |
| 08/10/2015 | 3:00 p.m. | Mi casa | Avance | Trabajo independiente, localización de los sujetos para entrevista | Laura Avendaño |
| 12/10/2015 | 5:00 p.m. | Mi casa | Avance | Trabajo independiente. Análisis de audios | Laura Avendaño |
| 19/10/2015 | 9:50 a.m. | Aula305 bloque 5 | Asesoría | No asistí | Laura Avendaño |
| 22/10/2015 | 2:00 p.m. | Mi casa | Avance | Construcción física del punto 5 del trabajo de grado | Laura Avendaño |
| 23/10/2015 | 3:00 p.m. | Mi casa | Avance | Adaptación y organización de la bitácora | Laura Avendaño |
| 26/10/2015 | 12:00 M | Mi casa | Entrevista | Entrevista semiestructurada vía telefónica a Nataly Zuleta. grabación del audio para la recolección de la información | Laura Avendaño Nataly Zuleta |

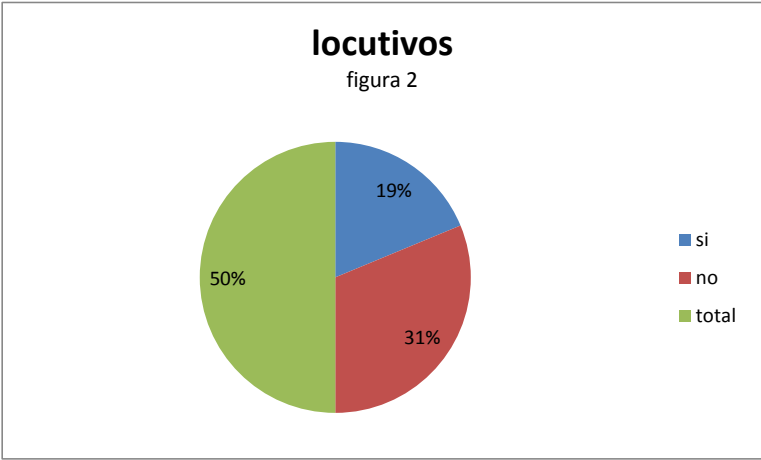



8.6 Graficas porcentuales



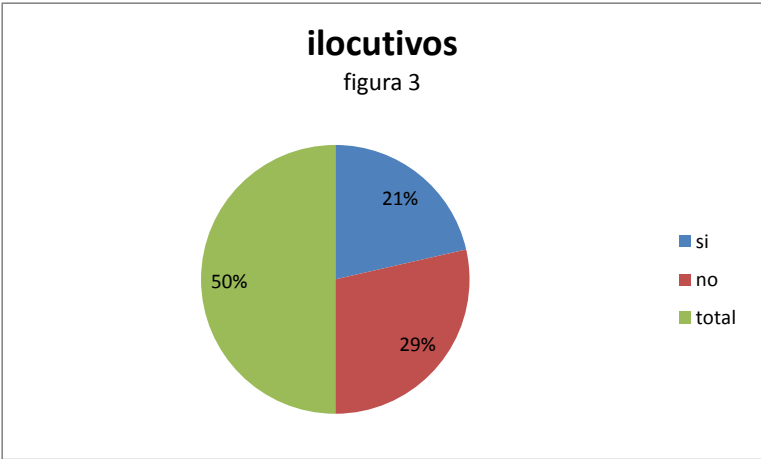
Comentario [L43]: GARFICA N° DEIXIS
Fuente: de la Investigación

Grafica n°1 Deixis

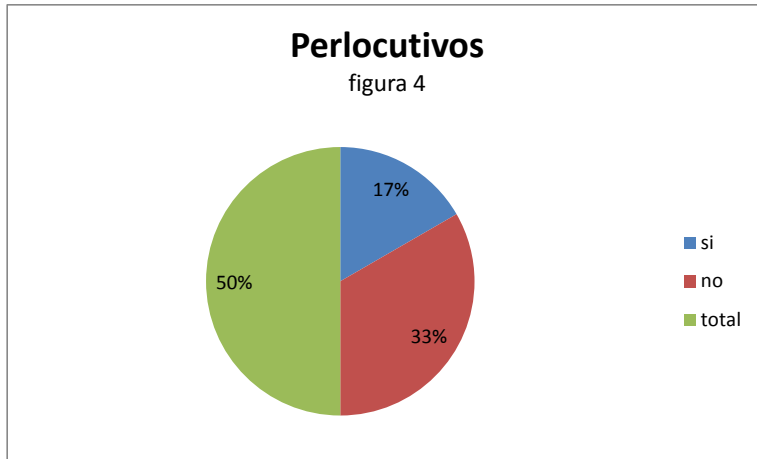




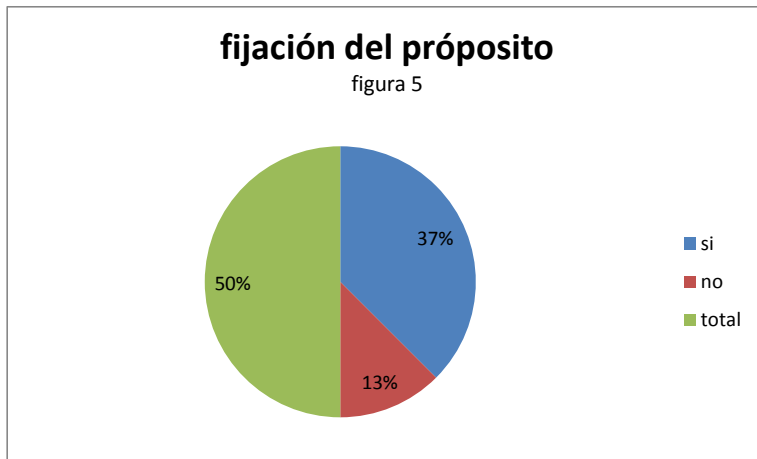
Grafica n°2 locutivos



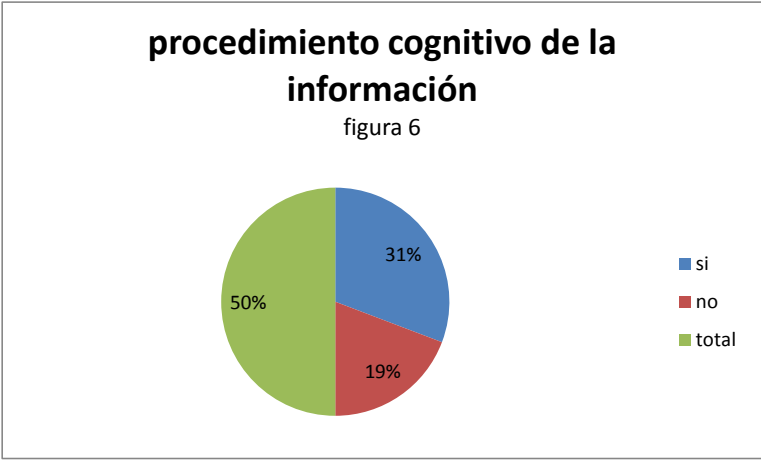
Grafica n°3 ilocutivos



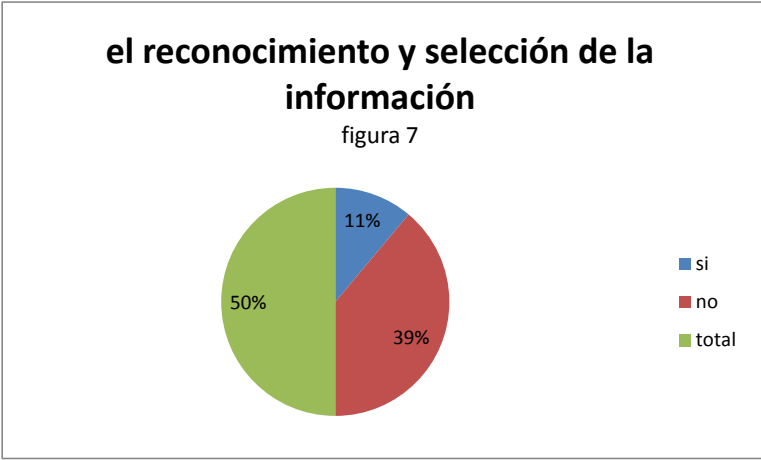
Grafica n°4 perlocutivos



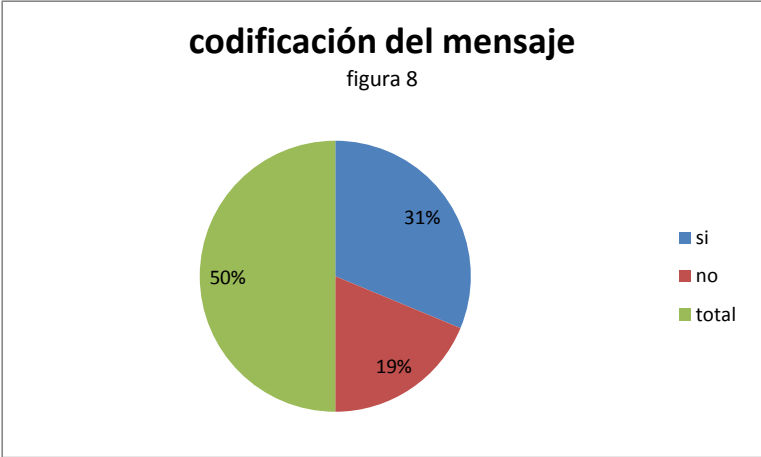
Grafica n°5 fijación del propósito



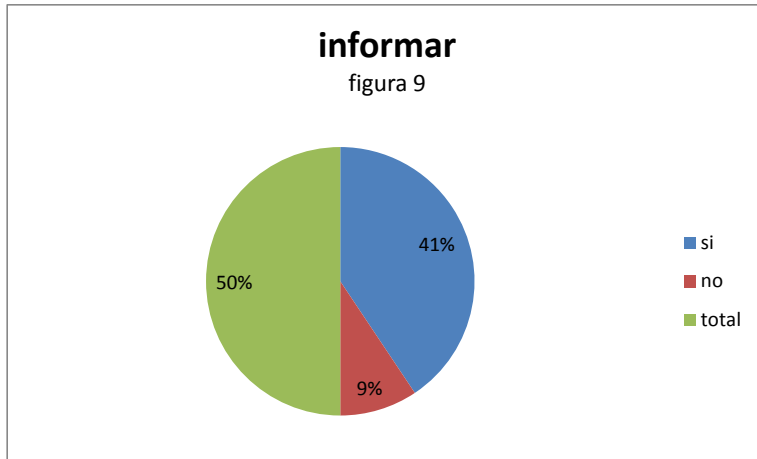
Grafica n°6 procedimiento cognitivo de la información



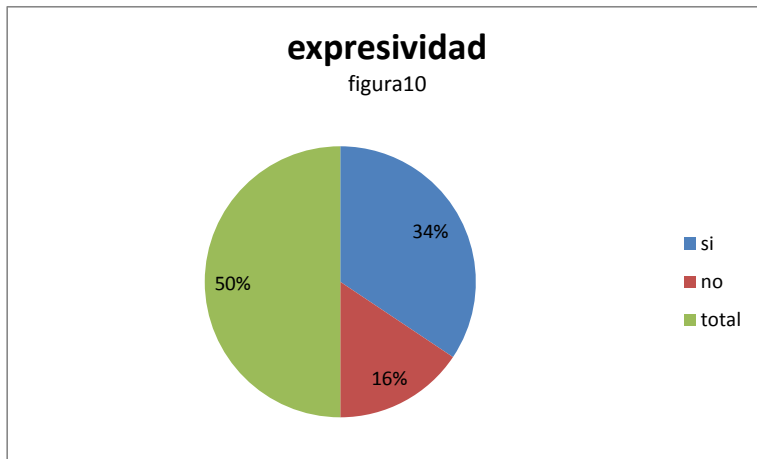
Grafica n°7 el reconocimiento y selección de la información



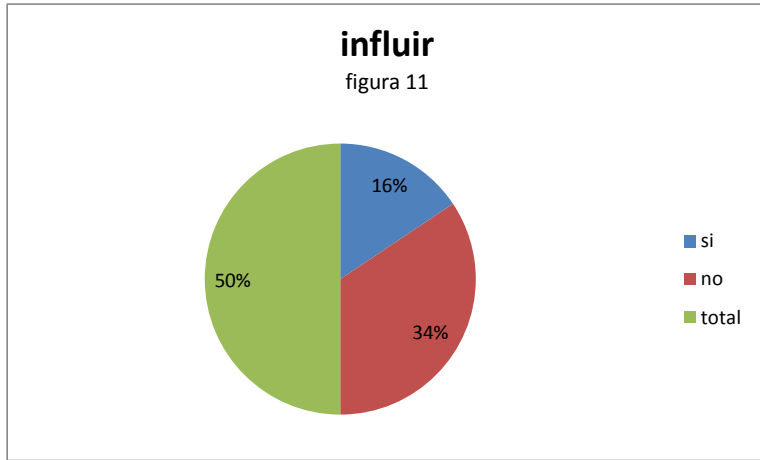
Grafica n°8 codificación del mensaje



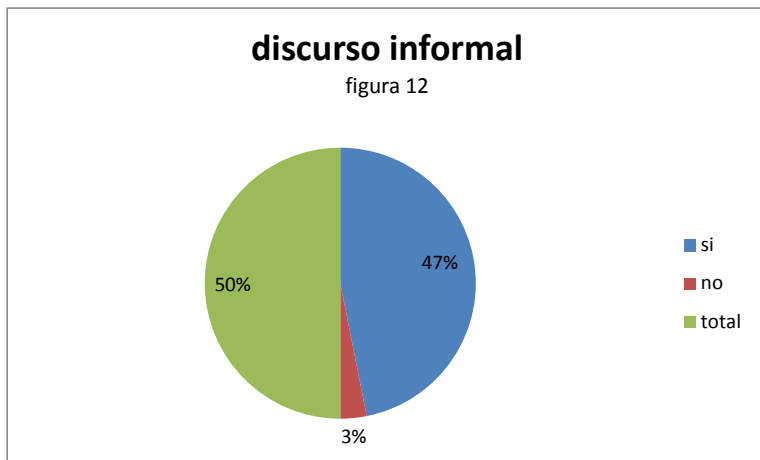
Grafica n°9 informar



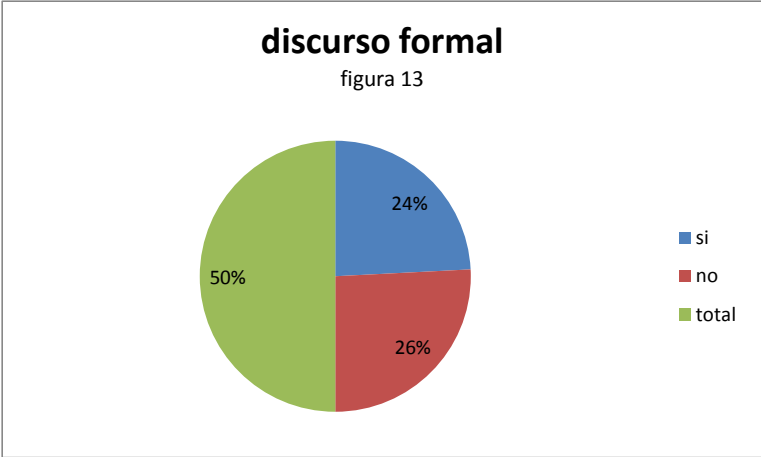
Grafica n°10 expresar



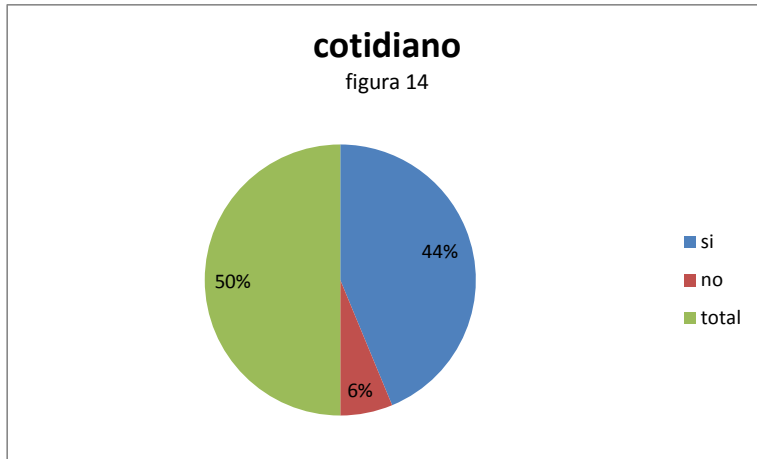
Grafica n°11 influir



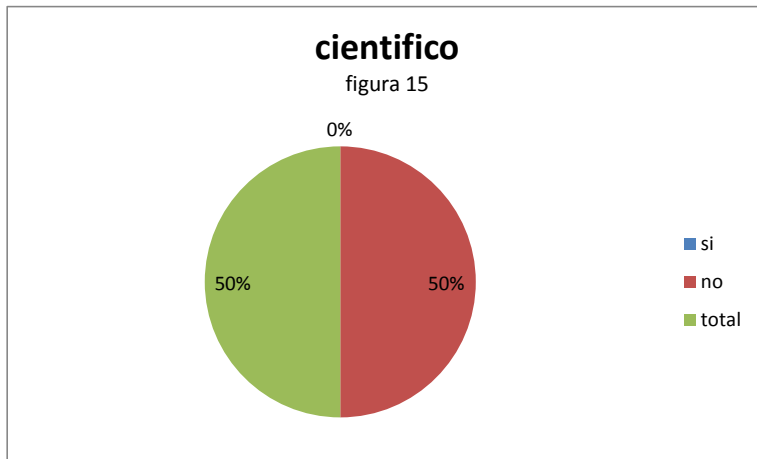
Grafica n°12 discurso informal



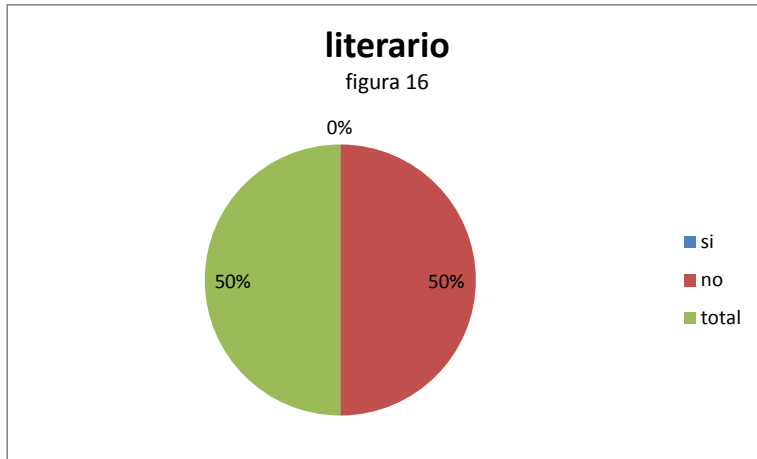
Grafica n°13 discurso formal



Grafica n°14 cotidiano



Grafica n°15 científico



Grafica n°16 literario