

El consultorio de Elena Francis, la radionovela franquista y su evolución a la actualidad

Elena Francis's office, the Francoist radio soap opera and its evolution to the present

Paula García Arrufat

Universidad de Alicante / Alicante, España, <https://orcid.org/0009-0000-0181-6341>,
pgarciaa1998@gmail.com

Resumen

El siguiente proyecto se centra en el análisis y la comparación del famoso consultorio, realizado durante el régimen franquista, *El Consultorio de Elena Francis*, donde lo que parecía que iba a ser un escaparate publicitario de la marca, acabó convirtiéndose en un confesionario y un lugar donde los oyentes buscaban consejo y/o ayuda. En la actualidad, la demanda y oferta, en el ámbito radiofónico, es muy amplia, por lo que en este proyecto se pretende buscar y comparar diferentes programas centrados en la ayuda de los demás, tal y como se llevaba a cabo en el consultorio. Para la realización de dicho trabajo se ha procedido a diferentes metodologías más adecuadas a este tipo de proyectos. En este caso se realizará un análisis de contenido y una revisión bibliográfica, como principal metodología para poder obtener los resultados óptimos. El objetivo era analizar si en la actualidad existen programas entendidos como “Consultorio Puro”, tal y como se conocía al Consultorio Francis, pudiendo concluir que, en el ámbito nacional, existen programas con algunos rasgos en común pero que no puede decirse que tengan la misma filosofía y efecto revolucionario del analizado de posguerra. Además, se ha podido ver la evolución de la preproducción y producción en los programas radiofónicos que reciben consultas de los oyentes, tales como la preparación guionizada de las respuestas, la participación de terceros opinando o la espontaneidad al utilizarse más el directo.

Palabras clave: Elena Francis; Feminismo; Actualidad; Radio; Consultorio; Mujer

Abstract

The following project focuses on the analysis and comparison of the famous radio programme *El Consultorio de Elena Francis*, produced during the Franco regime, where what seemed to be an advertising showcase for the brand ended up becoming a confessional and a place where listeners sought advice and/or help. Nowadays, the demand and offer in the radio field is very wide, so this project aims to search for and compare different programmes focused on helping others, as was done in the consulting room.

In order to, carry out this work, different methodologies more appropriate to this type of project have been used. In this case, a content analysis and a bibliographic review will be carried out as the main methodology to obtain optimal results.

The objective was to analyse whether there are currently programmes understood as "Pure Consultancy", as the Francis Consultancy was known, and it was possible to conclude that, on a national level, there are programmes with some features in common but which cannot be said to have the same philosophy and revolutionary effect as the post-war programme analysed. Moreover, it has been possible to see the evolution of pre-production and production in radio programmes that receive consultations from listeners, such as the scripted preparation of the answers, the participation of third parties giving their opinions, or the spontaneity of the greater use of live broadcasting.

Keywords: Elena Francis; Feminism; Present; Radio; Consulting room; Women

1. INTRODUCCIÓN

La introducción debe ser específica, ni muy general ni imprecisa, escrita en tiempo presente. Cumple la función de enunciar el tema y el problema a tratar y la posición y/o solución que el autor postula en su artículo. La estructura de este apartado se segmenta en: establecimiento del tema, establecimiento del nicho o problema, enunciación de los objetivos del estudio, exposición breve de la metodología utilizada y descripción de los apartados del artículo. (Calibri 11, justificado, interlineado 1.0).

Al contrario de la televisión donde se nos ofrece una imagen irreal y distorsionada de la realidad, hay más medios de comunicación donde no caer en los convencionalismos que la sociedad nos quiere vender, de manera directa e indirecta, uno de ellos, y del cual tratará este trabajo, es la radio.

Para ello nos remontamos a la España de la dictadura de Francisco Franco. Por aquel entonces la radio, lejos de ser un medio de comunicación como hoy en día veraz y de alto contenido de cualquier índole, tenía la principal finalidad de enmascarar los problemas que acechaban al país. Los toros, los concursos, las radionovelas hacían las vidas de los españoles más llevaderas y entretenidas en sus ratos libres, pero todo esto encerraba más que un simple programa para pasar el rato, lo que se conoce como "radio anestésica" (Murelaga Ibarra, 2009).

Centrándonos en una de las radionovelas más polémicas y famosas de la época, *El Consultorio de Elena Francis*, la cual comenzó con un objetivo claro: transmitir a sus oyentes femeninas consejos sobre los diferentes productos y tratamientos que realizaba la propia empresa.

Pero con el tiempo, derivó en un consultorio donde las mujeres, mediante correo ordinario, enviaban sus dudas, búsqueda de consejos, ayuda en problemas amorosos..., y la señora Francis, bajo los valores tradicionalistas y patriarcales del régimen (Pequerul Sarieña, 2017) daba sus aportes como buena consejera a sus oyentes, a las cuales trataba con gran cariño "...les atenderé como si fueran mis propias hijas y la respuesta será la misma que les daría su madre..." (Armand Balsebre, Fontova Rosario. p.129). Este consultorio nada más allá que simplemente la búsqueda de ayuda a sus oyentes pasó a convertirse en un programa donde millones de mujeres, y hombres, confesaron algunos de los mayores delitos vividos, que hoy en día incluso están bajo pena de prisión.

El programa, al igual que la radio, fue progresando a medida que pasaron los años, pero en 1984 (Armand Balsebre, Fontova Rosario. p.9) las emisiones del *Consultorio para la mujer* cesaron definitivamente, y aunque el programa se quedará ahí a lo largo del tiempo han ido apareciendo y recreando nuevos programas enfocados en el mismo objetivo que obtuvo el programa en su día. Los consultorios, tal y como se conocían desaparecieron, y dieron paso, paralelamente junto a la progresión de la sociedad y la mentalidad de esta, comenzó la aparición de programas donde se mantenía la dinámica de preguntas y respuestas, pero con un enfoque más feminista y progresista. Además, día a día la tecnología no deja de avanzar, y la creatividad de la gente no

cesa, por este motivo actualmente encontramos diferentes formatos de lo que en antaño se realizaba. Por dicha razón, tras una búsqueda exhaustiva en diferentes plataformas podemos observar que programas, cuya temática se centra en la ayuda de los demás, no pertenecen a como conocíamos el programa de Elena, ya que se han buscado alternativas a la hora de la producción de este, y no se encuentra similitud alguna en ellos.

2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

El objetivo principal que se expone en este proyecto es la comparativa de los rasgos distintivos entre los programas radiofónicos actuales destinados a la solvencia de problemas planteados por el público, es decir consultorios, y el programa de los años 50 *El Consultorio de Elena Francis*. Planteado desde una perspectiva feminista.

Con la implantación del objetivo principal se busca abordar otras cuestiones relevantes, como:

- Conocer la finalidad de la creación de *El Consultorio de Elena Francis*, según la motivación de la época.
- Mostrar la realidad del programa y sus tramoyas que ocultaban.
- Observar los cambios de preproducción y producción de como son los consultorios en la actualidad.
- Identificar el lenguaje implícito y explícito de las consultas y respuestas que se realizaban en el consultorio.

Tras la implantación de los objetivos, y mediante los conocimientos que hemos adquirido a través de la búsqueda diferentes bibliografías y artículos relacionados con el tema, se pueden plantear una serie de hipótesis, que más adelante, comprobaremos si son acertadas o, por el contrario, erróneas. Entre ellas encontramos:

- H.1: A través de la demanda y oferta de programas radiofónicos, podcasts... surge la necesidad de seguir teniendo una amplia variedad de programas dedicados a la consulta y respuesta de problemas que les ocurren, tanto a hombre y mujeres, en su día a día. Actualmente hay un gran número de programas con la misma línea de actuación que el consultorio, es decir, con la recepción de los problemas, una persona que los soluciona y que el programa completo se basa en las respuestas de estos.
- H.2: El trato hacía la mujer, a la hora de realizar un consejo, es totalmente cambiante a la metodología que había antaño. Antiguamente se daban consejos desde un punto de vista machista, religioso y político, donde no se tenía en cuenta a la mujer, simplemente se buscaba crear una figura femenina que hiciera el papel de madre y esposa.
- H.3: La forma de responder a los problemas que se plantean, respecto al correo ordinario es totalmente distinta, además de que no existen actualmente personas responsables de la respuesta de cartas ordinarias, sino que se lleva otra metodología distinta, adaptada a la actualidad.

3. METODOLOGÍA

En este trabajo se pretende dar a conocer qué diferencias y similitudes hay respecto a los programas radiofónicos dedicados al asesoramiento sociocultural de la mujer, más concretamente, en la época del franquismo y la actualidad.

Para dar respuesta a los objetivos planteados, se ha realizado una revisión bibliográfica narrativa centrada en determinados criterios de búsqueda y selección, siguiendo una metodología clara y rigurosa, así como también aplicando determinados criterios de síntesis de la información para poder posteriormente realizar un análisis de resultados comparándolo con la época actual sobre dicho tema.

Por lo que respecta a los criterios de búsqueda se ha obtenido información de diferentes manuales y volúmenes, tanto a nivel general para contextualizar la época, como centrados en la materia a tratar.

También, debido a la naturaleza del trabajo y a la modernización de los medios audiovisuales y de comunicación, cada vez hay una mayor digitalización de contenidos, por lo tanto, también se ha tenido en cuenta diferentes bibliotecas sonoras como puede ser “Ivoox, Spotify, Spreker, Player FM...” para obtener información más específica de los diferentes programas radiofónicos que se han investigado para este proyecto.

Además, la información obtenida, se complementa con literatura gris adquirida de varias tesis doctorales publicadas en la base de datos TESEO.

Respecto a los criterios de selección de información se ha tenido presente los siguientes elementos:

Criterios de inclusión:

- Solo textos en español
- Feminismo/ 4ª ola feminista
- Época del franquismo
- Información centrada a partir del año 2000
- La mujer en la radio
- Tendencias en la mujer de la época franquista

Criterios de exclusión:

- Textos en inglés
- Revistas científicas
- Segunda república
- Textos políticos

De otro modo, tras la criba inicial se ha llevado a cabo la revisión de manuales, artículos, tesis y demás materiales mediante sus resúmenes o palabras clave, pudiendo de esta forma seleccionar aquel material que a priori se ha observado que se ajustaba a los intereses y objetivos de la presente revisión bibliográfica. A su vez, y tras la lectura de los materiales, se han excluido aquellos que no han mostrado resultados de interés para el presente trabajo.

Para la categorización y análisis de la información obtenida, se ha empleado el programa MAXQDA (software utilizado para el análisis cualitativo de datos), el cual, ha facilitado la clasificación de la información. Una vez seleccionada, la información necesaria, se ha incluido en las categorías pertinentes por las que se realiza una criba, y se extrae más fácilmente la información. En este caso hemos empleado palabras de búsqueda como: Franquismo, Feminismo, Radio, Actualidad, Elena Francis, Consultorio... A continuación, el programa permite extraer toda la información mediante una tabla, la cual facilitó la rápida visualización de la información para su posterior tratamiento.

Además, tras la revisión de otros artículos e investigaciones, en los que su principal metodología ha sido el análisis de contenidos, podemos decir, y corroborar, que el uso de dicha metodología en este proyecto es la adecuada. Tal y como dice Noguera Vivo, “el análisis de contenido es una metodología con resultados satisfactorios con una capacidad organizativa y concluyente de los mismos”. Y es que, finalmente los criterios de selección para la realización de este determinado proyecto se encuentran ligados por los objetivos, es decir la pregunta que trataremos de solventar y el quid de la cuestión de esta investigación.

Además, basándonos en otros trabajos investigados (Castelló-Martínez, 2014), en los cuales se trata como metodología el análisis de contenidos, es por lo que reitero su uso en este trabajo final tal y como transmite Noguera Vivo (2010, pag. 182) transmitiendo que “el análisis de contenido es una metodología con resultados satisfactorios con una capacidad organizativa y concluyente de los mismos”. Y es que, finalmente los criterios de selección para la realización de

este determinado proyecto se encuentran ligados por los objetivos, es decir la pregunta que trataremos de solventar y el quid de la cuestión de esta investigación.

4. MARCO TEORICO

4.1 Contextualización

Con el fin de la guerra civil (1936 – 1939), los sublevados acabaron con la República que había en ese momento en España y se instaura así la dictadura Franquista (1939 – 1975), la dictadura de Francisco Franco, o más popularmente conocido como el Generalísimo. Muchos españoles republicanos huyen de España al exilio, aproximadamente medio millón, algunos para no volver nunca, mientras en la otra cara de España, muchos celebraban la victoria del que sería un nuevo comienzo más próspero y con esperanzas en el futuro de España (Alonso de Diego, 2017 y Pequerul, 2017). Tras tres años de guerra civil, el país se encuentra en un estado de hambruna y pobreza, la clase media-baja es la que más sufre de estas carencias.

La instauración del franquismo comienza a tomar medidas para poder sobrellevar esta situación. Y es que, algunas consecuencias procedentes de dichas carencias es el aumento de las enfermedades y la mortandad, en los primeros cinco años, elevando a unos 200.000 españoles fallecidos, debido al hambre que se pasaba. A medida que se asentaba el franquismo, se tomaron más medidas, donde prevalecía ante todo el estado español, es decir, darle un protagonismo a lo que se tenía en el país. Pero apenas se puede cubrir todas las necesidades de la población, por ello se depende de suministros procedentes de otros países. La escasez de recursos, de energía, de agua, etc.... son habituales en las casas españolas, esto fue mejorando poco a poco, pero tardó varios años en notar como evolucionaba el país (Murelaga, 2009).

La dictadura supuso una censura y represión, además de la abolición de partidos políticos, sindicatos, derechos humanos, inclusive derecho de libertad de expresión. Se intentó llevar mediante diferentes canales comunicativos el mensaje ideológico y propagandístico del régimen. Las fuerzas militares controlaban desde la enseñanza hasta los medios de comunicación, y es que ninguna actividad de ocio se eximía de tener como fin distraer a una sociedad sumida en el dolor y pobreza. De esta manera se deseaba tener un control social e ideológico de la población.

Por tanto, los medios más comunes de difusión propagandística eran los de comunicación. La radio ya había sido usada para este tipo de fines años atrás. En esta época se buscó un enfoque donde la autenticidad y veracidad de los canales radiofónicos fueran propiedad del Estado, dejando así fuera de batalla a las cadenas privadas. Fue así por tanto cuando se fundaron una serie de emisoras donde el papel principal era difundir “la verdad” del movimiento que se llevaba a cabo en el país (Delgado, 2020).

Otro punto destacable durante este período fue el nacionalcatolicismo, ya que fue la base ideológica del régimen. Dicha base se consolidó debido a que el generalísimo era muy católico, y transmitía que lo que estaba haciendo era una misión encomendada por Dios. La iglesia católica le dio su aprobación realizando incluso un concordado con el Vaticano en 1953. Otro tema importante, y el cual nos hará de hilo conductor a nuestro destino final en este proyecto es la educación.

Pues tras la derrota de la república el destino de la mujer se sumió en un futuro incierto. Porque la mujer años atrás logró un grado de independencia económica, sexual y legal mayor que nunca. Estos y más cambios fueron el motor del programa radiofónico *Consultorio para la mujer*, en el cual se apreciará la carga de este nuevo poder en el Estado (Ortiz, 2006).

4.2 Elena Francis, ¿quién era?

Desde 1950 hasta 1984 se llevó a cabo en los estudios de Radio Barcelona el Consultorio de Elena Francis, dando inicio con su inconfundible sintonía musical de «Brisas de Primavera». Dicho programa fue diseñado principalmente como plataforma comercial para promocionar los

productos de cosmética de la marca *Francis* y tratamientos de belleza corporal que disponían. El programa, *Consultorio para la mujer*, estaba en antena de lunes a viernes, excepto sábados y domingos, en la franja horaria de tarde, ya que, era el momento de mayor concentración de oyentes, debido a la finalización de la jornada laboral. Tenía una duración de una media hora (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018).

En su primera emisión, la persona que daba voz al personaje de Elena Francis, ya que no existió una persona de manera física que se llamará así, y simplemente era un personaje que diseñaron desde la empresa para hacer más cercano el trato con el oyente y tampoco hubiera problemas ideológicos, dejó claro que el instituto:

«como fin primordial ofrece: 1º La depilación definitiva y absoluta; 2º Efectos cuatro veces más rápidos sobre otra clase de depilaciones y con un mínimo de molestias, y 3º Rendimiento mucho mayor» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:109).

La estrategia que buscaba la empresa Francis, en un primer momento, era en presentar a sus oyentes los productos y tratamientos del Instituto Francis, pero sin perseguir un fin lucrativo, sino buscando el interés de la comunidad, principalmente femenina, para ayudar así a la educación moral y social de la “nueva mujer” española del franquismo.

Y es que, la empresa buscaba enfocar el programa como un híbrido entre lo comercial y la educación que toda mujer necesita para ser más bella y el deber que tienen las mujeres en ser mejor madre y buena esposa, «la misión educativa de la mujer en su hogar» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:117). Así lo comunicaban en los primeros programas emitidos:

«no puede descuidarse a sí misma, precisa detalles de moda, realzar su belleza, poseer nociones literarias y musicales para no quedas nunca disminuida ante los suyos, y esto que parece tan complicado y es en realidad tan sencillo es lo que vamos a ofrecer a ustedes por medio de este consultorio» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:117).

Además, en dicha primera emisión del consultorio, la locutora que dio paso al programa fue, Rosario Bassols, leyendo las primeras palabras en antena, las cuales habían sido creadas por la primera guionista del consultorio, Angela Castells, la cual procedía de ser una de las principales encargadas de la emisión de la Sección Femenina de la Falange.

Tras la presentación del director del programa, Ramón Barbat, dieron a conocer a sus oyentes que este nuevo programa radiofónico era la sucesión de *Radiofemenina* de Mercedes Fortuny.

En este nuevo programa sucesor se buscaba como objetivo principal, llegar a un público femenino, principalmente:

«mujer de clase acomodada, la mujer modesta, la de clase media. Todas ellas precisan de conocimientos para poder crear un hogar feliz. Le es necesaria una formación recta, poseer dotes culinarias, detalles de ornamentación, labores, economía doméstica, enfermería casera, etc...» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:24).

Viviendo, en aquella actualidad, bajo el régimen franquista las contestaciones de las cartas estaban basadas en el aspecto nacionalcatólico hegemónico, por lo que los diferentes tipos de comportamientos, actitudes, pensamientos, ideologías, eran mayoritariamente las que se propugnaban en el régimen.

Además, el programa contaba con un equipo reducido de guionistas, los cuales realizaban una selección de la correspondencia o, si no les convencía la historia, las reelaboraban. Todo esto bajo

un filtro donde censuraban y resumían, o incluso directamente se inventaban historias desde cero, para darle más interés a los programas.

Pero, tras el desbordamiento que tuvo el programa no abordaba la cantidad de cartas que recibía, por ello contrató a más personal para que esta gente redactara las respuestas, debido a que sería imposible radiarlas (Pequerul, 2017).

4.3 “Mujeres Francis”

Desde 1950 hasta 1984 se llevó a cabo en los estudios de Radio Barcelona el Consultorio de Elena Francis, dando inicio con su inconfundible sintonía musical de «Brisas de Primavera». Dicho programa fue diseñado principalmente como plataforma comercial para promocionar los productos de cosmética de la marca *Francis* y tratamientos de belleza corporal que disponían. El programa, *Consultorio para la mujer*, estaba en antena de lunes a viernes, excepto sábados y domingos, en la franja horaria de tarde, ya que, era el momento de mayor concentración de oyentes, debido a la finalización de la jornada laboral. Tenía una duración de una media hora (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018).

En su primera emisión, la persona que daba voz al personaje de Elena Francis, ya que no existió una persona de manera física que se llamará así, y simplemente era un personaje que diseñaron desde la empresa para hacer más cercano el trato con el oyente y tampoco hubiera problemas ideológicos, dejó claro que el instituto:

«como fin primordial ofrece: 1º La depilación definitiva y absoluta; 2º Efectos cuatro veces más rápidos sobre otra clase de depilaciones y con un mínimo de molestias, y 3º Rendimiento mucho mayor» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:109).

La estrategia que buscaba la empresa Francis, en un primer momento, era en presentar a sus oyentes los productos y tratamientos del Instituto Francis, pero sin perseguir un fin lucrativo, sino buscando el interés de la comunidad, principalmente femenina, para ayudar así a la educación moral y social de la “nueva mujer” española del franquismo.

Y es que, la empresa buscaba enfocar el programa como un híbrido entre lo comercial y la educación que toda mujer necesita para ser más bella y el deber que tienen las mujeres en ser mejor madre y buena esposa, «la misión educativa de la mujer en su hogar» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:117). Así lo comunicaban en los primeros programas emitidos:

«no puede descuidarse a sí misma, precisa detalles de moda, realzar su belleza, poseer nociones literarias y musicales para no quedas nunca disminuida ante los suyos, y esto que parece tan complicado y es en realidad tan sencillo es lo que vamos a ofrecer a ustedes por medio de este consultorio» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:117).

Además, en dicha primera emisión del consultorio, la locutora que dio paso al programa fue, Rosario Bassols, leyendo las primeras palabras en antena, las cuales habían sido creadas por la primera guionista del consultorio, Angela Castells, la cual procedía de ser una de las principales encargadas de la emisión de la Sección Femenina de la Falange. Tras la presentación del director del programa, Ramón Barbat, dieron a conocer a sus oyentes que este nuevo programa radiofónico era la sucesión de *Radiofemenina* de Mercedes Fortuny.

En este nuevo programa sucesor se buscaba como objetivo principal, llegar a un público femenino, principalmente:

«mujer de clase acomodada, la mujer modesta, la de clase media. Todas ellas precisan de conocimientos para poder crear un hogar feliz. Le es necesaria una formación recta, poseer dotes culinarias, detalles de ornamentación, labores, economía doméstica, enfermería casera, etc...» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:24).

Viviendo, en aquella actualidad, bajo el régimen franquista las contestaciones de las cartas estaban basadas en el aspecto nacionalcatólico hegemónico, por lo que los diferentes tipos de comportamientos, actitudes, pensamientos, ideologías, eran mayoritariamente las que se propugnaban en el régimen. Además, el programa contaba con un equipo reducido de guionistas, los cuales realizaban una selección de la correspondencia o, si no les convencía la historia, las reelaboraban. Todo esto bajo un filtro donde censuraban y resumían, o incluso directamente se inventaban historias desde cero, para darle más interés a los programas.

Pero, tras el desbordamiento que tuvo el programa no abordaba la cantidad de cartas que recibía, por ello contrató a más personal para que esta gente redactara las respuestas, debido a que sería imposible radiarlas (Pequerul, 2017).

4.4 Los hombres Francis

Desde 1950 hasta 1984 se llevó a cabo en los estudios de Radio Barcelona el Consultorio de Elena Francis, dando inicio con su inconfundible sintonía musical de «Brisas de Primavera». Dicho programa fue diseñado principalmente como plataforma comercial para promocionar los productos de cosmética de la marca *Francis* y tratamientos de belleza corporal que disponían. El programa, *Consultorio para la mujer*, estaba en antena de lunes a viernes, excepto sábados y domingos, en la franja horaria de tarde, ya que, era el momento de mayor concentración de oyentes, debido a la finalización de la jornada laboral. Tenía una duración de una media hora (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018).

En su primera emisión, la persona que daba voz al personaje de Elena Francis, ya que no existió una persona de manera física que se llamará así, y simplemente era un personaje que diseñaron desde la empresa para hacer más cercano el trato con el oyente y tampoco hubiera problemas ideológicos, dejó claro que el instituto:

«como fin primordial ofrece: 1º La depilación definitiva y absoluta; 2º Efectos cuatro veces más rápidos sobre otra clase de depilaciones y con un mínimo de molestias, y 3º Rendimiento mucho mayor» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:109).

La estrategia que buscaba la empresa Francis, en un primer momento, era en presentar a sus oyentes los productos y tratamientos del Instituto Francis, pero sin perseguir un fin lucrativo, sino buscando el interés de la comunidad, principalmente femenina, para ayudar así a la educación moral y social de la “nueva mujer” española del franquismo.

Y es que, la empresa buscaba enfocar el programa como un híbrido entre lo comercial y la educación que toda mujer necesita para ser más bella y el deber que tienen las mujeres en ser mejor madre y buena esposa, «la misión educativa de la mujer en su hogar» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:117). Así lo comunicaban en los primeros programas emitidos:

«no puede descuidarse a sí misma, precisa detalles de moda, realzar su belleza, poseer nociones literarias y musicales para no quedas nunca disminuida ante los suyos, y esto que parece tan complicado y es en realidad tan sencillo es lo que vamos a ofrecer a ustedes por medio de este consultorio» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:117).

Además, en dicha primera emisión del consultorio, la locutora que dio paso al programa fue, Rosario Bassols, leyendo las primeras palabras en antena, las cuales habían sido creadas por la primera guionista del consultorio, Angela Castells, la cual procedía de ser una de las principales encargadas de la emisión de la Sección Femenina de la Falange. Tras la presentación del director del programa, Ramón Barbat, dieron a conocer a sus oyentes que este nuevo programa radiofónico era la sucesión de *Radiofemenina* de Mercedes Fortuny.

En este nuevo programa sucesor se buscaba como objetivo principal, llegar a un público femenino, principalmente:

«mujer de clase acomodada, la mujer modesta, la de clase media. Todas ellas precisan de conocimientos para poder crear un hogar feliz. Le es necesaria una formación recta, poseer dotes culinarias, detalles de ornamentación, labores, economía doméstica, enfermería casera, etc...» (Armand Balsebre y Fontova Rosario, 2018:24).

Viviendo, en aquella actualidad, bajo el régimen franquista las contestaciones de las cartas estaban basadas en el aspecto nacionalcatólico hegemónico, por lo que los diferentes tipos de comportamientos, actitudes, pensamientos, ideologías, eran mayoritariamente las que se propugnaban en el régimen. Además, el programa contaba con un equipo reducido de guionistas, los cuales realizaban una selección de la correspondencia o, si no les convencía la historia, las reelaboraban. Todo esto bajo un filtro donde censuraban y resumían, o incluso directamente se inventaban historias desde cero, para darle más interés a los programas.

Pero, tras el desbordamiento que tuvo el programa no abordaba la cantidad de cartas que recibía, por ello contrató a más personal para que esta gente redactara las respuestas, debido a que sería imposible radiarlas (Pequerul, 2017).

4.5 La cuarta ola

El feminismo es una teoría política, una lucha en contra de la desigualdad creada socialmente entre hombres y mujeres, una toma de conciencia de estas desigualdades que supone un empoderamiento para subir escalones y llegar a la deseada igualdad. Es una lucha contra el sistema patriarcal, un sistema basado en la diferenciación entre géneros.

La sociedad crea el concepto género para diferenciar las características asociadas a la idea de hombre o mujer, cualidades como por ejemplo ser el sexo más débil, atribuirnos ciertos comportamientos femeninos y tener que cumplir con lo establecido socialmente (Fernández, 2020).

Esta lucha se distribuye por “olas” y cada una supone un avance en la historia del feminismo que hace que las mujeres se hayan planteado que sigan haciendo falta más para poder acercarnos cada vez más a lo deseado.

- La primera Ola comienza con la revolución francesa y se caracteriza por la “Vindicación de los Derechos de la mujer” simplemente suponía un reconocimiento de la mujer como persona y ciudadana en la sociedad.
- La segunda Ola destaca por el sufragismo y el derecho al voto de la mujer, aunque comienza también el concepto género como construcción social adquirido por Simone De Beauvoir.
- La tercera Ola se distingue por la liberación de la mujer y el reconocimiento de su sexualidad, se introduce el término sororidad como una hermandad de las mujeres, esa unión que aparta al sexismo y se prepara para la destrucción del patriarcado.
- La cuarta Ola se desencadena sobre 2008 a partir de diversas manifestaciones en las que las mujeres se unían por un objetivo común, la situación de crisis económica y política, y las medidas y recortes que esta conllevaba y se manifestó en el 15M. En España, esto fue uno de los puntos

de partida en la lucha feminista de la cuarta ola, la indignación ante la crisis que en ese momento se vivía en España, hizo que surgiera esta manifestación masiva que se dividía por mareas, las cuales abarcaban diferentes sectores (educación, sanidad, empleo...)

Tras la segunda ola en España, todo lo que se consiguió de mano de la Segunda república, con las sufragistas, en lo que nos concierne a las mujeres, se dismanteló con la dictadura, no sólo se eliminó todo lo conseguido sino que se dieron pasos hacia atrás, con la educación, siendo esta destinada a la realización de las tareas del hogar, eliminando todas las reuniones sociales, atentando contra la libertad de expresión, ahora las mujeres, “debían estar” a merced de los hombres y el Estado patriarcal más que antes incluso (Freire, 2018).

Estas olas han sido el comienzo y la historia del feminismo que conocemos actualmente, una breve introducción en la que, entre otros muchos días destacables, recordamos el 8 de marzo como día de la mujer trabajadora. El trabajo de la mujer comienza con las guerras, los hombres se iban a luchar y, mientras tanto, los puestos debían ser ocupados para que la producción no parara. Así comienza ya una desigualdad, en la que, sólo somos trabajadoras cuando no hay hombres, no valemos lo mismo, por lo tanto, no se nos paga igual o vamos a ocupar puestos directivos, el famoso “techo de cristal”.

Actualmente, se libra una lucha con el sistema patriarcal, siguiendo lo que comenzaron nuestras antecesoras. El objetivo principal se basa en derribar al sistema, no se trata de los hombres, es una lucha en contra de un sistema opresor, capitalista y patriarcal, de una lucha contra la desigualdad que repercute en nuestra vida diaria, y que nos afecta como seres humanos y personas (Aguilar, 2020).

En esta cuarta ola, que empezó por el 2008, se lideró con una pancarta que se exponía en la Puerta del sol con el lema “la revolución será feminista o no será”, esto quiso forjar una revolución hacia a esa desestructuración de los privilegios de las clases acomodadas. Comenzó con esto el feminismo radical, que habla de ir a la raíz del problema como base para comenzar esta lucha.

De nuevo, se priva de libertad con la pandemia de la COVID-19, cierto es que, en pleno apogeo feminista, en 2018 hubo una de las manifestaciones con más repercusión que jamás haya tenido el movimiento feminista. Una movilización histórica donde se reivindicaban actos como la discriminación, brecha salarial y violencia sexual, entre muchas otras.

Se cuestionaba incluso una nueva ola feminista, pero se paralizó, volvió a pasar lo que se hizo tras la dictadura y volvieron a culpar al colectivo, de que, en el 8M de 2020, la pandemia fuera, en gran parte, responsabilidad de este día (Aguilar, 2020).

Cada vez tenemos más acceso a las redes sociales y medios de comunicación, aunque ambas son armas de doble filo con el que tenemos que lidiar a diario y a las que estamos encadenadas, se puede aprovechar para la visibilidad de estas situaciones, pero a la vez se pueden malinterpretar muchas cosas y no captarse el mensaje que se quiere proporcionar (Freire, 2018).

4.6 Las mujeres en la radio. Actualidad

“Las mujeres han participado en el medio (radiofónico) desde sus inicios” (Marteles, 2006). Ya fuera de manera directa, o indirecta, el papel de la mujer dentro de la radio ha supuesto grandes huellas en la sociedad, y en el transcurso de la mujer en los medios (Pérez Martínez, Emilio, 2016). En 1918 ya se llevó a cabo la creación de la Asociación Nacional de Mujeres Españolas, una agrupación de mujeres para defender los derechos del código civil de las mismas, y por el derecho de poder ejercer profesiones liberales (Camiña, 2019).

Pero la lucha por seguir consiguiendo unos derechos para la mujer no cesó, y es en la década de los 60 se aprobó la Ley de los derechos políticos laborales y profesionales de la mujer, marcando así un gran avance tras los años transcurridos (Camiña, 2019).

Este progreso y lucha fue un empujón para todas aquellas mujeres que deseaban trabajar en los ámbitos que se sentían cualificadas, y aunque las leyes han ido mejorando, finalmente lo que prevalece es la sociedad y las decisiones que toma en estos asuntos. Por ello, aunque habían instauradas leyes favorecedoras no significaba que todo lo que se deseaba conseguir llegará a

buen puerto. Y aunque sea un simple medio de comunicación, todavía sigue siendo un producto diseñado por hombres, tal y como asegura Camiña (2019): “se observa la discriminación que sufren las mujeres como representantes... a la mujer se le hace difícil ser destinataria de la noticia”.

Tras la finalización del régimen franquista, además de los avances obtenidos y mencionados anteriormente, se comenzó a disipar una sociedad donde poco a poco se racionalizaban las acciones que cada persona realizaba, como su orientación sexual, gustos, deseos... Hasta el día de hoy hemos avanzado muchísimo, pero cierto es que al seguir vigentes mentalidades que compartieron ideales en las épocas pasadas, todavía hay mentalidades más arcaicas y, por tanto, no se llega a esa evolución de la sociedad más feminista (Sánchez, 2004).

El transcurso de los años y las innovaciones conllevó a una evolución, no solo social, sino tecnológica, la cual cada día nos sorprende más con los avances que se han ido realizando a lo largo de los años atrás. Centrándonos en el medio radiofónico, nos plantamos ante una situación global donde cada individuo es totalmente libre de crear, o escuchar, lo que quiera, cuando quiera y donde quiera. Esto ha conllevado a una mayor demanda de programas a desarrollar, desde tertulias hasta programas a altas horas de la madrugada, incluso programas que duran 24h sin ninguna interrupción (López Vidales y Gómez Rubio, 2014).

En lo que concierne a nuestro tema principal, actualmente podemos encontrar programas consultorios. La RAE define consultorio como: “Sección que en los periódicos o emisoras de radio está destinada a contestar las preguntas que les hace el público”. Es por ello por lo que si buscamos programas donde se lleva esta dinámica encontramos cientos y cientos, centrándonos en el panorama español como, por ejemplo: Entiende tu mente, El Consultorio del comandante Lara, Keep It Cutre...

Pero si nos centramos en buscar programas con la máxima similitud al *Consultorio de Elena Francis* podemos observar una pequeña cantidad de programas donde se realiza esta dinámica, e incluso con ciertas diferencias. Algunos de estos programas son:

Andalucía habla con Olga o Habla con Olga

Programa presentado por Olga Bertomeu, psicóloga, sexóloga presentadora y colaboradora. Se trataba de un programa radiofónico del año 2000 hasta el 2015, ocupada un radio de 11 de la mañana a 13. La dinámica del programa consistía en plantear un tema diario, se llevaba al estudio gente, o mediante una llamada telefónica, especializada, o relacionada, con el ámbito a tratar, para así resolver las preguntas que los oyentes iban lanzando sobre dicha temática.

Tras este espacio se abría una tertulia, donde la presentadora, Olga, compartía estudio con sus compañeros Luis Baras, Sonia Chapado, Yolanda Garrido, Mariló Seco y José Pablo Ruiz. Dichos compañeros introducían secciones, hablaban de X temas específicos, ayudaban en definitiva a agilizar y amenizar el programa para que fuera ameno al oyente (Radiochips, 2015).

Hablar por hablar

Programa realizado por Cadena SER, retransmitiéndose desde 1989 hasta 2009. Este programa se realizaba diariamente, excepto fines de semana, en horario de madrugada. Su trayectoria fue en varias etapas. En la primera tenemos como conductora del programa a Gemma Nierga, con lo que por entonces se llamaba *Parlar per Parlar*. Esta etapa duró hasta 1998, con el cambio del catalán al castellano en esta última etapa. Seguidamente se incorporó del 1997 hasta el 2001, Fina Rodríguez. A ésta le sustituyó Mara Torres, del 2001 al 2006. Fue la época más productiva del programa del programa, incluso recopilando múltiples historias que más adelante se recapitularían en un libro llamado *Hablar por Hablar, historias de madrugada*.

Tras el auge de Mara se pasó a Cristina Lasvignes, primera directora del programa. Tras un sube y baja de aclimatación con los oyentes y adquiriendo mayor número es seguidores, el fin de Cristina llegaba, ya que, tras su despegue en el programa se fue hacia la rama más televisiva llegando a aparecer en los hogares en algún programa de medianoche.

Tras los cambios que se producían en Cadena Ser, se decidió abandonar con el proyecto que había actualmente y volver a *Parlar per Parlar*, haciendo el programa solamente en las FM de Cataluña. La temática principal del programa consistía en tener las líneas abiertas a los oyentes, iniciándose a la 1:30 de la madrugada y finalizando a las 4:30. En el amplio espectro que dura el programa la gente va contando sus historias personales, sea cual sea la temática, las cuales buscan una solución. La dinámica a la hora de responder las cuestiones se llevaba por dos ramas, o le respondía otra persona a través de una llamada o los propios locutores del programa se encargaban de ello.

Aun así, el programa al tener una duración tan amplia se distribuía de diferentes maneras, teniendo dentro del mismo diferentes secciones como la sección de Isabel Gracia *A qué suena la noche*, donde realizaba reportajes, u otra sección donde Lubna El Kadir, todos los viernes, retransmitía las voces de mujeres que se encontraban cumpliendo condena en la Unidad de Madres Jaime Garralda (Colaboración Wikipedia, 2006).

Consultorio Radio ELA

Radio ELA (Emisora Libre Autogestionada) procedente desde la comunidad de Madrid, cesó sus emisiones el 12 de enero de 2020, tras 35 años de emisión ininterrumpida (Lotire, 2020).

“Bienvenidos al consultorio sentimental psicológico, zoológico y antropológico de Radio ELA”. Así daba comienzo los programas del consultorio de radio ELA, con un toque de humor entre líneas, los conductores del programa dotaban a este de un aire maléfico, misterioso y a la vez humorístico, donde presentaban la Doctora Orbajosa y el Doctor Zaius, dos seudónimos que se habían apodado los locutores del programa.

El programa, como bien indica la entrada, se trata de un consultorio donde, según la página web del programa “Damos una solución a todos sus problemas: sentimentales, mentales, de pareja, amor, trabajo, matrimonio...” (Radio ELA). Cualquier persona interesada, ya que se encuentra dentro de un panorama tecnológico avanzado, con conexión a internet o línea telefónica, podía acceder al consultorio para realizar cualquier tipo de pregunta.

Actualmente, Radio ELA ha cesado sus retransmisiones, pero el programa, no. Indagando se ha observado que dicho programa, con los mismos presentadores y misma descripción, se han trasladado a otra emisora a seguir realizando sus ayudas a todo aquel que las necesite. La nueva emisora en la que se encuentran es Ágora Sol Radio. Una emisora que nació a raíz del 15M, por el impulso de los *indignados* para dar voz y alzarse. Así desde la Comisión de Comunicación junto a otros grupos surgió la subcomisión y se comenzó, por tanto, a emitir (ÁGORA SOL RADIO, 2020).

¿Qué falló en lo vuestro?

Emitiéndose desde Cadena Dial, nos topamos con un programa cuya dirección y conducción del programa es de mano de Álvaro Díaz, y es que volvió tras siete temporadas con gran éxito el programa que nació en 2008. Este programa se trata de un “consultorio” donde principalmente se tratan temas amorosos. Según el presentador, Álvaro, lo califica como:

"supone recuperar un formato emocional en una radio con pasión donde hablaremos de amor, desamor, desengaños, alegría, felicidad, anhelos, esperanza, traiciones... todo aquello que nos emociona, que nos hace reír, llorar, aprender... En definitiva, historias con las que todos nos identificamos, que todos hemos vivido, que todos hemos sentido y de las que vamos a sacar el lado más positivo" (Cadena Dial, 2019).

Y es que, la dinámica que se presenta en este programa es prácticamente similar a las que venimos mencionando anteriormente. Se trata de la participación por parte de los oyentes, los cuales se lanzan a contar sus problemas más sentimentales, basados principalmente en temas amorosos, ya sea por vía correo, WhatsApp, Instagram...

El programa, una dinámica de anonimato donde ocultan la identidad de los participantes, por miedo a ser reconocidos. (Radio Huesca, 2019). La principal fuente de solvencia de los problemas es el propio presentador, el cual escucha, hace sus preguntas pertinentes para acabar de comprender bien la situación, los antecedentes... Y es que, tras muchos años y con un gran bagaje

educativo y laboral, se trata de una persona con los conocimientos básicos como para dotar de sabiduría a sus oyentes.

5. RESULTADOS

Marcados desde un primer momento nuestros objetivos, se ha llevado a cabo una búsqueda exhaustiva sobre aquello que se deseaba analizar a lo largo de este proyecto.

Tal y como se ha referido, *El Consultorio de Elena Francis* fue una de las principales vías de escape para la sociedad, principalmente femenina, que se encontraba bajo los ideales del régimen franquista. Esto ha comportado una serie de altibajos en la vinculación de la mujer y la radio. Por ello, parte de su trayectoria más relevante fue en la época de la República, donde llegó a disiparse un efusivo recibimiento del papel de la mujer para ser libre y poder transmitir aquello que deseara, pero al llegar el régimen se disolvió y anuló cambiando completamente las tornas, debido a que en esta nueva etapa de buscaba la “re-educación” de la mujer, por medio del temor o del adoctrinamiento, que las obligó a encerrarse de nuevo, en sus problemas domésticos.” (Camiña, 2019)

Fue a partir de los 70, cuando esta política comienza a desaparecer, mediante la aparición de la democracia, y aparecen los programas radiofónicos donde se comienzan a tratar temas novedosos “como los movimientos feministas, ecologistas, pacifistas, entre otros” (Camiña, 2019). Aun así, todavía se mantiene una visión más minoritaria de la mujer y por ende su participación en este medio de comunicación. Con la evolución a través de los años las radios, las tecnologías, y la libertad de expresión y feminismo que se llevan a cabo, han favorecido a la sociedad que vivimos actualmente. Y aunque, todavía observamos que hay diferencias a la hora de la producción radiofónica, o la jerarquía de una empresa de este sector, aparecen indicios de ciertos cambios ante estas situaciones. (Pequerul, 2017 y Camiña, 2019).

Actualmente, tal y como comenta Guarinos (2008), estamos en un porcentaje similar al de los hombres en cuanto a interacción online de los medios radiofónicos, pero sin embargo “comienzan a ser importantes las radios de mujeres, en lo que en España llevamos considerable retraso”. Aun así, el caso de *El Consultorio de Elena Francis*, y tantos otros consultorios que se estilaban antaño, o radionovelas, nos hace ver que, aunque la ideología y objetivos que tenían en este tipo de formatos era la más adecuada, al menos para la sociedad que se vivía por entonces, sí que llegó a crear una potencia en el ámbito de las radios españolas femeninas dando un papel protagonista donde se realizaban programas por mujeres y para mujeres (Guarinos, 2008).

Prosiguiendo con los resultados obtenidos, tras lo mencionado anteriormente y en otros apartados del proyecto, la realidad de la actualidad es la tecnología pura y dura, donde la gran demanda de proyectos radiofónicos, *podcasts*, *radioblogs* están viviendo una nueva implementación interactiva de manera digital (Roales, 2017). La inmediatez de tener un dispositivo móvil, tablet, pc... donde poder conectarte a la red en menos de 1 segundo hace de una demanda “tradicional” donde la gente se adaptaba a lo que se ofrecía en las radios convencionales, a un crítico y amplio público subjetivo donde si no has captado su atención en menos de 10 segundos irá rápidamente a otro tipo de contenido. Por ello, encontramos una amplia diversidad de programas, tertulias, espectáculos, directos online, etc... Sin embargo, si nos centramos en la búsqueda de “Consultorio Radiofónico”, nos topamos con una diversidad de formatos, cadenas, presentadores y presentadoras... Tras un análisis de actualidad, buscando programas de esta índole, se ha visto que actualmente hay programas, que podemos considerar e incluso el mismo programa se considera como consultorios, que no se ajustan a la dinámica exacta o similar a la que se presentaba en el programa de *Elena Francis*.

Tal y como se menciona en el marco teórico, encontramos actualmente programas con una misma finalidad, la de ayudar a la gente en base a sus problemas personales, laborales... sin embargo, aparte de ser un número muy reducido de programas que se gestionan con ese fin,

prácticamente la gran mayoría se han cancelado o, simplemente, han llegado a su fin. Por ello, tal y como corrobora Roales Escudero, “Hay que destacar que ya no existen consultorios puros, y concretamente con *El Consultorio de Elena Francis*”.

Es por esto, que se puede reafirmar, y transmitir, la dificultad en la búsqueda de programas con el “sentido puro” que se realizaba en el consultorio de *Elena Francis*, y que actualmente ya no se realiza, al menos en el ámbito español que ha sido el investigado en este proyecto. Aunque sería una consideración, dados los avances tecnológicos, que hemos mencionado en varios puntos, la posibilidad de “reimplantar el consultorio radiofónico... en un sentido bastante puro” (Roales, 2017).

Por otro lado, los tipos de respuestas que se obtienen en los programas de *El Consultorio de Elena Francis*, a lo largo del tiempo van evolucionando poco a poco, pero manteniendo en todo momento la esencia, y el deseo de “educar” a la mujer de la época, por los ideales impuestos por entonces.

Actualmente, tal y como conocemos a la sociedad de hoy en día no se obtienen unos resultados basados en la ideología que había antiguamente. Hoy, con toda la información, la experiencia y la gran variedad y libertad de expresión, en los programas encontrados, podemos obtener una concordancia más objetiva donde se lanzan respuestas premeditadas desde una base racional, y no basada en la política y la religión.

6. CONCLUSIONES

Prosiguiendo con el hilo de los resultados, y a raíz de las hipótesis planteadas en un primer momento en el proyecto, podemos realizar las siguientes conclusiones. Tras el exhaustivo análisis de plataformas, páginas web, cadenas de radio... tal y como se plantea en H.1, podemos decir que la hipótesis no se corrobora.

Primeramente, se consideraba que al tener en la actualidad un amplio número de oyentes, los cuales demandan una serie de formatos, de programas, contenidos... era posible encontrar plataformas donde se llevara a cabo programas con la misma base y dinámica que se seguía en el programa de *Elena Francis*. Aun así, los programas que se han encontrado, aunque sí que tienen en cierto sentido la esencia del programa, que son responder a las preguntas de los oyentes con consejos, actualmente desde una base más racional y liberal, por tanto, en esta primera hipótesis podríamos observar una mitad donde no se corroboraría lo planteado, pero sin embargo encontramos que hay esa respuesta, esa ayuda a los oyentes que están escuchando el programa. Además, esta afirmación está fundamentada al encontrar otra valoración de Roales Escudero, donde tras realizar una exhaustiva búsqueda dio con el mismo resultado que he encontrado tras la búsqueda, donde se confirma que en la actualidad no encontramos ningún programa con ese “sentido puro” que había.

En segundo lugar, encontramos que la H.2 sí se corrobora. Tras la lectura de varias investigaciones respecto a las respuestas que se realizaban en *El Consultorio de Elena Francis*, observamos una serie de respuestas, cuya dirección no es favorable hacia la mujer, sino que siempre se trataba de beneficiar al hombre y hacerle feliz.

Este tipo de respuestas hacen sentir que aquella época, en comparación con la actualidad, era una época de ficción o de otro planeta, ya que hoy en día es inadmisibles una educación basada en esos ideales. Lo que ha generado esto es que hoy en día nuestras madres y abuelas vean normal que:

“La mujer debe saber guisar bien, zurcir, remendar, lavar y planchar, cortar, puericultura y medicina casera: nada conseguirá si no trabaja con método: así como el orden material supone cada cosa en su sitio y un sitio para cada cosa, así también puede decirse en el trabajo del día: una hora para cada cosa y cada cosa a su hora” (Otero, 1999).

Por ello no es de extrañar que en la actualidad todavía se intente educar a ciertas generaciones con este tipo de ideales, ya que sus familiares educados en esta doctrina son de la manera que

conciben la educación y la forma de ser. Transmitiendo ideales que hoy en día no son una “obligación” o la manera “correcta” de encaminar tu vida.

En la actualidad la mujer ha logrado retomar parte de los derechos que se le arrebataron al entrar el régimen franquista, por tanto, la educación que se vive en estos momentos es libre, donde cada cual puede ser lo que quiera, ser quien quiera y como quiera.

Por ende, queda corroborado que las respuestas de los programas actuales, que se asemejan al consultorio parten de una ideología más feminista, y mayoritariamente, acompañados de personas especializadas en las temáticas que se tratan en el programa.

Por otro lado, tal y como hemos expuesto en varias ocasiones a lo largo del proyecto, la tecnología es la base de todo en la actualidad, por ello el H.3, donde se referencia a un cambio de dinámica donde la parte preproducción y producción son totalmente distintas a lo planteado en *El Consultorio de Elena Francis*.

Hoy en día, podemos encontrar métodos para ponerse en contacto mucho más modernos como un audio o mensaje de WhatsApp, un Tweet, un correo electrónico, etc... todo lo que tenga que ver con las redes sociales o medios de comunicación digital es la nueva puerta de comunicación de las generaciones actuales.

Por tanto, la metodología empleada en el consultorio se queda un tanto anticuada, ya que hoy en día el correo ordinario está prácticamente obsoleto y su mayor funcionalidad es la de realizar envíos y recibos de paquetería.

Esto conlleva a que no haya una figura exclusivamente para responder las cartas que se reciben en el estudio, tal y como se hacía antiguamente, sino que simplemente acumulan las preguntas y mediante el propio programa se responden a las preguntas. Por el momento, no se conoce la metodología de responder a estos problemas de forma directa con el oyente, por el mismo proceso que se han recibido las preguntas.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Alonso de Diego, M. (2017). *El Franquismo en España y en el contexto europeo* | *artehistoria.com*. ArteHistoria. <https://www.artehistoria.com/es/contexto/el-franquismo-en-espa%C3%B1a-y-en-el-contexto-europeo>
- Balsebre, A., & Fontova, R. B. (2018). *Las cartas de Elena Francis. Una educación sentimental bajo el franquismo* (Edición 2 ed.). Cátedra.
- Barriga, N. A. (2020). *Una aproximación teórica a las olas del feminismo: la cuarta ola*. (Doctorado). Universidad de Málaga.
- Camiña Gil de Biedma, M. (2019). *Análisis de la participación de la mujer en tertulias económicas de la radio española* (Grado universitario). Universidad Pontificia.
- Carrizo Lluís [DMAX España]. (2019, 28 mayo). *Así era la situación de España justo después de la guerra | España después de la Guerra* [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EemzZxSxdll>
- Consultorio Radiofonico - Podcast en*. (2020). Ægora Sol Radio. <https://www.agorasolradio.org/podcast/consultorioradiofonico/>
- Castelló-Martínez, A., Del Pino-Romero, C., y Ramos-Soler, I. (2014). Twitter como canal de comunicación corporativa y publicitaria.
- Delgado, D. (2021, 15 enero). *El franquismo, historia de una dictadura hecha a medida*. MuyHistoria.es. <https://www.muyhistoria.es/contemporanea/fotos/el-franquismo-historia-de-una-dictadura-hecha-a-medida>
- Dial, C. (2019, 6 mayo). *Cadena Dial incorpora de nuevo a su parrilla el exitoso programa ¿Qué falló en lo vuestro?* Cadena SER. https://cadenaser.com/ser/2019/05/06/sociedad/1557141642_363221.html

- Eusko Ikaskuntza - Sociedad de Estudios Vascos. (2009, 24 abril). *Historia contextualizada de la radio española del franquismo (1940–1959) (I / II) - Gaiak - Euskonews*. euskonews. <https://www.euskonews.eu/0483zkb/gaia48303es.html>
- Faus Belau, A. (2007). *La radio en España (1898-1977). Una historia documental* (Santillana Ediciones Generales S.L ed.). Madrid: Taurus historia.
- Fernández, A. (2020, 14 julio). *Mujeres en el mundo laboral*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180129/44376132844/mujeres-mundo-laboral.html>
- Fernández Espliguero, A. (2018). *Representación lésbica en el cine español actual* (Grado universitario). Universidad Miguel Hernández.
- Freire, V. (2018). *La cuarta ola feminista* (1st ed., pp. 1-128). Oleada Revistas.
- Garrido Cárdenas, M., & Higuera Rodríguez, M. (2013). *El papel de la mujer en el franquismo y en la democracia. Análisis comparativo entre épocas*. (Doctorado). Universidad de Granada.
- Gómez, M. V., & Marcos, J. (2018, 9 marzo). *Movilización histórica por la igualdad de las mujeres*. EL PAÍS. https://elpais.com/economia/2018/03/08/actualidad/1520545956_654616.html
- Guarinos, V. (2010). *Madrugadas fin de semana en la radio española actual: Ficción, ocultismo y humor para el relato radiofónico* (Doctorado). Universidad de Sevilla.
- Guarinos Galán, V. (2008). *Mujer, Radio y Canción de consumo* (Grado universitario). Universidad de Sevilla.
- Guirao-Goris, J., Olmedo Salas, A., & Ferrer Ferrandis, E. (2008). *El artículo de revisión*. *Revista Iberoamericana De Enfermería Comunitaria*, 1(1), pp.1-25. Retrieved 1 May 2021 from https://www.uv.es/joguigo/valencia/Recerca_files/el_articulo_de_revision.pdf.
- Iturria Ballester, J. (2015). *Análisis de la comunicación interna de los Colegios Oficiales de Farmacéuticos en España* (Grado Universitario). Universidad Miguel Hernández.
- López Vidales, N. & Gómez Rubio, L. (2014). *Radio informativa. Guía didáctica de iniciación al medio*. Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid.
- Murelaga Ibarra, J. (2009). *Historia contextualizada de la radio española del franquismo (1940-1960)* (Grado universitario). Universidad del País Vasco.
- Ortega Valero, R. (2018). *Mujeres en la historia de la televisión española* (Grado universitario). Universidad Miguel Hernández.
- Ortiz Heras, M. (2006). *MUJER Y DICTADURA FRANQUISTA*. *Aposta. Revista De Ciencias Sociales*, 28, pp. 1-26. Retrieved 24 May 2021, from <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495950221001>.
- Otero, L. *La Sección Femenina*, Madrid, Edaf, 1999 (extracto de la *Enciclopedia de la Sección Femenina*)
- Pérez Martínez, J. (2016). *Mujer en la radio española del siglo XX (1924-1989)* (Grado universitario). Universidad Complutense de Madrid.
- Pequerul Sariñena, T. (2017). *La evolución de la mujer en la radio española en la segunda mitad del siglo XX: análisis del discurso del programa consultorio de Elena Francis* (Grado universitario). Universidad Zaragoza.
- Recio, G. S. (2004). *La persistencia del franquismo en la sociedad española actual*. (Doctorado). Universidad de Alicante.
- Roales Escudero, L. (2017). *El consultorio radiofónico en la actualidad: producción y realización de "Pregúntale a Lucrecia"* (Grado universitario). Universidad de Valladolid.
- Saranga, S. (2020, 24 noviembre). *¿Cuáles eran las características del franquismo?* La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/juniorreport/20201123/49555718362/cu-aleeran-las-caracteristicas-del-franquismo.html#foto-1>
- Scanlon, G. M. (1977). *La mujer bajo el franquismo*. *Sección Femenina*, pp.4–28.
- Noguera Vivo, J. M. (2010). *Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook/Social networks as journalistic paradigm. Spanish media on Facebook*. *Revista latina de comunicación social*, pp. 176-186.