

Radios de(s)generadas: medios y modos diversos de producir y escuchar



Compilado por
Oscar E. Bosetti

»» EDUNER ««

**RADIOS DE(S) GENERADAS: MEDIOS Y MODOS DIVERSOS
DE PRODUCIR Y ESCUCHAR**



Universidad Nacional
de **Entre Ríos**

Rector

Andrés Sabella

Secretario de Extensión
Universitaria y Cultura

Roberto Medici

Director EDuner

Gustavo Esteban Martínez



REUN

»»» EDUNER <<<

**RADIOS DE(S) GENERADAS: MEDIOS Y MODOS DIVERSOS
DE PRODUCIR Y ESCUCHAR**

Compilado por
Oscar E. Bosetti

Facultad de Ciencias de la Educación
Universidad Nacional de Entre Ríos

302.23 CDD	Radios de(s)generadas : medios y modos diversos de producir y escuchar / Florescia Basso ... [et al.] ; compilación de Oscar E. Bosetti. - 1a ed - Paraná : Universidad Nacional de Entre Ríos. UNER, 2022.
	Libro digital, PDF - (Académica)
	Archivo Digital: descarga y online ISBN 978-950-698-530-1
	1. Radio. 2. Medios de Comunicación Social. 3. Medios de Comunicación. I. Basso, Florescia II. Bosetti, Oscar E., comp.

Coordinación de la edición: Martín Maldonado

Corrección: Andrea Villaverde

Diseño gráfico: Gabriela Resett

Foto de tapa:



Diseño de ondas de sonido abstractas 3d con partículas que fluyen de Kjpargeter en Freepik
https://www.freepik.es/foto-gratis/disenio-ondas-sonido-abstractas-3d-particulas-que-fluyen_9318431.htm?query=sonido&position=22&from_view=search

© Oscar BOSETTI, Ricardo HAYE, Daniel TOLEDO, Diego IBARRA, Agustín ESPADA, Lucía CASAJÚS, Noelia GIORGI, Simón GARCÍA MAYER, Lautaro HAMRA, Aixa BOEYKENS, Víctor FLEITAS, Cristina PAULI, Gustavo VÁZQUEZ, Elizabeth FURLANO, Florescia BASSO, Ariel LEVATTI, Enrique MARTÍNEZ LUQUE, Mary GARDELLA, Jorge ARABITO, José LÓPEZ VIGIL, Verónica ORIHUELA VERA, Paula MORALES, Mario GIORGI, Daniel MARTÍN-PENA, Gerardo MARTÍNEZ LO RÉ, Florescia LATTUADA, Carlos COLOMBO, Victoria SCHMUCK, Patricia LEZCANO, Federico AICARDI, Lucas DEL CHIERICO, Martín PARODI, Lucía FERNÁNDEZ CÍVICO, Tamara LIPONETZKY, Eugenia SANUY, Gabriela CAMPERO, Luisa ORTIZ, Florescia PEREIRA, Marcos RAMÍREZ BÁRBARO, Jorge CUSANELLI, Ana ENRÍQUEZ, María BAIGORRIA, Lorena CABROL, Rosario MONTIEL, Marcelo COTTON, Rafael MEDEIROS, Nair PRATA, Noelia MANGIN, Julio RISSO, Gabriel GALLI, Fernando ALVARES SALIS y Sergio SALERNO.

© EDUNER. Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos
 Entre Ríos, Argentina, 2022.

Andrés Pazos 406 (E3100FHJ), Paraná, Entre Ríos, Argentina

eduner@uner.edu.ar | www.eduner.uner.edu.ar

Facultad de Ciencias de la Educación, Resolución C.D. N° 167/20

Editado e impreso en Argentina

Queda hecho el depósito que marca la ley 11 723.

No se permite la reproducción parcial o total, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del editor. Su infracción está penada por las leyes 11 723 y 25 446.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN. <i>Oscar E. Bosetti</i>	17
Eje 1: Pensar, enseñar e investigar a las radios	26
Eje 2: Lo que dicen las radios	33
Eje 3: Identidades, subjetividades y memorias construidas desde las radios.....	39
Eje 4: El lugar y los desafíos de las radios universitarias.....	43
Bibliografía	49

EJE 1. PENSAR, ENSEÑAR E INVESTIGAR A LAS RADIOS

PONER EN MARCHA PROCESOS

DE GESTIÓN COMUNICATIVA TRANSFORMADORA. <i>Ricardo Haya</i>	51
1. Introducción	51
2. Radio y gestión de procesos de comunicación.....	52
3. La comunicación transformacional	54
4. Destinatarios del proceso comunicativo.....	58
5. Pasos en un proceso de gestión comunicativa.....	61
5.1. Problema y diagnóstico	61
5.2. Objetivos.....	61
5.3. Estrategias.....	61
5.4. Diseño y ejecución.....	62
5.5. Evaluación	62
6. Comunicación e intervención social.....	63
7. Las radios universitarias y sus posibles aportes	64
8. Una radio deseable y un futuro posible	67
9. Bibliografía	67

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA INVESTIGAR LA HISTORIA

DE LV 13 RADIO SAN LUIS. <i>Daniel Toledo</i>	68
1. Introducción	68
2. Delimitación témporo-espacial y contextual	70
3. Sobre la institución de comunicación elegida	71
4. Estudio de casos	71
5. Historia oral	72
6. Fuentes de información empírica	73
7. La entrevista	74
7.1. Criterios de selección de entrevistados/as	75
8. Investigación documental	75
8.1. Documentos periodísticos	76
8.2. Criterios de selección del <i>corpus</i>	76
8.3. Documentos fotográficos	77
8.4. Procedimiento de obtención de documentación fotográfica	78
8.5. <i>Corpus</i> fotográfico	79
8.6. Estrategia de análisis del material fotográfico	79
8.7. Documentos sonoros	80
8.8. <i>Corpus</i> sonoro	82
9. Criterios de selección	84
10. Estrategia general para el análisis de los datos	84
10.1. Triangulación	84
11. Cierre	85
12. Bibliografía	86

LOS NUEVOS MODOS DE RECEPCIÓN RADIOFÓNICA ASINCRÓNICA

CONTINÚAN CON UNA TENDENCIA ASCENDENTE. <i>Diego Javier Ibarra</i>	88
1. Introducción	88
2. 2017	89
3. 2019	89
4. Seguimientos	91
5. Otras observaciones: ¿quién dice lo que dice?	93
6. Nuevas observaciones: entrevistados y entrevistas	94
7. Recortes y circuladores-reproductores	96

PLATAFORMAS DIGITALES DE RADIO SOCIAL:

EL CASO RADIOCUT. <i>Agustín Espada</i>	97
1. Introducción	97
2. De la radio 1.0 a la radio social.....	98
3. Metodología.....	103
4. Usos y consumos de la radio en Argentina.....	105
5. Descripción de RadioCut y su plataforma	109
6. Descripción de usos y estadísticas.....	116
7. Discusiones y conclusiones.....	128
8. Bibliografía	130

ARTICULACIÓN ENTRE LA RADIO UNIVERSITARIA

Y LA ESCUELA SECUNDARIA: EXPERIENCIA DEL TALLER DE MEDIOS

EN RADIO UNDAV. *Lucía Casajús, Noelia Giorgi, Simón García Mayer*

y <i>Lautaro Federico Hamra</i>	132
1. Introducción	132
2. La radio universitaria.....	133
2.1. La participación estudiantil.....	134
2.2. Radio UNDAV	135
3. Conclusión.....	141
4. Bibliografía	142

VOCES INDISCIPLINADAS. LA RADIO EN LA ESCUELA, UNA INVITACIÓN

A LA CONVERSACIÓN. <i>Aixa Boeykens</i>	144
1. Introducción	144
2. Salir del módulo.....	146
3. ¿La radio...?	147
4. <i>Va con onda</i> , la invitación a trabajar con otros	148
5. Bibliografía	152

EJE 2. LO QUE DICEN LAS RADIOS

DESMONTAR LO OBVIO PARA COMUNICAR MEJOR

LO HUMANO. <i>Victor Fleitas</i>	154
1. Introducción	154
2. Una historia mínima	155

3. Radiografía.....	157
4. Extensiones.....	158
5. Perspectivas.....	160
6. Propia cosecha.....	161
7. Delimitar.....	162
8. Replicadores.....	163
9. Desacople.....	165
10. Pinta tu aldea.....	167
11. Multiculturalismo.....	169
12. Tomar nota.....	171
13. Caminos alternativos.....	172
14. Particularidades.....	174
15. Bibliografía.....	175

¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA? LO QUE DICEN LOS QUE HACEN

<i>TIPS PARA MEDIADORES. María Cristina Pauli y Gustavo Vázquez</i>	177
1. Introducción.....	177
2. <i>Tip 1: la curiosidad</i>	178
3. <i>Tip 2: hablarle al niño que fuimos</i>	179
4. <i>Tip 3: arte, belleza y pasión</i>	180
5. <i>Tip 4: protagonistas</i>	181
6. <i>Tip 5: preguntas</i>	183
7. <i>Tip 6: ideas y palabras</i>	183
8. <i>Tip 7: comunicadores y comunicadoras</i>	184
9. Bibliografía.....	186

AHORA QUE SÍ NOS VEN... ¿NOS ESCUCHAN? EL LUGAR

QUE OTORGAN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS A LA PERSPECTIVA

<i>DE GÉNERO. Elizabeth Andrea Furlano y Florencia Basso</i>	187
1. Introducción.....	187
2. Presentación.....	189
3. Sobre la metodología.....	192
4. Empoderadas.....	196
5. El movimiento feminista.....	198
6. Repasando conceptos.....	199
7. Hablar de género y noticias con perspectiva de género, ¿es lo mismo?.....	201

8. <i>El hilo violeta</i> : una experiencia feminista y colaborativa.....	206
9. Conclusiones	211
10. Bibliografía	213

RADIO Y DEPORTES: UN VIAJE AL PASADO Y AL FUTURO. Ariel René Levatti.....

1. Introducción	214
2. La radio con guantes.....	214
3. Relatores eran los de antes.....	215
4. El padre de los relatores deportivos.....	215
5. El origen de dos escuelas o estilos	216
6. Como si estuvieras ahí	216
7. ¡Coche a la vista!.....	216
8. Noches de <i>Luna</i>	217
9. Hombres y máquinas	217
10. ¿Por qué le habrán puesto caballos?	217
11. ¿Escucharon bien?	218
12. La tarde que muchos rompieron la radio	218
13. La influencia en el habla popular	218
14. Y un día llegó la Spica.....	219
15. Hombre al agua.....	219
16. Relatos salvajes.....	220
17. Encestando, la radio aprende.....	220
18. Muñoz vs. Víctor Hugo. «Peligro de gol» vs. «Tatatá»	220
19. El solitario (detrás del vidrio)	221
20. <i>La guinda</i>	221
21. El deporte y la radio: ¿y ahora qué?.....	222
22. Tiempo adicionado.....	222
23. Bibliografía	222

DE DISEÑAR INTERPELACIONES A CONSTRUIR AUDIENCIAS

APORTES DE LOS RECURSOS EXPRESIVOS, EL HUMOR

Y LO BURLESCO. Enrique Santiago Martínez Luque

1. Introducción	224
2. Discurso y lenguaje radiofónico: una aproximación posible	225
2.1. Discurso y estilos radiofónicos.....	229
3. Sobre los recursos expresivos y humorísticos de la radio.....	230

3.1. Lo expresivo y el humor en las radios orientadas a sectores populares cordobeses: los casos de FM Suquía y FM Popular.....	231
3.2. El humor como estrategia central de seducción de la audiencia	232
3.3. La importancia de lo burlesco: personajes, máscaras e interpelaciones. <i>Popularcito</i>	235
3.4. La figura del operador o cómo escapar al silencio de la técnica	237
3.5. Hacia una clasificación posible de los recursos humorísticos en radio	239
4. A modo de cierre: repensar las prácticas pedagógicas y el lugar del humor	241
5. Bibliografía	244

EJE 3. IDENTIDADES, SUBJETIVIDADES Y MEMORIAS CONSTRUIDAS DESDE LAS RADIOS

IDENTIDADES, SUBJETIVIDADES Y RESISTENCIAS AL BORDE. LA RADIO COMO ORGANIZADORA DE LA VIDA COTIDIANA. <i>Mary Noemí Esther Gardella</i>.....		246
1. Introducción		246
2. Tradición y lenguaje radiofónico.....		247
3. Música y lenguaje radiofónico		249
4. Subjetividades y lenguaje radiofónico.....		253
5. Conclusión		255
6. Bibliografía		257

MEMORIAS SONORAS, REGISTROS ESCRITOS

E IMAGINARIOS SOCIALES SOBRE LU10 Y SU CONTRIBUCIÓN A LA IDENTIDAD REGIONAL. <i>Jorge Arabito</i>.....		259
1. Introducción		259
2. La digitalización de los archivos radiofónicos.....		261
3. La protección del patrimonio.....		261
4. Metodología y herramientas de trabajo: los archivos gráficos y de sonido		263
5. La memoria sonora de LU10 Radio Azul		264
6. La memoria gráfica de LU10 Radio Azul		268
7. Imaginarios sociales de radio y vida.....		273
8. Conclusión		275
9. Bibliografía		277

LA COMUNICACIÓN INDÍGENA EN EL ACTUAL

MOMENTO HISTÓRICO. <i>José Ignacio López Vigil</i>	280
1. Compañeras y compañeros.....	280
2. La palabra colectiva	283
3. La palabra sencilla.....	284
4. La palabra alegre.....	285
5. La palabra inclusiva.....	285
6. La palabra de la Pachamama	287
7. Bibliografía	288

EJE 4. EL LUGAR Y LOS DESAFÍOS DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

LA RADIO UNIVERSITARIA Y LA GENERACIÓN DE COMUNIDADES

PARTICIPATIVAS ALREDEDOR DE LOS PROGRAMAS SOBRE VIOLENCIA

DE GÉNERO Y DIVERSIDAD. <i>Verónica Orihuela Vera</i>	290
1. Introducción	290
2. De la interacción a la reconfiguración	292
2.1. Los emisores con otros emisores	292
3. Los emisores con sus escuchas, hoy usuarios.....	294
4. #MeToo	295
5. La radio universitaria y la sororidad	297
6. Conclusiones	301
7. Bibliografía	302

GÉNERO, ¿ESTÁS AHÍ? ... INDAGACIONES SOBRE GÉNERO

Y SEXUALIDADES EN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS. <i>Paula Morales</i>	303
1. Introducción	303
2. Contexto enunciativo e institucional como categorías de análisis	305
3. Contexto institucional y enunciativo en la configuración de un universo de sentidos sobre GyS.....	310
4. Conclusiones	325
5. Bibliografía	326
6. Documentos.....	327

RADIO INTERNACIONAL UNIVERSITARIA, LA INSTAURACIÓN DE UNA IDEA GLOBAL DE RADIO UNIVERSITARIA. Mario Giorgi y Daniel Martín-Pena.....	328
1. Introducción	328
2. Los antecedentes.....	329
3. De RRULAC a RIU, la internacionalización	331
4. La gestión y los proyectos de la RIU en el período 2017-2019	332
5. Conclusiones.....	339
6. Bibliografía.....	339

– APORTES COMPLEMENTARIOS –

EJE 1. PENSAR, ENSEÑAR E INVESTIGAR A LAS RADIOS

EL USO DEL STREAMING EN LAS CLASES DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA. Gerardo Martínez Lo Ré, Florencia Lattuada, Carlos Colombo, Victoria Schmuck, Patricia Lezcano, Federico Aicardi, Lucas Del Chierico, Martín Parodi y Lucía Fernández Cívico	343
1. Introducción	343
2. Una nueva dinámica de clases (Lo Ré-Lattuada).....	343
3. La radio en vivo (Colombo-Schmuck)	346
4. El desafío de la ficción por <i>streaming</i> (Lezcano-Aicardi)	349
4.1. Desafíos del vivo por <i>streaming</i>	350
4.2. La estrategia de producción del ciclo de radioteatro.....	351
5. El trabajo en equipo (Del Chierico-Parodi).....	352
6. El uso del <i>streaming</i> en las clases de Producción Radiofónica (Fernández Cívico).....	355
7. Bibliografía	357

SALIR A SONAR. PROPUESTAS DE TRABAJOS PRÁCTICOS EN EL MARCO DEL TALLER DE LENGUAJE II Y PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA. Tamara Liponetzky y Eugenia Sanuy	358
1. Introducción	358
2. 2015	360
3. 2016	361
4. 2017	361

5. 2018: La realidad nos toma por sorpresa.....	362
6. Bibliografía.....	364

RADIO UNIVERSIDAD JUJUY. DE LO ACADÉMICO

A LO ALTERNATIVO. *Gabriela Isabel Campero, Luisa Verónica Ortiz*

<i>y Florencia Cecilia Mónica Pereira</i>	365
1. Introducción	365
2. Radio Universidad de Jujuy: perspectiva histórica	368
2.1. Gestiones administrativas de Radio Universidad Jujuy: ¿cómo se conforma el sistema de medios en la UNJu?	370
2.2. Aproximación a una definición de comunicación alternativa.....	371
3. Radio Universidad como multimedio.....	372
3.1. Radio Universidad <i>online</i>	372
4. Establecimiento de agenda.....	373
5. Programación matutina de 7 a 13.....	374
6. Franja horaria de 7 a 11: <i>La mañana de universidad</i>	374
7. Franja horaria de 11 a 13: <i>Antes que sea tarde</i>	375
8. Diario digital UNJuradio: selección de contenidos.....	376
9. Conclusiones	378
10. Bibliografía	379

EJE 2. LO QUE DICEN LAS RADIOS

CON TONADA CIENTÍFICA: UN ESPACIO PARA

COMUNICAR LA CIENCIA. *Marcos César Ramírez Bárbaro, Jorge Miguel Cusanelli*

<i>y Ana Cecilia Enríquez</i>	382
1. Introducción	382
2. ¿Por qué comunicar la ciencia?.....	382
3. Sobre el programa radial <i>Con tonada científica</i>	384
4. Participación en la Semana Nacional de la Ciencia y la Tecnología	386
5. Bibliografía.....	386

VEJECES EN EL AIRE. TALLER DE RADIOTEATRO

CON PERSONAS MAYORES. *María Baigorria, Lorena Cabrol y Rosario Montiel*..... 389

1. Introducción	389
2. Fundamentación	390

3. El radioteatro como escenario de participación.....	392
4. Taller de Radioteatro	394
5. Conclusiones	396
6. Bibliografía	396

LA FICCIÓN QUE SE CUELA EN TODOS LOS RELATOS. Marcelo Cotton	398
1. Introducción	398
2. La <i>ficción</i> no es invención	399
3. Bibliografía	407

EJE 3. IDENTIDADES, SUBJETIVIDADES Y MEMORIAS CONSTRUIDAS DESDE LAS RADIOS

MIGRACIÓN DE LA RADIO AM A FM EN BRASIL: IMPACTOS EN LA ESCUCHA, DINÁMICAS DE PROXIMIDAD Y FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO LOCAL. Rafael Medeiros y Nair Prata	409
1. Introducción	409
2. El proceso de migración de radios AM a FM en Brasil.....	411
3. Dinámica de radio local.....	415
4. Metodología.....	417
5. Análisis de datos	419
6. Consideraciones finales.....	424
7. Bibliografía	426

HISTORIAS A LA VUELTA DE UNA ESQUINA. REFLEXIONES ITINERANTES ENTRE RADIO, IDENTIDADES Y MEMORIAS. Noelia Mangin y Julio Leandro Risso	428
1. Introducción	428
2. Historias a la vuelta de una esquina. Reflexiones itinerantes entre radio, identidades y memorias.....	429
2.1. Intersección.....	429
A modo de presentación.....	429
2.2. Intersección	430
De la historia de una producción radial al encuentro radial con historias	430
2.3. Intersección.....	435
Historias que cuentan. Identificaciones y memorias colectivas, a través de los relatos.....	435

2.4. Intersección.....	441
En búsqueda de nuevas intersecciones.....	441
Una vez más, la limitación se desdobra en desafíos.....	443
3. Bibliografía	445

EJE 4. EL LUGAR Y LOS DESAFÍOS DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

LA RADIO PÚBLICA UNIVERSITARIA Y SUS DESAFÍOS:	
COOPERACIÓN INTERNACIONAL ENTRE UNI RADIO	
Y LA RADIO UFRJ. <i>Gabriel Galli y Fernando Alvares Salis</i>	448
1 Introducción.....	448
2. Introducción en Río de Janeiro	448
3. Introducción en Montevideo.....	451
4. Llevar el proyecto a la práctica.....	454
5. Cooperación: promoción, convergencia y formación.....	456
6. Proyecto Uni Medios.....	456
7. Formación.....	460
8. Prácticas preprofesionales de estudiantes.....	460
9. Educación permanente.....	461
10. Bibliografía	462

PERSPECTIVA TERRITORIAL Y COMUNICACIÓN DIALÓGICA Y PROACTIVA:	
UNA EXPERIENCIA EN RED DE RADIO UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSIDAD	
NACIONAL DE SANTIAGO DEL ESTERO. <i>Sergio Marcelo Salerno</i>	463
1. Introducción	463
2. Metodología.....	465
3. Resultados obtenidos	465
4. Las entrevistas a los comunicadores.....	466
5. La encuesta a radios del territorio provincial.....	467
6. Conclusiones y recomendaciones	470

AUTORÍAS	472
-----------------------	------------

INTRODUCCIÓN

Oscar E. Bosetti

*Cuando creíamos que teníamos todas las respuestas
de pronto cambiaron todas las preguntas (Benedetti,
2004: 36).*

No tengo dudas de que los textos que componen este libro polifónico y colectivo están atravesados por las enigmáticas marcas de estos tiempos acelerados, desconcertantes y convulsos.

Por ellos se cueban las porosidades de una época imprevisible, distópica. Cada palabra, cada oración, cada párrafo respiran un mismo aire que parece lejano, extraño, irremediablemente perdido pese a estar tan cercano, tan próximo, si nos atenemos a las convenciones de los calendarios, de los rotundos almanaques.

Todos los escritos están datados en 2019 y, originalmente, fueron presentados como ponencias académicas en las XIII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo que se desarrollaron en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos, entre el miércoles 25 y el sábado 28 de septiembre de ese año. Formaron parte del foro convocado bajo el lema «Radios de(s)generadas: medios y modos diversos de producir y escuchar», destinado a docentes pertenecientes a las cátedras, talleres y seminarios dedicados a la comunicación radiofónica de todas las universidades públicas y de gestión privada; representantes de las radios universitarias; estudiantes, graduados y graduadas e investigadoras e investigadores vinculados a la actividad radiofónica y profesores y profesoras a cargo de los talleres de radio y materias afines de las escuelas secundarias de Entre Ríos y Santa Fe.

Son relatos que describen nutritivas experiencias áulicas efectivizadas en espacios tanto de Argentina como de otros países de América Latina y España. O, dentro del ancho y complejo ecosistema de los *mass media*, reflexionan sobre el lugar de los medios, en general, y las radios comuni-

tarias, públicas y universitarias, en particular, e indagan sobre los puentes que conectan diariamente a las y los comunicadores con sus entornos socioculturales más cercanos para construir ciudadanía y preservar la necesaria memoria, allí donde debe seguir ardiendo. En fin, son piezas que también hacen un primer plano en las nuevas formas tanto de la producción como de la circulación y el consumo de los contenidos sonoros que forman parte del aire radiofónico de estos días o develan las ásperas trastiendas de las condiciones sexo-genéricas al abordar integralmente el estudio de un *corpus* de emisoras significativas.

Todas las presentaciones son previas al primer centenario de la radio-difusión ocurrido el 27 de agosto de 2020 y a ese otro acontecimiento bisagra que nos enfrentó con un nuevo territorio de encrucijadas en este tramo sinuoso del siglo XXI. Comparten una fragua común que hoy nos parece tan distante pero que, a su vez, se ubica en esa esquina impar donde mora el «ayer nomás».

Estamos conociendo por primera vez un fin de época
(Aleman, 2021: 37).

Todo sucedió y sigue ocurriendo muy rápido. Ninguna pandemia fue tan fulminante y de tal magnitud. Surgido en diciembre de 2019 en Wuhan, una lejana y hasta entonces desconocida ciudad de la República Popular China, un virus ha recorrido ya todo el planeta y ha obligado a encerrarse en sus hogares a miles de millones de personas. Algo solo imaginable y permitido en el paciente bordado narrativo de las tramas que sostienen las esmeradas ficciones postapocalípticas.

A estas alturas, ya nadie ignora que la pandemia no es solo una crisis sanitaria. Es lo que las ciencias sociales califican como «hecho social total», en el sentido de que se inmiscuyó en el conjunto de las relaciones sociales y conmocionó a la totalidad de los actores, de las instituciones y de los valores establecidos.

Desde entonces, la humanidad continúa viviendo –con miedo, sufrimiento, perplejidad– una experiencia inaugural que verifica que aquella promocionada teoría del *fin de la historia* resultó ser una falacia. Y, una vez más, con la contundencia de los hechos consumados, ratifica que la historia es, en realidad, impredecible.

Nos hallamos ante una situación enigmática. Sin precedentes. Pocos saben interpretar y clarificar este extraño momento de tanta opacidad, cuando nuestras sociedades siguen temblando sobre sus bases como frente a un cataclismo cósmico. Y no existen claras señales que nos ayuden a marcar algún rumbo... Un mundo se derrumba. Cuando todo termine, la vida ya no será igual y un nuevo GPS nos orientará por esos caminos que hoy borronean vacilantes e inseguros sus posibles trazos.

Con este contexto de referencias, ensayar alguna reflexión acerca de las tendencias de la radio para el 2030 resulta temerario, más aún cuando estamos transitando por una serpenteante carretera donde parece que es un juego infructuoso describir eso que llamamos futuro, sea el mediano o –como en este caso– el inmediato, el de la década en curso que tenemos al alcance de nuestras manos.

Pero convengamos que la radio todo lo logra y, una vez más, es la incubadora infatigable que nos habilita ese *permiso para imaginar* que, a lo largo de este zigzagueante siglo de palabras y sonidos de largo alcance, acompañó su historia como la sombra al cuerpo.

Y aclaro algo más: entiendo que habrá tantos futuros posibles como predictoras y como predictores que los describan. Y estos van desde los más optimistas hasta los más sombríos y apocalípticos, pero todos (todos) los pronósticos serán relativos y sospechosos como es ley cuando se habla del futuro.

«Para muestra vale un botón» bien dice un refrán popular: en el último día del 2019, nadie, ninguno de quienes hoy se agolpan y amontonan en la fila de las y los futurólogos, fue capaz de advertir lo que nos ocurriría a partir del nuevo marzo, el de 2020. En fin...

Cuando despertó, el dinosaurio todavía estaba allí
(Monterroso, s/f).

Luego de este introito que estimé necesario compartir, ingresemos al tópico que se vincula con la razón de ser de estas narraciones, imaginar sus aportes, ensayar algunas posibles respuestas frente al uso de estas. Admito de antemano que defraudaré a quienes esperan menciones acerca de los desarrollos tecnológicos que se vienen y que hoy (tal vez) están en ciernes o en diferentes estados de avance. Tampoco mencionaré los

géneros y los formatos híbridos que se están diseñando en los equipos de producción de nuestras emisoras o en las aulas universitarias de las proactivas carreras de periodismo y comunicación social.

Sí haré referencia a lo que este tiempo de COVID-19 ha ratificado y, no dudo, será la necesaria contraseña para indagar por qué la radio continuará su recorrido de obstinada vigencia que se inició con *los locos de la azotea*, aquella mítica, invernal noche porteña del 27 de agosto de 1920.

Pues bien, en este contexto de coronavirus globalizado, un estudio reciente dirigido por la brillante investigadora Ema Rodero Anton, del Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu i Fabra de Barcelona, mencionaba que la radio se erigió como el medio más creíble para las audiencias españolas durante esta crisis que desborda las fronteras de lo sanitario y se extiende en su segundo año de abusiva vigencia.

En ese mismo relevamiento se afirmaba que la radio es el medio que mejor se adapta a las situaciones de crisis, como lo ha demostrado de manera irrefutable a lo largo de la historia española de las últimas décadas. Al respecto, en ese trabajo se citan tanto el intento frustrado de golpe de Estado comandado por Antonio Tejero, ocurrido el 23 de febrero de 1981, como los atentados del 11 de marzo de 2004 en las cercanías de la estación ferroviaria de Atocha, en Madrid.

La pregunta relevante que atraviesa la investigación diseñada por Ema Rodero Anton es, si en estas redivivas situaciones de confinamiento que sufrió la población española, el medio radiofónico siguió jugando un rol destacado como en los casos anteriores.

En rigor, este aporte vital viene a responder a esa pregunta indispensable a través de una encuesta realizada a 560 oyentes de radio durante esos días de cuarentena extendida. La pesquisa se centró en indagar en torno a los hábitos de escucha y consumo de la radio como así también en la percepción que esas y esos oyentes tenían del medio en los días en los que se desplegaban las alas negras del coronavirus.

Los datos indican que, quienes fueron encuestados, cambiaron sus hábitos de escucha e incrementaron significativamente el consumo del medio y que la televisión fue el dispositivo por el que se informaron de manera predominante.

Durante el distanciamiento preventivo, la radio se escuchó mayoritariamente, y sobre todo, en los redescubiertos balcones, en los dormitorios

y comedores y en las cocinas mientras se realizaban las actividades domésticas de limpieza, de relax, para pasar el tiempo moroso o cocinando.

El estudio también concluye que se consumieron más horas de radio, más emisoras (y de distinto signo ideológico) y más programas. Para esas audiencias, la radio se posicionó como el medio que mejor abordó la información sobre el SARS-CoV-2 y al que se lo consideró como el más creíble, el más cercano, el que más activamente estimula la imaginación, el que más distrae y más reduce las intrincadas penumbras de la soledad.

Así, la radio tuvo un papel muy relevante a nivel psicológico. Las y los oyentes afirmaron sentir tristeza, miedo y angustia como las emociones más intensas y lacerantes y fue entonces cuando la radio los ayudó a paliar estos sentimientos. Las personas encuestadas la consideraron como el medio que más los distrajo, que los hizo sentir en compañía, que se presentó como el más cercano y reparador. Esto provocó que los públicos se sintieran más acompañados y que, en consecuencia, la sensación de tristeza disminuyera.

En su conjunto, los resultados obtenidos de estas búsquedas permiten concluir que la radio volvió a tener un papel protagónico en una situación de incertezas varias, como lo ha tenido a lo largo de la historia de España. Y, tal vez, esta radiografía no difiera mucho de la que muestra nuestra propia impronta nacional, la argentina, en su fuerte vínculo con este medio sonoro que diariamente teje un telón acústico de la omnipresente realidad.

Sucede que, en tiempos de encierro y prolongada cuarentena, la radio ocupa un espacio valorado entre los consumos culturales. Sin poder salir de casa, con la computadora en pleno funcionamiento, el televisor y el celular a mano todo el día, la radio sigue encendida. Pero ¿por qué? ¿Qué es lo que hace que, en tiempos de consumo de información y entretenimiento en los hogares, de donde no se puede (ni debe) salir, una voz que nos habla a través de un parlante que toma la señal del éter o de un reproductor de *streaming* sea atractiva e interesante?

En un artículo contemporáneo al anterior de la autora de *Producción radiofónica* (2005), el investigador del CONICET, Agustín Espada anotó algunos datos que resultan las claves necesarias para armar este rompecabezas no demasiado enmarañado. Las principales corporaciones radiofónicas del Reino Unido indicaron que sus oyentes en Internet crecieron entre un 15 % y un 18 %.

Ivoox –la plataforma española de radio en Internet– registró una caída en la escucha de *podcasts*, pero un aumento del 20 % en las conexiones a los *streamings* de las radios, en especial las especializadas en la circulación de contenidos periodísticos.

La plataforma musical Deezer mostró lo mismo: la radio le ganó tanto al *podcast* como a la música en este contexto de coronavirus. Por su parte, el Estudio General de Medios (EGM), elaborado trimestralmente por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) de España, hacia mediados de abril de 2021 publicó algunas referencias en el mismo sentido que le permite concluir: «La radio musical sigue su caída libre y la radio hablada afianza con sus cifras el aumento de la demanda de información, entretenimiento y compañía».¹

En Holanda, el tiempo de escucha de radio y la cantidad de oyentes marcaron aumentos del 11 % y el 7 %, respectivamente.

En nuestro país, las radios tuvieron picos máximos históricos de conexión a sus reproductores. Kantar mostró que un 24 % de la población escuchó más radio en Internet.

Y, tras la lectura de estas estadísticas, nuevamente nos preguntamos acerca del por qué o de las causas de este estado de situación.

La radio en tiempos de Internet y de plataformas sociales es un *corpus* difícil de definir. O, por lo menos, es algo desafiante, un objeto que se mueve de manera líquida y se transforma de manera dinámica, ágil e incesante.

Sin embargo, se puede arriesgar que la radio es tanto la oferta como la escucha de unos contenidos sonoros que combinan *el vivo* con *lo grabado*, *el directo* con *la demanda (lo diferido)*, que se materializan con un lenguaje específico que utiliza una amplia gama de dispositivos y tecnologías de transmisión y que se sirve de otras herramientas y narrativas para complementarse.

Pero el sonido, no lo olvidemos, siempre es el principal recurso para intentar lograr la comunicación. El sonido es a la radio como el mármol lo era para Miguel Ángel, o la madera para el ebanista, o la sílice de arena para la fabricación tanto del vidrio como de los abominables espejos mencionados por Jorge Luis Borges.

1. <https://www.gorkazumeta.com/2021/04/egm-1-ola-2021-la-radio-continua.html>

Por fuera de esta definición teórica, de manual, la radio es compañía. Es rutina, es un medio, amigo y cercano. Es fuente de información, entretenimiento y distracción en momentos de trabajo, de viajes monótonos por la ciudad –esos que ahora casi no suceden de manera generalizada por la aplicación de los protocolos propios del distanciamiento social–, de noches demoradas, trasnochadas. Es ese mundo acústico (el de la *radiofonidad* de la que hablaba el imprescindible Rudolf Arnheim) que atempera los esfuerzos al pedalear en una bicicleta fija o nos abre una ventana a la alegría cuando nos acerca en el momento justo el relato de ese gol definitorio y tan esperado.

Existen algunos conceptos recurrentes, revisitados para entender por qué encendemos la radio, a través de cualquier plataforma, en tiempos de encierro. Allí se alinean tanto la intimidad como la confianza; la cercanía, como la *copresencia* y la comunidad imaginada. Todas esas características hacen que se resignifique su escucha durante el transcurrir de la pandemia y sus nuevas olas.

Escuchar la radio es una paradoja: al tiempo que la mayoría de las veces que nos conectamos al medio lo hacemos de forma solitaria y personal, las voces que salen de los auriculares o los parlantes nos conectan con una gran comunidad que nos acompaña en nuestros quehaceres. La escucha íntima refuerza la confianza en quien nos habla, en el otro o la otra que, por la forma de consumo y de construcción discursiva, parece que nos hablara exclusivamente a nosotros, a cada una, a cada uno. O, mejor dicho, a mí, solo a mí que estoy ahí y escucho. Lo escucho. La escucho.

A su vez, algo que podría verse como una debilidad, su falta de imágenes también es su paradójica fortaleza. El trabajo que las audiencias realizamos con nuestra imaginación para reconstruir los relatos escuchados implica un compromiso e involucramiento mayor con el contenido que el medio nos ofrece. Y es, también, un sentido de fuerte identificación, como sostiene David Hendy, uno de los investigadores visitantes de la Universidad de Cambridge. La radio crea (no en el sentido de inventar nuevos escenarios) un mundo al que los y las oyentes somos invitados e invitadas a habitar: se puede participar con comentarios por distintas vías, pero también residimos en él a sola escucha.

Hugh Chignell, uno de los teóricos más importantes de la historia de la radio actual, escribió:

Existen varios factores que colaboran con la sensación de intimidad. El primero es el hecho de que la mayor parte de la escucha de radio es un acto individual; el segundo es que algunas emisoras y conductores invitan a sus oyentes a trabajar con su imaginación para habitar un mundo interior; en tercer lugar, el discurso de la radio es habitualmente directo y en primera persona; y, por último, los conductores de los programas suelen ser personas comunes (no grandes estrellas) y amigables (Chignell, 2019: 97).

Una de las principales fortalezas de la radio en estos momentos de encierro y aislamiento social preventivo y obligatorio, de cambio de hábitos, es que una de las bases de su funcionamiento como institución social y cultural es su capacidad para generar *copresencia*. Es esa sensación que tenemos, cuando prendemos la radio, de que hay otros que hacen lo mismo, que escuchan cuando nosotros escuchamos. Y es una experiencia bien diferente que escuchar a la misma banda de *rock*, el mismo *podcast* o mirar la misma serie en Netflix.

Primero, porque la ausencia de las imágenes visuales, la explotación de la imaginación de las y los oyentes y la *secundariedad* de la radio que permite escucharla mientras realizamos otras actividades hacen que se genere una identificación mayor entre las audiencias y las y los comunicadores del medio. Y *escuchar* algo es una actividad centrípeta, según los términos de la crítica cultural Susan Douglas. Nos *mete* en un mundo, nos incluye, nos acerca. Mientras *el mirar* algo es una actividad centrífuga, que nos separa del mundo mostrado.

Y esto último empata con la perspectiva de José Luis Fernández, quien cuenta que el sonido se mueve *dentro* de nuestras cabezas, mientras las imágenes están allá afuera. La capacidad de identificación y socialización del sonido cuando se conjuga con la simultaneidad de la emisión y la recepción es de altísima densidad.

Por otra parte, la radio *está en el vivo*. Esto quiere decir que no solo se comparte el consumo de cierto medio, programa o conductor: se hace en el mismo momento del día. En diferentes lugares, en miles de espacios tangibles de un vasto territorio, pero en un solo tiempo. En eso consiste

la *copresencia* en la escucha. En una relación muy fuerte de identificación, confianza y cercanía que se da en una situación de consumo casi siempre individual, pero que nos conecta con otras personas. Personas que hoy, como todas y todos, están encerradas en otro punto del mundo, pero escuchando lo mismo que yo en ese mismo, preciso momento.

En la *secundariedad* de la radio como medio de comunicación –la podemos escuchar mientras hacemos otras cosas– reside otra de sus fortalezas en este momento: marca los pulsos de nuestra vida diaria. El consumo de una audición, de una columna dedicada a los deportes del fin de semana o de la árida economía o escuchar cierta cortina o artística sonora nos lleva, en asociación directa, con nuestra rutina, el orden establecido de nuestras cosas cotidianas.

Esta relación fuerte de cercanía, confianza y *copresencia* compone uno de los productos indisolubles de la radio: la construcción de las comunidades imaginadas. Una de las funciones originarias de la radio, surgida en un mundo que destruía sociedades en medio de los fragores de las dos grandes guerras del siglo xx y de los aluviones migratorios, fue restaurar los lazos de identificación social de los colectivos culturales perdidos por el desapacible contexto bélico y económico.

Hoy, más de 100 años después, la radio nos continúa reconstruyendo lo que sucede allá afuera, donde no podemos (ni debemos) ir, con un sentido de pertenencia a un grupo de referencia que comparte no solo la escucha de un programa o emisora, sino también los valores e identidades culturales (como puede ser el gusto por cierto estilo musical, o por determinado tipo de humor o de línea editorial).

En ciertos horarios del día el mundo se detiene. Las calles se silencian. Y el silencio, muchas veces, es el mejor escenario para la escucha. En los hogares las radios se encienden. En un contexto previo donde las pantallas, lo audiovisual y el consumo a la carta (*on-demand*) dominaban el acceso a la información y el entretenimiento, el aislamiento social nos obliga a conectarnos con *los otros* y *las otras* a través de los medios masivos (entre otras tecnologías). La música, las noticias o las voces que escuchamos en la radio quizás no sean las que elegiríamos o preferiríamos exactamente en *ese* instante, pero son las que nos hacen sentir que estamos todas y todos desde nuestras casas conectadas y conectados, existentes y vivos en ese mismo momento y a través de ese universo sonoro que nos

pinta la realidad. Una realidad que supera el aquí y el ahora y, no dudo, se extenderá por todo este decenio de 2020.

*Vengan conmigo y siéntense en la platea de la vida.
Los asientos son gratuitos y el entretenimiento es continuo.
La orquesta mundial está tocando permanentemente.
La oímos de adentro y de afuera; de cerca y de lejos.
No existe el silencio para los vivos.
No tenemos párpados en los oídos.
Estamos condenados a oír.
Oigo con mi pequeño oído... (Murray Schafer, 2010)*

Organizado a partir de tres amplios ejes temáticos, *Radios de(s)generadas: medios y modos diversos de producir y escuchar* reúne las agudas miradas de docentes argentinos pertenecientes a catorce universidades públicas nacionales, y siete profesoras y profesores de cinco universidades radicadas en México, España, Uruguay, Brasil y Chile.

Cada uno de los ensayos que conforman este volumen, con sus matices y sus metodologías particulares, indagan en ese extenso territorio donde se refugia el sonido y se hace público cuando se produce, circula y arriba a sus audiencias destinatarias; o es el fértil objeto de estudio tanto para las investigadoras como para los investigadores de la comunicación radiofónica o, en fin, diagraman un campo de prácticas y experimentaciones creativas que se construyen en los dialógicos procesos de enseñanza y aprendizaje de la radio.

EJE 1: PENSAR, ENSEÑAR E INVESTIGAR A LAS RADIOS

Este eje se abre con el ensayo titulado «Poner en marcha procesos de gestión comunicativa transformadora» del entrañable colega Ricardo Haye de la Universidad Nacional del Comahue, quien se aboca pacientemente a desbrozar un repertorio de temáticas enunciadas en dos preguntas introductorias y disparadoras de agudas reflexiones:

¿Cuál debe ser el papel de la radio en una coyuntura que reclama urgentes cambios de rumbo? ¿Cómo equilibrar una producción de contenidos que

necesita enfocar aspectos dolorosos de nuestra realidad (alta desocupación, destrucción del tejido productivo, índices de pobreza e indigencia en crecimiento, fuerte retracción de los niveles de ingresos, precarización de las condiciones laborales, hambre, una deuda externa desaforada que compromete y condiciona a futuras administraciones, amplios sectores del Poder Judicial y el sindicalismo profundamente desacreditados, discusiones sociales como la de la interrupción voluntaria del embarazo distorsionada por creencias religiosas y prejuicios morales) tanto como producir abordajes que recuperen el sentido festivo de lo popular y eviten que cunda el fatalismo, la resignación y la desesperanza?

Por su parte, desde la Universidad Nacional de San Luis, Daniel Toledo nos acerca una «Propuesta metodológica para investigar la historia de LV 13 Radio San Luis», que tanto se puede capitalizar para profundizar en la historia de los medios y los sistemas de comunicación en general, como para reconstruir la memoria sonora de nuestras radios:

Esta indagación planteó como objetivo repensar a las organizaciones de la comunicación como instituciones, que forman parte de una sociedad con conciencia histórica. Precisamente el fin de las ciencias sociales está pregnado por esa marca, porque las sociedades en su diversidad y profunda complejidad se desarrollan en determinados territorios que conllevan, a su vez, especificidades sociales y culturales. Dentro del enfoque cualitativo, resultó práctico y pertinente para el tema de esta investigación el estudio de casos, la memoria oral, las fuentes documentales y la triangulación metodológica. La historia oral permitió darle sustento metodológico a la amplia gama de entrevistas que se obtuvieron y que ahora forman parte de un archivo sonoro del autor. Además de una profusa exploración bibliográfica, y teniendo como referencia el diseño cualitativo, se trabajó dentro de las fuentes de información empírica con la entrevista, la investigación documental y la triangulación de datos; técnicas y abordajes que posibilitan un acercamiento al objeto de investigación desde una multiplicidad de fuentes en línea coherente con la perspectiva teórico-metodológica. Así, esta propuesta de investigación se sustenta en el estudio de casos e historia oral. Se trata de un diseño que permitió investigar: LV 13 Radio San Luis: la trama institucional y organizacional en clave comunicacional, durante su primera década de desarrollo (1942-1952).

«Los nuevos modos de recepción radiofónica asincrónica continúan con una tendencia ascendente» escrito por Diego Javier Ibarra de la Universidad Nacional del Centro, retoma preocupaciones abordadas en anteriores ponencias y colaboraciones académicas que aquí se actualizan con el panorama que brindan los nuevos datos recopilados a partir de su propia práctica docente:

Se trata de un seguimiento que, en una primera parte, indaga sobre los usos de la radio en jóvenes y, en segundo, lugar busca datos que parten de algunos agregadores de contenidos radiofónicos como Youtube y RadioCut que, a partir de diferentes agentes reproductores, posibilitan una escucha fragmentada, desprogramada sin continuidad de recortes de programas, como entrevistas, columnas o partes de una emisión.

El trabajo que da origen a esta ponencia constituye una actividad de cátedra con el objetivo conocer los modos de recepción de los jóvenes para incorporar aspectos teorizantes a los contenidos que se desarrollan en la materia. Al mismo tiempo es parte de una línea de sondeos e indagaciones sobre las permanencias y las transformaciones en la recepción radiofónica.

El incremento de la audiencia asincrónica y los usos en el ámbito de la recepción no se dan únicamente por la posibilidad tecnológica que se dispone, sino por la combinación de las variables mencionadas que exponen temas-contenidos considerados importantes por su actualidad y explicación de las realidades socio políticas en estos casos observados.

En el artículo denominado «Articulación entre la radio universitaria y la escuela secundaria: experiencia del Taller de Medios en Radio UNDAV», Lucía Casajús, Noelia Giorgi, Simón García Mayer y Lautaro Federico Hamra, de la Universidad Nacional de Avellaneda, recorren una faceta poco transitada en los estudios referidos a las radios universitarias y sus vínculos con las cátedras especializadas en la comunicación radiofónica y otros niveles educativos:

La presente comunicación pretende analizar la articulación entre la radio universitaria y la escuela secundaria, a partir del relato de la experiencia de participación de los estudiantes de la Escuela Secundaria Técnica de la Universidad Nacional de Avellaneda en Radio UNDAV, la emisora gestionada

desde la dirección de medios universitaria. Al mismo tiempo, se propone indagar sobre la colaboración del proyecto de articulación en la construcción de las trayectorias académicas individuales y colectivas de los estudiantes participantes, observando la circulación de nuevos discursos críticos y el surgimiento de otras prácticas socioeducativas dentro del ámbito escolar. En este sentido, se pretende observar el trabajo entre la escuela secundaria y la universidad, considerado en las proyecciones académicas de la UNDAV, que resulta en la producción de discursos que consideren la diversidad, las trayectorias estudiantiles, las subjetividades y la organización del espacio y del tiempo. La participación de la escuela secundaria en la emisora se plasmó a través de la realización quincenal de una producción de 30 minutos en vivo donde se trabajaban temáticas desarrolladas en la materia Taller de Medios, a propuesta de los estudiantes. Un proyecto para el cual se implementaron diferentes mecanismos de articulación entre la radio y los objetivos de la asignatura, vinculados a analizar de forma crítica los medios de comunicación, proporcionar herramientas para que el alumnado se apropie de la palabra para contar su realidad y poner en práctica contenidos que se ven en otras materias de la escuela.

En «Voces indisciplinadas. La radio en la escuela, una invitación a la conversación», su autora, Aixa Boeykens, de la Universidad Nacional de Entre Ríos, incorpora otras imprescindibles miradas focalizadas en las estimulantes reflexiones que se generan cuando se amalgaman las ciencias de la comunicación y las de la educación:

La radio en la escuela secundaria invita a construir un espacio común en el que la palabra y la curiosidad por el mundo permiten fortalecer la conversación. Frente a las dificultades que plantea en el nivel medio una estructura organizativa que tiende a estar separada por materias y por cargos docentes, la radio constituye una posibilidad para dialogar entre los distintos integrantes de la escuela y de la comunidad, fortalecer la práctica de la oralidad y el trabajo en equipo.

En este trabajo proponemos analizar el lugar de la radio en la escuela secundaria como propuesta pedagógica que invita a compartir el conocimiento entre disciplinas y fortalecer los vínculos entre pares, así como también entre estudiantes, profesores y con la comunidad.

Como expresa María Teresa Quiroz, (2003) trabajar en la escuela con los medios –en este caso la radio– nos convoca a dialogar con las culturas escolares, a problematizarlas y a dar voz a las diversas identidades juveniles. Esto contribuye a que los jóvenes puedan reconocer sus propias voces, pero también las de su comunidad y experimenten con diversos modos de narrar (Quiroz, 2003: 69).

Desde una perspectiva dialógica del campo de la comunicación-educación en los términos en que lo plantean Mario Kaplún (1985) y Jorge Huergo (1997), la radio en la escuela invita a establecer relaciones pedagógicas que se convierten en espacios de aprendizaje compartido y promueve que los participantes puedan ocupar alternativamente el rol de tomar la palabra y de escuchar, de ser emisores y receptores pero, a la vez, permite llevar adelante la práctica de una oralidad que requiere de ciertos requisitos en su enunciación.

A su vez, desde la Universidad Nacional de Rosario, el colectivo integrado por las y los docentes Carlos Colombo, Lucas Del Chierico, Lucía Fernández Cívico, Florencia Lattuada, Patricia Lezcano, Gerardo Martínez Lo Re, Martín Parodi y Victoria Schmuck describen «El uso del *streaming* en las clases de Producción Radiofónica»² y los resultados percibidos tras la implementación de esta renovación pedagógica:

El recorrido que vamos a realizar pretende sintetizar las experiencias de los últimos tres años y medio en que el uso del *streaming* fue modificando nuestra práctica áulica en la búsqueda por encontrar estrategias para abordar las nuevas demandas que se presentaron en el espacio taller.

Durante el periodo que abarca 2015-2019 las diferentes comisiones fueron incorporando a su ejercicio docente estrategias pedagógicas, encontrando nuevas maneras de preproducción, producción y puesta en circulación de los materiales radiofónicos que ponen en el aire los estudiantes. El correlato que trajo aparejada la incorporación del *streaming* fue una modificación en las prácticas y la búsqueda de nuevas formas de producción y de experimentación sobre géneros y formatos que se suman a una nueva manera de enseñar, aprender y hacer radio.

2. Ver en *Aportes complementarios*. [Nota del editor]

En línea con la idea de socializar una serie de experiencias realizadas en la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, sus docentes Tamara Liponetzky y Eugenia Sanuy, nos proponen «Salir a sonar. Propuestas de trabajos prácticos en el marco del Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica»³. Su núcleo central:

Gira en torno a la participación de los alumnos en todos los pasos previos y realización de un producto comunicacional sonoro útil a la comunidad cordobesa. En ese sentido se hizo hincapié en la investigación para la producción y no solo en la ejecución o en lo tecnológico. Se trabajaron aspectos vinculados a la construcción del receptor previsto y el contexto de escucha.

El proyecto, de corte extensionista y de integración a las problemáticas sociales y culturales de Córdoba, intenta reflexionar sobre cómo la universidad y los estudiantes pueden incidir en la trama social urbana de la ciudad. Partimos de las formas de comunicación masiva en que la palabra pública es producto de emisores responsables que, desde su comunicación, producen algún tipo de vínculo con la ciudadanía y desde allí legitiman su propio lugar.

Asimismo, en el marco del proyecto Interfaces de la Cultura Contemporánea: Jóvenes, Medios y Cuerpos en Tensión el equipo de investigación y sus integrantes nos proponemos identificar las particularidades de distintas producciones con las que los jóvenes buscan comunicar y establecer –en los intersticios donde el poder se constituye– la posibilidad del cambio y de una voz propia, las luchas por la visibilidad y el deseo de articular con otros colectivos sociales.

Por su parte, en «Radio Universidad Jujuy: de lo académico a lo alternativo»⁴, Gabriela Campero, Luisa Ortiz y Florencia Pereira, de la Universidad Nacional de Jujuy, suman nuevas piezas para diagramar el extenso y heterógeno territorio de las radios inscriptas en experiencias ciudadanas y alterativas:

3. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

4. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

No pretendemos que la *comunicación alternativa* (CA) sea abordada solo como *popular y comunitaria*, o como la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico. Creemos que, desde nuestro espacio de trabajo e investigación, la CA refleja un cambio en la manera de abordar contenidos, formatos y estructuras que abarcan a más personas y se adecuan a los cambios constantes de la sociedad.

Para los programas, cada periodista aporta una temática específica que crea que debe ser abordada, ya sea extraída de algún medio masivo de la provincia o propio. Se busca tratar cada tema de agenda (o no) desde una perspectiva diferente, buscando entrevistar a las y los actores de cada situación particular, para escuchar y dar voz a *todas las campanas* para así poder informar a nuestra audiencia, brindándole el sello personal del equipo periodístico de Radio Universidad.

Con este trabajo inacabado intentamos una redefinición de *comunicación alternativa* al abordarla desde una perspectiva que abarque no solo lo *popular*, sino entendiéndola como un circuito donde los temas tratados tengan en cuenta los distintos actores involucrados, el lenguaje que utilizan y la reinterpretación del mundo que hacen a los fines de fortalecer los espacios en donde se trasmite y se recibe la información.

Este eje, dedicado a *pensar, enseñar e investigar a las radios*, se completa con el trabajo firmado por Agustín Espada, de la Universidad Nacional de Quilmes, llamado «Plataformas digitales de radio social: el caso RadioCut», donde enfoca su interés en una premisa que recorre las últimas indagaciones de su autor:

La radio debe buscar una forma de responder a tendencias, quizás contradictorias, de personalización y socialización de sus contenidos. En ese marco se inserta el concepto de plataformas de radio social. Plataformas como Spotify, Soundcloud, Ivoox, Deezer o TuneIn se instalan como mediadores de contenidos de audio en Internet con la oportunidad de ofrecer contenidos desprogramados, en vivo, musicales, hablados, de usuarios, de emisoras, de *podcasters*, de recomendar productos, de generar intercambios entre los usuarios, de permitir valorizaciones por parte de los mismos, etc.

RadioCut se inserta como una de estas plataformas que agregan contenidos y que buscan dotar de personalización, desprogramación y sociabilidad a la instancia de escucha *online*. Los principales objetivos del sitio son ofrecer una escucha alternativa (desprogramada) a los contenidos radiofónicos tradicionales, que los usuarios generen cortes de esas programaciones de acuerdo a sus intereses y que los compartan en redes sociales para atraer a otros interesados. Es decir, el foco se encuentra en la oferta de un servicio final a un usuario que se encargue de viralizar las bondades –a través de cortes– a otros potenciales oyentes.

EJE 2: LO QUE DICEN LAS RADIOS

Este eje, inspirado en uno de los libros centrales de la producción ensayística de María Cristina Mata y la huella que dejó en los estudios radiofónicos de Argentina y América Latina, está destinado a inmiscuirse en el análisis profundo de los contenidos que circulan por las radios (Mata y Scarfía, 1993). El apartado inicia su andar con el texto «Desmontar lo obvio para comunicar mejor lo humano», una lúcida reflexión de Víctor Fleitas, de la Universidad Nacional de Entre Ríos. La misma se organiza en torno a las intersecciones que se disponen entre la comunicación social y las ciencias, sin dejar de atender otros vértices no menos espinosos como son los que derivan de los puentes que vinculan a la radio con la sociedad.

Nos enfocaremos en lo que ocurre en una de sus numerosas uniones, específicamente en ese lago en el que ambos cursos de agua (la comunicación y las ciencias) mezclan sus corrientes esmeraldas y azulinas para formar una masa crítica que alimenta distintos saltos. Empezaremos la travesía desde el análisis de una propuesta radiofónica, el programa *Más vale bueno conocido* (MVBC), con la pretensión de producir aportes reflexivos que superen lo instrumental y estrictamente disciplinar, sin desconocer que el ecosistema de medios es un conjunto en permanente reacomodamiento que ha integrado a la radio, aunque en la convivencia la haya transformado. Pero también, sin dejar de tener en cuenta que hacer ciencia es un fenómeno que ha ganado en complejidad y que, sobre todo en el cruce con la lógica del financiamiento empresarial, ha generado nuevas tensiones éticas mientras ha potenciado las

posibilidades investigativas, fundamentalmente en los aspectos vinculados a los dispositivos, sistemas y aplicaciones tecnológicas.

A esto nos referimos cuando indicamos que, si bien los nombres *comunicación*, *radio*, *ciencias* o *sociedad* resuenan desde hace décadas (y a veces más), aluden en la actualidad a fenómenos no asimilables a las condiciones en que se desarrollaron en el pasado y, por eso mismo, vale la pena estudiarlos.

A continuación, se puede leer «¿Cómo comunicar la ciencia? Lo que dicen los que hacen. *Tips para mediadores*», escrito por María Cristina Pauli y Gustavo Vázquez, de la Universidad Nacional de La Plata, quienes tematizan una preocupación que interpela a un sector de la comunidad habitada por científicos de diversas procedencias y campos disciplinares:

El sistema científico, en general, prioriza la comunicación entre pares, de modo que las revistas científicas con o sin referato, los *paper* y las publicaciones de congresos son los lugares preferidos para dar a conocer los trabajos de la mayoría de las personas que hacen ciencia.

Pero este tipo de medios específicos de cada disciplina no son accesibles al gran público, que es el destinatario de ese conocimiento generado, y muchas veces quedan afuera del propósito democratizador del conocimiento.

Algunas personas de la ciencia asumieron el desafío de contar lo que hacen, o lo que saben a las personas de a pie. Carl Sagan o Isaac Asimov son algunos de los más conocidos y, si miramos tranquera adentro, podemos destacar el trabajo del extinto René Favaloro, de Fidel Shaposnik, de Alberto Rojo, Diego Golombek y José Edelstein, entre muchos otros.

También algunos y algunas periodistas aceptamos el desafío de comunicar públicamente la ciencia, asumiendo en este caso el rol de mediadores entre quienes producen conocimiento y la comunidad a quien está destinado este conocimiento, que, a la vez, es la que sostiene el sistema científico a través de sus impuestos y aportes.

En particular abordar este desafío en la radio supone poner a disposición las muchas posibilidades de que dispone el lenguaje radiofónico. Trabajar desde la síntesis en un lenguaje simple y accesible, sea quizá, el mayor reto a la hora de comunicar ciencia.

Desde la Universidad Nacional de Misiones, Marcos César Ramírez Bárbaro, Jorge Miguel Cusanelli y Ana Cecilia Enríquez, nos comparten una experiencia institucional gestionada desde la Secretaría de Extensión y Vinculación Tecnológica de la Facultad de Humanidades de esa casa de estudios. El núcleo principal de «Con tonada científica: un espacio para comunicar la ciencia»⁵ queda explicitado en este tramo que forma parte de su introducción:

El proyecto surge de la necesidad de comunicar qué y cómo se investiga dentro de la Universidad Nacional de Misiones entendiendo que la misma es un importante centro de producción científico-académica, cultural y artística del nordeste argentino constituyéndose, en efecto, en un espacio estratégico por su ubicación geográfica dentro de la región de la triple frontera (Argentina, Brasil, Paraguay). En este sentido, resulta auspicioso construir un espacio destinado a la comunicación de las actividades científico-tecnológicas que se producen en la UNaM, a modo de contribuir al fortalecimiento de los vínculos entre las distintas universidades y centros de la región, así como con la comunidad en general.

En este marco, nos propusimos generar un espacio de diálogo entre la comunidad científico-académica y la sociedad, a través de un medio de comunicación popular como es la radio. La propuesta consistió en realizar un programa de radio semanal de una hora de duración que propició el abordaje de investigaciones en curso, alcances de trabajos científicos, entrevistas con investigadores, especialistas, entre otros. Se recurrió a trabajos realizados por los estudiantes e investigadores de las distintas facultades de nuestra universidad, pero también de los centros de investigación de la provincia y la región.

En «Ahora que sí nos ven ... ¿nos escuchan? El lugar que otorgan las radios universitarias a la perspectiva de género», Elizabeth Andrea Furlano y Florencia Basso, de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, se dedican a relevar un campo de estudio que, en los últimos años, ha sumado un *corpus* de obras de significativo valor y nutritivas conceptualizaciones.

5. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

Este trabajo surge en el marco de la convocatoria realizada por las XIII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo bajo el lema «Radios De(s)generadas, medios y modos diversos de producir y escuchar».

El foco de atención se centró en los contenidos que emiten las radios universitarias y con perspectiva de género. En este sentido, nos interesaba indagar en qué medida caló el discurso feminista, la llamada marea verde, o la presencia de identidades disidentes en la generación de contenidos propios de cada radio universitaria en este año 2019.

Este buceo por las páginas *web* de las emisoras universitarias y especialmente las nucleadas en ARUNA, nos llevó a detectar otros indicadores vinculados a la temática, como ¿cuántas mujeres hay en las áreas de decisión en las emisoras? La existencia o no de operadoras técnicas y musicalizadoras, más allá del lugar que históricamente las mujeres han tenido como locutoras, productoras o coconductoras de programas conducidos por varones.

Con una mirada crítica y feminista también tratamos de identificar de qué manera se promociona cada radio en su propia *web*, respecto de la misión y función del medio en y para la comunidad.

Ensanchando el repertorio de los contenidos abordados a lo largo de este siglo de radio, Ariel Levatti, de la Universidad Nacional de Entre Ríos, nos invita a la lectura de «Radio y deportes: un viaje al pasado y al futuro». Desde la presentación, su autor define la perspectiva desde la cual enfocó su objeto de interés investigativo:

La radio en la Argentina, desde sus orígenes, tuvo cinco argumentos principales para construir y sustentar, en pocos años, una enorme popularidad: las noticias, la música, los radioteatros, el humor y las transmisiones deportivas. Por eso, a poco de cumplirse 100 años de la primera transmisión que inmortalizó a *los locos de la azotea*, resulta oportuno rememorar y analizar algunos hitos del periodismo deportivo radial y un puñado de acontecimientos inolvidables, que forman parte (indefectiblemente) de nuestra memoria colectiva. También, aportar una breve reflexión sobre las perspectivas futuras del periodismo deportivo radial y la especificidad del campo.

La ponencia se desarrolla a través de una veintena de textos breves, donde desfilan nombres y estilos de relatores, las primeras transmisiones en diferentes disciplinas, los inconvenientes que debieron afrontar los pioneros

y jornadas memorables del deporte argentino. Lejos de la rigurosidad del lenguaje científico y sin grandes pretensiones literarias, pero con la mirada aguda y el oído atento, aquí se propone un recorrido apasionante por el túnel del tiempo y un boleto al futuro, donde la emoción será la principal compañera de viaje.

En la historia del medio, el humor microfónico hizo su aparición a los pocos años de haber iniciado su indetenible andar y, desde entonces, no dejó de estar presente en las grillas de programación con una rica variedad tipológica que asumió los formatos de audiciones de personajes, de *sketches*, personales, situacionales y aquellos otros basados en monólogos comprometidos abordando los temas de la actualidad nacional, cuyo emblema fue la serie pergeñada por Enrique Santos Discépolo, reconocida por la mención de *Mordisquito*, durante el otoño de 1951. En «De diseñar interpelaciones a construir audiencias. Aportes de los recursos expresivos, el humor y lo burlesco», Enrique Santiago Martínez Luque, de la Universidad Nacional de Córdoba, se interesa en la cuestión del humor y su ligadura con el discurso radiofónico como dispositivo de interpelación y constitución de audiencias:

Para abordar dicho objeto exploramos tres enfoques que intentaremos que se presenten de manera concurrente a lo largo del trabajo. En primer lugar, posicionaremos conceptualmente la cuestión en el marco del abordaje del discurso radiofónico, sus recursos, límites y posibilidades. Desde allí, avanzaremos en pensar el hacer radiofónico y una posible analítica de este desde una concepción sociodiscursiva. En esa línea, sostenemos que toda producción radiofónica implica un trabajo discursivo, de construcción de figuras enunciativas en las cuales nuestras audiencias potenciales podrán reconocerse o no. En dicho plano, proponemos pensar la articulación de distintos estilos y recursos humorísticos como potente herramienta que permite perfilar con nitidez dichas imágenes discursivas de potencial identificación.

En segunda instancia, a modo ilustrativo, presentaremos algunos resultados pertinentes a la temática de este trabajo producto de una investigación propia en torno al discurso radiofónico de dos emisoras FM de la ciudad de Córdoba orientadas a franjas de sectores medios bajos y bajos. Estas emiso-

ras apelan de manera regular y sistemática al humor como estrategia central de interpelación a sus audiencias. A través de la revisión de algunos de sus estilos y recursos humorísticos intentaremos dejar sentado la potencia de estos, así como abordar su sentido específico en pos del desarrollo de un sistema interrelativo productivo en relación con las audiencias prefiguradas.

Por último, y sin ánimo de generalización, nos interesa repensar algunos aspectos de los procesos de enseñanza y aprendizaje del hacer radiofónico en vínculo con la cuestión del humor, desde una perspectiva sociodiscursiva.

Al igual que lo sucedido con la risa en la radio, hacia el final de la década de 1920 la ficción ingresó en el menú de los contenidos sonoros. En ese sentido, desde el Departamento de la Mediana y Tercera Edad de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos, María Baigorria, Lorena Cabrol y Rosario Montiel nos presentan «Vejece en el aire. Taller de Radioteatro con personas mayores»⁶, cuyo objetivo queda explicitado en las primeras líneas:

El propósito del siguiente trabajo es explorar desde una mirada transdisciplinaria cómo el dispositivo educativo Taller de Radioteatro propone un horizonte simbólico sobre los modos de ser/estar en la vida y de qué forma esa experiencia de aprendizaje y comunicación posibilita a las personas mayores la resignificación de su identidad personal y social.

En consonancia con la temática del artículo anterior, este segundo eje se completa con el breve ensayo titulado «La ficción que se cuela en todos los relatos»⁷, una redonda contribución del sagaz Marcelo Cotton.

La palabra *ficción*, viene de *fingere* que significa *dar forma, construir* . Por lo tanto, cualquier relato en radio, bajo esta idea, es ficción, ya que hay que construir, dar forma, para que este se desarrolle en una línea de tiempo radiofónica y a través de los cuatro elementos constitutivos de su lenguaje (palabra, música, efectos, silencio), sea este relato basado en una *verdad* o hecho

6. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

7. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

comprobable o en una invención que, para ser verosímil, necesita nutrirse de pequeñas verdades o, incluso, verdades profundas.

Con lo cual, la línea divisoria entre ficción y relato periodístico es difusa o, incluso, artificial.

La ficción se alimenta de la verdad, de verdades menos perecederas si se quiere. Y lo periodístico necesariamente conlleva un relato, una construcción inventada, artificial para la transmisión de información basada en hechos verdaderos o comprobables.

EJE 3: IDENTIDADES, SUBJETIVIDADES Y MEMORIAS CONSTRUIDAS DESDE LAS RADIOS

Mary Noemí Esther Gardella, de la Universidad Nacional de Tucumán, es la autora de «Identidades, subjetividades y resistencias al borde. La radio como organizadora de la vida cotidiana», un sugestivo artículo que se constituye en un estimulante disparador de reflexiones en torno a las variables que atraviesan a las radios, en los escenarios político-culturales configurados por las lógicas neoliberales.

Como hecho cultural inserto en la comunidad que configura y de la cual forma parte, la radio se presenta como un proceso social, constitutivo de las interacciones cotidianas donde se desenvuelven procesos de significación. En el marco de fuerzas instituyentes que buscan transformar las supuestas verdades de la sociedad y por fuerzas instituidas que buscan mantener lo establecido, estos procesos de significación están atravesados, en la actualidad, por lógicas neoliberales y contextos globalizados.

La escucha en las radios da cuenta de cierta búsqueda de entretenimiento y de que, tras esa búsqueda, se consumen productos en los que no siempre se dimensiona el sustancial valor simbólico de las representaciones del mundo que proponen.

Para formar parte de este eje asentado en la tríada *identidades, subjetividades y memorias* fue invitado especialmente José Ignacio López Vigil para tratar el papel de la comunicación indígena, originaria y campesina en el actual momento histórico de construcción de los estados plurina-

cionales. Entre otras referencias insoslayables, el autor del mítico *Manual urgente de radialistas apasionadas y apasionados* sostiene:

En nuestros países, los indígenas, y peor las indígenas, no podían levantar la voz, ni siquiera los ojos. El indio *igualado* era sometido a castigo. La única palabra la tenía el patrón, el hacendado. Y así, a base de golpes y gritos, nos fueron haciendo creer que quien tiene la autoridad tiene la razón.

Crecimos en ese clima de autoritarismo y nos contagiamos. Descuidamos la cultura del diálogo, la palabra compartida, la voz de la comunidad. ¿En qué se refleja esto? En los discursos donde no se toleran preguntas libres ni mucho menos opiniones contrarias. En los programas de radio donde no nos arriesgamos a debatir con quienes piensan distinto a nosotros. Solo abrimos los micrófonos a los del mismo color político o ideológico. En creer que tenemos la verdad absoluta y la palabra única. Hablo yo y los demás se callan.

Descolonizar la palabra significa superar los individualismos, los sectarismos y las arrogancias. No puede haber palabra única porque tampoco creemos en el pensamiento único.

Plurinacionalidad significa pluralismo. Diversidad de culturas y diversidad de opiniones, incluso discrepancia de opiniones.

Desde la Universidad Federal de Ouro Preto, en Brasil, Rafael Medeiros y Nair Prata acotan sus reflexiones en las particularidades que revela el proceso de migración de las radios de AM a la modalidad FM, al que caracterizan como el cambio más importante en la configuración de la transmisión brasileña en años, llegando a más del 90 % de las estaciones existentes. De esta manera, «Migración de la radio AM a FM en Brasil: impactos en las experiencias de escucha, dinámicas de proximidad y función social de la radio local»⁸, ahonda en los intersticios de un ecosistema que establece distancias con el argentino:

Los cambios en la estructura de las radios AM representan una reivindicación de las radiodifusoras que tienen pérdidas de rendimiento con la devaluación de ese tipo de emisoras. De las 1781 radios brasileñas que funcionaban

8. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

en la banda AM, 1680 solicitaron una licencia para FM y cerca de 700 ya están transmitiendo en la nueva frecuencia, lo que representa un proceso inédito por la magnitud del cambio. Las radios locales fueron las primeras afectadas por la migración ya que, en ciudades de menor tamaño, había canales ya disponibles para la transmisión de la señal de las emisoras que pasaría a funcionar en FM.

Las reflexiones acerca de las radios locales en Brasil demandan cambios que accionen características intrínsecas a la construcción social, dinámicas de proximidad, marcos geográficos y culturales, agregando las mediaciones digitales. Así, los medios locales se centran en la vida social de la comunidad, reverberando valores, tradiciones, significados y dirigiendo informaciones de importancia en el cotidiano de la población. En Brasil, la radio local es parte del cotidiano de las pequeñas ciudades, con hábitos de escucha compartidos entre generaciones. Indica las horas, confirma acontecimientos, sirve para enviar recados, avisar sobre los fallecimientos, además de ayudar a eternizar valores compartidos socialmente.

En el artículo siguiente, Noelia Mangin y Julio Leandro Risso, de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, describen las fortalezas y las debilidades de «Historias a la vuelta de una esquina»⁹, un espacio cultural y educativo emitido por la señal FM 106.9 Radio UNTDF.

El programa, cuya producción inició en 2018 y su emisión a comienzos de 2019, surgió de nuestro interés por conjugar el mapa urbano de la ciudad de Río Grande con preguntas de carácter histórico, social y político, no solo relativas al ámbito local, sino también regional y nacional. De este modo, pretendimos construir y ofrecer una instancia de reflexión que, a través de la radio y desde Tierra del Fuego, permitiera la proyección de ciertos relatos solapados por las historias hegemónicas, desnaturalizando lo instaurado oficialmente, actualizando cuestiones socioculturales y favoreciendo la reconstrucción de relatos de identidad y memoria, localizables y apropiables territorialmente. Asimismo, buscamos conformar un nicho de audiencia con interés en la historia, cultura y la educación, *aggiornando* la escucha a los consumos en Internet, utilizando como soporte primario la voz/sonidos, mediados por las TIC.

9. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

Cada producción de *Historias a la vuelta de una esquina* se emite de manera aleatoria, rotativa y –por tratarse de una radio universitaria perteneciente a Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales (ARUNA)– con alcance federal, utilizándose el canal de YouTube como repositorio *online*.

La problemática de los archivos sonoros y las memorias que construyen las radios acerca de sus comunidades es el nudo medular del texto titulado «Memorias sonoras, registros escritos e imaginarios sociales sobre LU10 y su contribución a la identidad regional» presentado por Jorge Arabito, en representación de un equipo de docentes y estudiantes de la Universidad Nacional del Centro e integrantes de la Cooperativa de Trabajo Radio Azul Ltda. La invalorable y esforzada tarea de preservar el patrimonio de LU10 Radio Azul, auspiciada mediante el Sistema de Proyectos de Voluntariado y Extensión Universitaria encuentra su contrasena en este significativo relato:

Esta ponencia se nutre de los resultados obtenidos a partir del desarrollo de múltiples acciones destinadas a la recuperación, puesta en valor y disponibilidad del patrimonio documental de LU10 Radio Azul, que comenzó sus emisiones regulares el 25 de octubre de 1952, como filial de LR3 Radio Belgrano y la Primera Cadena Argentina de Broadcasting S. A., bajo el lema «La voz del centro de la provincia». Amplió rápidamente sus filiales en Olavarría y Tandil. Se convirtió en un importante referente radial a nivel regional, con amplia llegada a comunidades rurales y pequeños pueblos más alejados y aislados, que encontraron en Radio Azul un medio de comunicación imprescindible (a veces el único) para la vida cotidiana. Después de casi cinco décadas de salir al aire con su programación en la frecuencia de 1320 KHz, Radio Azul atravesó en 1998 una crítica situación que derivó en su cierre en 2004 y todo su personal fue despedido. Posteriormente, fue recuperada por sus empleados, quienes, en 2013, y luego de otras experiencias organizacionales (como Azul Gestión de Medios S.A.), se constituyeron como cooperativa y sostienen sus fuentes de trabajo y una presencia en el dial que representa, para la ciudad y la zona, uno de los bienes culturales irremplazables. La actual Cooperativa de Trabajo Radio Azul Limitada, manifestó su interés en la preservación de los archivos sonoros de la emisora, contenidos en diversos soportes y formatos».

EJE 4: EL LUGAR Y LOS DESAFÍOS DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

La última sección de este libro reúne cinco indispensables aportes referidos al accionar de las radios universitarias, esa red federal de emisoras públicas que mira desde la perspectiva universitaria los aconteceres del complejo presente.

Este eje contiene «Radio Internacional Universitaria, la instauración de una idea global de radio universitaria» cuya autoría pertenece a Mario Giorgi, de la Universidad Nacional de Avellaneda, y a Daniel Martín-Pena, de la Universidad de Extremadura, en España. El artículo repasa las pacientes tramas que, en los últimos años, distintos colectivos vinculados con los medios universitarios tejieron para fundar una organización que los represente:

La asamblea ordinaria de la Junta Directiva de RRULAC (Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y El Caribe) se desarrolló el 23 de octubre en Madrid. Después de más de tres horas de reunión, se tomó la determinación de transformar la RRULAC en una red de carácter global que pudiese abarcar realidades radiofónicas de otros lugares más allá del contexto latinoamericano. Fue Benito Taibo, presidente de la Red de Radios Universitarias de México quien sugeriría el nuevo nombre para RRULAC, de esa forma nacía la RIU (Radio Internacional Universitaria, Red de Redes), con el claro compromiso de ampliar las emisoras universitarias que forman parte de esta red, con una visión claramente iberoamericana e internacional. Así, la RIU (Radio Internacional Universitaria, Red de Redes) heredaba y proseguía con el buen trabajo iniciado en 2009 por la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y El Caribe (RRULAC). Además, se aprobó un nuevo estatuto para la naciente red presente en dos continentes, Europa y América, por ello se instaura el cargo de la Vicepresidencia Institucional, a la postre una figura que complementa al presidente en el otro continente. De esta manera, la RIU queda presidida por Daniel Martín-Pena en representación de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) y la vicepresidencia institucional queda en manos de Mario Giorgi, en representación de la Asociación de Radiodifusoras de Universidades Nacionales de Argentina (ARUNA).

En este eje se puede leer «La radio pública universitaria y sus desafíos: cooperación internacional entre Uni Radio y la Radio UFRJ»¹⁰, un texto escrito de manera compartida entre Gabriel Galli, de la Universidad de la República Oriental del Uruguay, y Fernando Alvares Salis, de la Universidad Federal de Río de Janeiro.

Esta ponencia tiene como tema central la cooperación académica en curso –2019 y 2020– entre las radios universitarias de la UDELAR¹¹ y la UFRJ¹². A pesar de sus diferencias, ambos proyectos aspiran a contribuir a una mayor presencia de la universidad en los medios de comunicación de masas y las redes sociales, así como al fortalecimiento de la comunicación y las relaciones internas de la universidad. A partir del análisis comparativo del contexto de ambos proyectos, informamos algunos de los avances y resultados del intercambio iniciado en Montevideo en marzo de 2019. Para dar cuenta del proceso, organizamos la presentación en cuatro ejes temáticos, a saber, el cultural, el formativo, el político y el tecnológico.

Por su parte, Sergio Marcelo Salerno, de la Universidad Nacional de Santiago del Estero, nos presenta «Perspectiva territorial y comunicación dialógica y proactiva: una experiencia en red de Radio Universidad de la Universidad Nacional de Santiago del Estero»¹³, que se refiere a:

La creación, desde Radio Universidad, de una incipiente Agencia Universitaria de Noticias y de una Red Provincial de Radios y de Medios Digitales que introduce cambios en el modelo de comunicación, en la jerarquización de la información y en la estrategia comunicativa.

Dicha agencia/red está en funcionamiento desde marzo de 2019 e involucra –en un proceso que se inició en noviembre de 2018– a más de 50 medios del territorio provincial, con los cuales no se tenía comunicación. De esta manera, se superan barreras como el alcance de la emisora y la dependencia de los medios tradicionales.

10. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

11. Universidad de la República (UDELAR), República Oriental del Uruguay.

12. Universidad Federal de Río de Janeiro (UFRJ), República Federativa de Brasil.

13. Ver en *Aportes complementarios*. [N. del e.]

La mayoría de esos medios son radios representativas del abanico provincial: privadas, públicas, campesino-indígenas y eclesiales, las cuales reciben la información producida en el formato de boletines y, a su vez, envían las noticias de sus localidades a Radio Universidad, ingresando a potenciales circuitos académicos, de investigación y de extensión.

Verónica Orihuela Vera, del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey de la Ciudad de México, firma el perspicaz ensayo denominado «La radio universitaria y la generación de comunidades participativas alrededor de los programas sobre violencia de género y diversidad». Uno de sus principales valores se sostiene en un abordaje que la directora de la radio Concepto Radial presenta de la siguiente forma:

La radio tiene entre sus funciones poner el arte y la cultura al alcance de todos. En el caso de la radio universitaria el objetivo se extiende a la discusión y análisis de temas coyunturales, la difusión de la ciencia, así como la promoción de los derechos humanos. En los últimos años han surgido movimientos de diferentes alcances, comunidades académicas, culturales y de diferentes ámbitos que buscan concientizar, educar y visibilizar los problemas relacionados con la violencia de género por el creciente número de actos violentos y falta de justicia de género. Aunque hay diferentes organizaciones civiles trabajando sobre el tema, no hay en la agenda nacional políticas suficientes para erradicar esta situación.

Los medios de comunicación en general tocan por encima el problema, mientras en las redes sociales se suscitan diferentes movimientos como #MeToo para denunciar casos de abuso, acoso y violencia. Sin embargo, hay un camino largo por andar que requiere tomar medidas estructurales y los medios juegan un papel fundamental en términos de difusión, análisis y educación.

En este sentido, se han generado diferentes alternativas en México como Violeta Radio, iniciativa ciudadana y académica para ser una emisora dedicada a los temas artísticos, culturales y relacionados con los derechos humanos de las mujeres. En este documento analizaremos un par de propuestas radiofónicas universitarias (*Rolas sin roles* de Concepto Radial y *RIU diversidad* de la Radio Internacional Universitaria. Red de Redes) que abordan el tema en términos de información, discusión y análisis, así como desde la posibilidad

de construcción de una comunidad participativa y empoderada para enfrentar este problema.

Este cuarto y último eje dedicado al lugar y los desafíos de las radios universitarias incluye también el riguroso texto titulado «Género ¿estás ahí? ... Indagaciones sobre género y sexualidades en las radios universitarias», escrito por Paula Morales, de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC).

Esta ponencia se inscribe en un trabajo de investigación postdoctoral finalizado recientemente (CONICET abril 2017 - marzo 2019) y es parte de la línea de investigación que definimos como *Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio semiótico desde el enfoque de transversalización*.

En la mencionada investigación estudiamos la condición sexo-genérica de nuestras emisoras universitarias, situando el análisis actual en los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), particularmente en sus dos emisoras (Radio Universidad AM 580 y Radio 102.3 FM Más que Música).

Durante las XII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo (2018) presentamos avances respecto de la categoría sexo-género en tanto condición transversal de nuestros proyectos radiofónicos universitarios (aunque a veces oculta o invisibilizada), sus alcances y limitaciones, las variables que involucra y las herramientas metodológicas con las que trabajamos a la hora de producir conocimiento situado en el contexto de emisoras marcadas por la ética pedagógica y de servicios de nuestras universidades.

Con ello dimos pie a un rico diálogo que nos condujo a reflexionar acerca de campos de indagaciones teóricas, éticas, políticas y pedagógicas a la hora de abordar transversalmente el fenómeno del género y las sexualidades.

Hoy nos interesa focalizar la discusión en los *modos* en que opera el *contexto enunciativo e institucional de las emisoras* en la configuración de un universo sociosimbólico-discursivo, tanto al aire como en las auto y heteropercepciones que los profesionales del medio expresan cuando aluden al género y las sexualidades (en adelante GyS). Sobre este aspecto trabajaremos a continuación, recuperando resultados de la investigación y produciendo algunos interrogantes para su debate y revisión.

Sobre estos tópicos diversos, nutritivos, problematizadores y propositivos discurren las páginas de esta obra colectiva, coral, que tiene la voluntad explícita de enriquecer la formación de las y los futuros profesionales de la comunicación radiofónica.

El 27 de agosto de 2020 la radio acreditó 100 años. Que es lo mismo que decir, que agendó 365 000 días de historia, o 1200 meses de infatigable e ininterrumpida carrera, o –si se prefiere– 876 000 horas o su equivalente: 52 560 000 minutos de implacable vigencia.

Pues bien –y después de las disculpas del caso por haber agrupado y compartido esta excesiva mención de cifras numéricas– creo que las mismas me justifican para decirles que, en estas breves líneas del cierre, resultaría improcedente dar cuenta de esos 52 560 000 minutos de historia compuesta por palabras y sonidos múltiples que habitaron y, aún hoy, siguen habitando el mapamundi de nuestro medio invisible.

Por eso, lo que sigue y hasta el punto final estará dedicado a enumerar algunos profundos, afectuosos y compartidos agradecimientos cuyo listado espero poder completar:

En primer lugar, gracias a *los locos de la azotea*, que habilitaron este territorio de sentidos donde se abrieron los surcos para que germinen orgullosas estas semillas del aire.

Gracias a tantas y tantos realizadores que, desde la operación técnica, la locución, el periodismo en sus múltiples carnaduras, el humor, la ficción, o el deporte, la preproducción y la producción, la musicalización y la redacción de los guiones o la coordinación del aire, abrieron esas insoslayables ventanas para que se nos activen los impredecibles ojos del imaginar.

Gracias a tantas escuchadoras.

Gracias a tantos oyentes.

En fin, gracias a esa cómplice audiencia que fraguó una relación entrañable que continúa atenta y activa cuando se está en busca de información creíble o de distracción.

O cuando se rastrea dónde estará esa estimulante y única usina que posibilita parir esas formas de hacer ver a través de los oídos.

O –como está ocurriendo en estos raros días de pandemia ante tanta incertidumbre, sufrimiento o perplejidad– cuando ese otro, o esa otra, sale a encontrar esos partes del aire para sentirse acompañada o para sentirse

acompañado y amenguar la sensación de alimonada tristeza que genera el distanciamiento sanitario preventivo y necesario que se ha globalizado.

Como era previsible, difícilmente la lista de agradecimientos la pueda concluir.

Todas y todos lo sabemos.

El tiempo –en radio– es tirano...

Y el aire no es ilimitado.

En la radio el aire está rigurosamente acotado a los designios fortuitos que imponen los implacables relojes...

Y, como lo demuestra este largo siglo de palabras y sonidos que construyeron ciudadanías y memorias, identidad nacional y social y también imprescindible futuro, a veces, está bueno –muy bueno– ser breves, concisos, claros y compactos.

Ocurre que –al igual que en la hora fundacional, cuando Enrique Télmaco Susini, César Guerrico, Miguel Mujica, Luis Romero Carranza y el olvidado Ignacio Gómez Aguirre (a quien nos empeñamos en desocultar) pusieron en acción una utopía comunicacional– 1209 meses después la llama sigue ardiendo. Y, arderá, para nada lo dudo, por mucho tiempo más.

Celebremos a las radios. Con quienes cotidianamente las hacen y las investigan.

Celebremos a las radios. Con quienes día a día las estudian y las disfrutan.

Celebremos a las radios. A las universitarias, a las escolares, a las de los pueblos originarios y a las comunitarias y a las ciudadanas.

Celebremos a las radios. A las públicas y a las *online*.

Celebremos a las radios. A las generalistas, a las especializadas y a los *podcasts*.

Celebremos a todas las radios. A la que cumplió 100 años y a las que están por venir.

En fin, como parte de esta comunidad imaginada, celebremos las claves para entender por qué encendemos la radio, a través de cualquier plataforma, en estos tiempos de Coronavirus.

Reivindiquemos tanto la intimidad como la confianza, la cercanía y la *copresencia* como esas características que hacen que se resignifique la escucha de la radio durante el transcurrir de la pandemia.

Así es... lo sabemos... el tiempo en radio es tirano.

Por aquí llueve mansamente, en un sábado gris, que no es un sábado más.

Desde el barrio de Caballito, en el centro geográfico de la Ciudad de Buenos Aires, parten estos fraternales abrazos de radio, en este impar 15 de mayo de 2021.

BIBLIOGRAFÍA

- ALEMÁN, Jorge (2021). «Estamos conociendo por primera vez un fin de época». *Página 12*. [Consulta: 17 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/336034-jorge-aleman-estamos-conociendo-por-primera-vez-un-fin-de-ep>
- BENEDETTI, Mario (2004). *Memoria y esperanza*. Un mensaje a los jóvenes. Barcelona: Editorial Destino.
- CHIGNELL, Hugo (2019). *Drama radiofónico británico 1945-63*. Londres: Bloomsbury Academic.
- MATA, María Cristina y Silvia Scarfía (1993). *Lo que dicen las radios*. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico. Quito: ALER.
- MONTERROSO, Augusto (s/f). *El dinosaurio*. [Consulta: 01 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://ciudadseva.com/texto/el-dinosaurio/>
- SCHAFER, Murray (2010). [Consulta: 02 de marzo de 2022]. Disponible en: [Murray shafer - Trabajos de investigación - 1777 Palabras \(buenastareas.com\)](#)

EJE 1

PENSAR, ENSEÑAR E INVESTIGAR
A LAS RADIOS

PONER EN MARCHA PROCESOS DE GESTIÓN COMUNICATIVA TRANSFORMADORA

Ricardo Haye

1. INTRODUCCIÓN

Allí adelante nos aguarda un horizonte extraordinariamente complejo.

¿Cuál debe ser el papel de la radio en una coyuntura que reclama urgentes cambios de rumbo? ¿Cómo equilibrar una producción de contenidos que necesita enfocar aspectos dolorosos de nuestra realidad (alta desocupación, destrucción del tejido productivo, índices de pobreza e indigencia en crecimiento, fuerte retracción de los niveles de ingresos, precarización de las condiciones laborales, hambre, una deuda externa desaforada que compromete y condiciona a futuras administraciones, amplios sectores del Poder Judicial y el sindicalismo profundamente desacreditados, discusiones sociales como la de la interrupción voluntaria del embarazo distorsionada por creencias religiosas y prejuicios morales) tanto como producir abordajes que recuperen el sentido festivo de lo popular y eviten que cunda el fatalismo, la resignación y la desesperanza?

Esta presentación propone el trazado de un modelo de gestión comunicativa que entienda la acción transformadora de los grupos y organizaciones como un proceso de interacción creativa y comunicativa entre los participantes.

La idea básica es que una comunicación de sesgo transformacional sirva a las personas para estimular la reflexión sobre sus ideas y sus acciones. Pensamos sobre todo en la responsabilidad que les cabe a los medios universitarios para impedir la alienación de los individuos mediante el afianzamiento de sus identidades, así como de las convicciones en torno

a la defensa del estado de derecho, el resguardo de nuestra soberanía, el fortalecimiento de lazos solidarios y la vertebración de proyectos de gobierno con decidida voluntad inclusiva.

Para ello proponemos una estrategia comunicativa de transformación basada en procesos de:

- a. identificación de la realidad;
- b. búsqueda y postulación de alternativas de acción encaminadas a modificar esa realidad;
- c. desarrollo de las opciones de solución;
- d. evaluación en el campo de aplicación y readecuación de los procedimientos para reiniciar los mismos procesos a medida que se va transformando esa realidad.

Concluiremos señalando que, para ello, el potencial radiofónico debe hacer posible la gestación de audiencias informadas, con opinión propia y actitud crítica e innovadora hacia el futuro. En la medida en que lo hagan, las emisoras recibirán de sus audiencias reclamos de mayor calidad de sus ofertas, conformando así un círculo virtuoso destinado a beneficiar a productores y a receptores por igual.

2. RADIO Y GESTIÓN DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN

Siempre hemos preferido hablar de *temática* antes que de *problemática*, porque reducir la perspectiva solo a los problemas deja afuera de la ecuación a las formas populares de elaboración de la realidad que, incluso en las situaciones más complicadas, permanentemente resguardan un lugar para lo que Daniel Prieto Castillo ha llamado «la fiesta del lenguaje» (Prieto Castillo, 1986: 12).

Evitar lo festivo, eludir la risa, renunciar al equilibrio entre lo denso y lo ligero, es profundamente reaccionario. Tiende a congelarnos en situaciones oprobiosas. Nos quita posibilidades de levantar la cabeza, nos condena a la desesperanza, la resignación, el fatalismo.

No obstante, no se nos escapa que el horizonte que la Argentina tiene por delante es complejo; que atravesamos una situación cuyas condiciones objetivas se han visto agravadas exponencialmente a lo largo de los últimos cuatro años y que, por consiguiente, el equilibrio pretendido se

torna mucho más dilemático y complicado de alcanzar. En consecuencia, la coyuntura demanda un mayor esfuerzo para que nuestra discursividad no ahogue ni aplaste la necesaria voluntad transformadora que este tiempo reclama.

Con estas prevenciones ensayaremos un inventario, seguramente parcial, pero que puede distinguirse apenas con observar una realidad cotidiana poblada por inconvenientes de todo tipo. El mundo conflictivo que nos rodea exhibe problemas más grandes y pequeños; algunos son de naturaleza individual y otros, colectiva. Se manifiestan tanto en la súper como en la infraestructura. Unos afectan a grupos desarticulados y otros perjudican incluso a colectivos organizados. Los ejemplos que citamos son apenas algunos de los que surgen de indicadores sociales elocuentes y preocupantes:

- ✓ La industria argentina perdió 137 000 puestos de trabajo en los pasados tres años¹⁴.
- ✓ Desde abril de 2016 al mismo mes de 2019 cerraron sus puertas más de 16 000 Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES)¹⁵.
- ✓ La Argentina tiene hoy 13 000 000 de pobres y más de 2 500 000 de indigentes¹⁶.
- ✓ 6 000 000 de habitantes pasan hambre y 20 % de los niños argentinos está desnutrido¹⁷.

A estas estadísticas alarmantes se les pueden agregar los datos que provienen de la simple constatación empírica de cualquier observador atento de la actualidad:

- ✓ Continúan registrándose casos de violencia de género.
- ✓ En el nivel medio de escolaridad crece el número de adolescentes embarazadas.
- ✓ Existen numerosos desocupados al término de la temporada de cosecha.
- ✓ Con la llegada del invierno en los hogares humildes recrudecen los accidentes en torno al fuego.

14. Son datos del Observatorio de Políticas Públicas de la Universidad Nacional de Avellaneda.

15. Información de la Asociación de Empresarios Nacionales, con datos de la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP).

16. Dato de la Universidad Católica Argentina.

17. Datos de la Universidad Católica Argentina.

- ✓ La falta de alumbrado público incrementa la inseguridad en barrios periféricos.
- ✓ Los colegios enfrentan serios problemas edilicios, pero, además, la calidad de su oferta educativa acumula serios cuestionamientos.
- ✓ La ciudad carece de espacios verdes adecuados.

La comunicación no se ofrece como una panacea para todo eso y estaría mal que la viéramos así, pero constituye una posibilidad efectiva para llegar a ver y analizar la realidad, evaluar sus consecuencias y también para buscarle soluciones cuando haya que encontrárselas.

Simplemente recurriendo al recurso socrático del interrogante, cualquier realizador podría indagar a quiénes golpea más la crisis; qué tipo de preparación profesional, laboral y anímica tienen para enfrentarla; quiénes y cómo han logrado sortearla; qué ocurre con los que no consiguen hacerlo. Por supuesto, la realización no debiera agotarse en esas etapas, so riesgo de incurrir en conceptualizaciones que solo atinan a solazarse con la recurrencia del drama. Una tarea proactiva, buscaría antecedentes similares, exploraría soluciones alcanzadas en otros momentos o lugares; procuraría establecer correspondencias y modos de aplicación al contexto y circunstancias actuales.

Con las dosis adecuadas de curiosidad y sensibilidad ofrecería retratos humanos movilizados, propondría ejemplos aplicables, estimularía acciones individuales de construcción comunitaria, propendería a la movilidad social ascendente.

3. LA COMUNICACIÓN TRANSFORMACIONAL

El potencial transformador de la comunicación puede permitirnos hablar de la *comunicación transformacional*.

La expresión tiene una fuerte resonancia mercantil y suele escucharse mucho en círculos empresariales y en ámbitos relacionados con la publicidad y la mercadotecnia. *Pero eso no significa que no podamos observarla bajo otro paradigma.*

Por ejemplo, el de un modelo de gestión que entienda la acción transformadora de los grupos y organizaciones como un proceso de interacción creativa y comunicativa entre los participantes.

La idea es que la *comunicación transformacional* sirva a las personas para provocar la reflexión sobre sus ideas y sus acciones y se traduzca en capacidad para desarrollar el pensamiento, la creatividad y la acción modificante.

En este sentido, la transformación se pregona cuando hay necesidad genuina de ella, ya sea porque enfrentamos un orden social degradado, porque existe intolerancia o injusticia de cualquier tipo o, más sencillamente, porque las cosas no están como creemos que deberían estar. En todos los casos, la acción estará dirigida a cambiar *lo que es* por *lo que debería ser* y tendrá como centro neurálgico una práctica significativa de producción e interpretación de sentidos, diseñada y producida para ser vehiculizada a través de la radio.

Resuelto en términos esquemáticos, recurrimos a la acción comunicativa transformadora cuando nos encontramos ante:

- ✓ Una situación-problema concreta, que hay que conocer.
- ✓ El deseo de un futuro distinto.

Esa contradicción da origen a:

- Un objetivo (de cambio de la situación-problema).
- Varios caminos posibles para alcanzarlo (alternativas).
- La selección de la/s mejor/es alternativa/s.
- La organización del plan de trabajo.
- La ejecución de ese plan.
- La evaluación de los resultados.

Este es un esquema que se puede aplicar a diferentes escalas. Desde la del estado-nación, hasta la más reducida, de alcance local y comunitario. En esta dimensión cobran más relevancia las personas, que se referencian con mayor facilidad, que salen de la abstracción de una estadística y toman protagonismo. Y luego, por supuesto, las organizaciones e instituciones de su entorno: el municipio, el hospital o el centro de asistencia, la junta vecinal, la biblioteca popular, la escuela, los galpones de empaque, las pequeñas y medianas empresas.

Gestionamos la comunicación con vistas a conseguir algún objetivo concreto, pero sobre la base de ciertos principios anteriores: confrontando con la concepción fatalista de la historia según la cual el destino de la humanidad ya está predeterminado y es inmodificable. Nuestra acción

transformadora pretende que los seres humanos ejerzan su capacidad de influir sobre su porvenir.

El concepto-fuerza con el que asociamos el proceso de la comunicación es el de la *dinamización social*. Esta noción involucra acciones tendientes a:

- Alentar debates que conduzcan a la producción de comentarios acerca de temáticas sociales de registro amplio (precarización laboral, emergencia alimentaria, niñez desprotegida, situación de la mujer, respeto por las diferencias, estado de la educación y la salud, desfinanciamiento universitario, condición de las economías regionales, etc.).
- Promover la dinamización social a partir del impacto cultural que la radio provoca a nivel comunitario (para activar procesos de mejora de la calidad de vida) e individual (para instalar valores positivos, como la solidaridad, el compromiso o la participación).

Los procesos comunicativos conectados con el propósito de la dinamización social pueden incluir:

- contenidos para la infancia y la tercera edad;
- asesoramiento legal y jurídico;
- asesoramiento laboral;
- formación sanitaria (higiene y profilaxis);
- orientación familiar (economía doméstica, planificación, afectividad de la pareja);
- sensibilización individual para adherir al impulso de políticas sociales inclusivas;
- propuestas que amplíen progresivamente el acceso y disfrute de los bienes culturales por parte de todos los sectores sociales.

Esto es lo que algunos autores denominan «comunicación para el desarrollo», una definición a la que recurrimos pese a su reminiscencia de las políticas desarrollistas y sus intenciones manipuladoras, que se basa en cuatro grandes categorías:

- Motivación
- Información
- Enseñanza
- Modificación de conductas

Motivación: se utiliza la comunicación para conseguir que la gente reflexione sobre algo, e incluso, en última instancia, para que actúe sobre ello. Los mensajes sobre temas políticos con frecuencia tratan de fomentar en la población el patriotismo nacional; los contenidos sobre ambientalismo tratan de motivar a las personas para que sean más sensibles ante la preservación de su entorno natural y las propuestas religiosas tratan de infundir esperanza, amor al prójimo o paz interior (y, obviamente, de ganar fieles e –incluso– obtener sus óbolos).

Información: en este modo se incluyen las producciones de noticias locales, nacionales e internacionales; las noticias en relación con la agricultura, el tiempo atmosférico, e información sobre actividades sociales y servicios de interés para el oyente. La publicidad puede servir, a la vez, tanto para motivar como para informar o para incentivar el consumo.

Enseñanza: utilización de la comunicación para la adquisición de aquellas destrezas cognoscitivas más generalizadas, comunes a muchas actividades; las más frecuentes son el aprendizaje de la lectura y de la numeración, pero también se incluyen las destrezas generales de acceso a la información como son la capacitación para utilizar un diccionario, un listín de teléfonos o cualquier otro tipo de información archivada. Asimismo, es importante la enseñanza de las destrezas activas; estas se imparten en mensajes que enseñan a las madres a preparar comidas más nutritivas para sus familias; a los agricultores a plantar una mejor cosecha de grano; al público en general a aplicar los primeros auxilios en caso de accidente.

Modificación de conducta: los contenidos que aconsejan a la gente una actividad determinada sin tratar de explicar mucho de ella. El aprendizaje es mínimo y solo se requiere que la gente siga determinadas indicaciones, por ejemplo, los mecanismos de cómo vacunarse, cómo votar, cómo matricular a los niños en las escuelas, etc.

Esta no es más que una de las formas posibles de agrupar las metas o propósitos de la comunicación para el desarrollo y a ella, por cierto, se le podría cuestionar el fuerte vaho conductista que se desprende de algunas de sus expresiones: «modificar la conducta», «conseguir que la gente reflexione y actúe sobre algo», «solo se requiere que la gente siga determinadas indicaciones».

Este propósito de cambiar conductas del otro formó parte de cierta corriente de pensamiento que, a comienzos del siglo xx, se conoció como behaviorismo y que se despreocupó por el desarrollo de una teoría de los procesos mentales.

Una centuria más tarde conviene tenerlo presente para evitar los riesgos de una comunicación sesgada o la intención de manipulación que pueda existir en personas o grupos dedicados a la intervención social.

La presentación por separado de estas cuatro categorías no impide que se puedan producir cruces entre ellas. Motivar para el cambio bien podría ser el propósito de acciones comunicativas dirigidas a promover valores positivos como la participación social fraterna, la distribución justa de la riqueza o el respeto por la naturaleza y, al mismo tiempo, erradicar las conductas autoritarias, misóginas, discriminadoras, egoístas o antisolidarias.

En el ámbito de la radio, la vocación conductista de incidir sobre las audiencias se desarrolló a partir de estrategias de estímulo y respuesta, las que muchas veces crearon una ilusión de participación que nunca fue tal. Cuando la intervención del receptor se limita a enviar mensajes vacuos como respuesta a consignas pueriles, mal podemos presumir de una participación seria de los oyentes, que no deciden sobre los temas de consulta.

En todo caso, modificar las conductas debiera ser, antes que nada, un auto-mandato que nos permita gestar una comunicación apelativa, estimulante, que despierte voluntad de compromiso y propicie prácticas sociales auspiciadas por la vocación del bienestar colectivo.

4. DESTINATARIOS DEL PROCESO COMUNICATIVO

El proceso comunicativo que gestionamos puede tener diferentes destinatarios:

- La propia comunidad (para que cobre conciencia, se comprometa en su propio desarrollo).
- Sectores o grupos de esa comunidad (para que refuercen su autoestima, o abandonen su indiferencia).
- El poder, en cualquiera de sus formas (para demandar acciones reparadoras, de justicia y equidad distributiva, etc.).

Pero, en tanto gestionamos la comunicación como un conjunto de actividades orientadas hacia un fin o un objetivo, nuestra tarea exige ordenar los pasos, considerar los recursos disponibles, establecer los momentos de inicio y finalización. En definitiva necesitamos contar con un proyecto.

Como ya fue dicho, ese proyecto habrá de considerar cuáles resultan las alternativas más adecuadas.

En este sentido, América Latina posee una vasta experiencia en procesos de comunicación alternativa, popular, comunitaria, educativa y/o participatoria de la que se pueden extraer valiosos conocimientos.

En la mayoría de los casos donde estuvo involucrada la actividad radiofónica, sus protagonistas coinciden en destacar que esa labor es plenamente complementaria de la tarea personal en terreno.

Sin embargo, existen otros mecanismos que muchas experiencias también han implementado en forma igualmente complementaria: folletos, cartas personales, historietas, periódicos, afiches, espectáculos en vivo, proyecciones de video, teatro, etc. A todos ellos, habría que sumar los sitios y aplicaciones que en el mundo virtual de Internet habilitan las redes sociales, permitiendo el establecimiento de relaciones entre individuos o el intercambio de información entre personas y organizaciones. Es un requisito indispensable a la luz, sobre todo, de la implementación exitosa de estrategias discursivas transmediales.

En el caso que más nos interesa, el de la producción radiofónica, un relevamiento de Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) realizado hace varias décadas demostraba que la estructura más utilizada era la simple y rutinaria locución de textos. Más rezagadas venían otras formas de mayor complejidad –pero también más ricas– como las que habilitan las estructuras dialogales y dramáticas. No hay motivos para sospechar que esa realidad haya cambiado significativamente.

En consecuencia, el destinatario de los textos sonoros debe contentarse con productos de expresividad deprimida y exigua o nula capacidad de provocar fruición perceptual.

Las causas de esa estética empobrecida deben buscarse en decisiones empresariales que procuran el rédito fácil con la menor inversión posible y también en la pereza intelectual de muchos realizadores. Pero una de las mayores dificultades que enfrentan las experiencias de gestión comunicativa radiofónica es la falta de información acerca de las características, ne-

cesidades e intereses de sus destinatarios. Entre otras consecuencias, esta desinformación genera problemas para el uso de un lenguaje adecuado a las características culturales y los gustos de sus oyentes.

Por otra parte, la carencia informativa también puede obedecer al desinterés que la comunicación de matriz comercial suele exhibir respecto de colectivos sociales con participación minúscula o inexistente en las dinámicas propias de una economía de mercado. Nada justifica esa desidia de parte de sectores privados que administran *ocasionalmente* un medio partícipe del servicio público de comunicación, pero aún es menos tolerable en responsables y trabajadores de cualquier medio de titularidad pública o comunitaria.

Existen, además, otros inconvenientes que también provocan complicaciones. Entre ellos pueden citarse la falta de recursos humanos, técnicos y económicos; la necesidad de mayor énfasis en la planificación de la producción; la debilidad de los mecanismos de validación de los mensajes o la escasa participación de la comunidad en la producción de comunicación.

Los problemas más recurrentes que se verifican en aquellas comunidades donde operan estos procesos de comunicación son los relacionados con la carencia de servicios básicos o de infraestructura: necesidad de construir caminos y vías de comunicación; urgencia de contar con calles asfaltadas, agua potable, cloacas, luz eléctrica, alumbrado público, dispensario y edificios escolares.

En un segundo nivel de importancia aparecen las carencias en los ámbitos de la alfabetización, educación, salud, nutrición, desempleo o falta de fuentes laborales y falta o inadecuada tenencia de la tierra.

Menos significativas aparecen las necesidades de capacitación en nuevas técnicas agrícolas y ganaderas y de capacitación y asesoramiento en mecanismos de comercialización.

Finalmente, la propia comunidad percibe como escasamente relevantes, en general, los problemas originados en la precariedad de las viviendas, carencia de parques y lugares de recreación, situaciones de alcoholismo o drogadicción y desorganización y desintegración de la vida familiar y comunitaria (ALER, 1982: 40).

En esta gradación de dificultades nos parece oportuno incorporar un par de ítems que no deberían quedar al margen. Uno de ellos se refiere a la necesidad de forjar una nueva estructura productiva que incorpore valor

agregado a nuestras materias primas y su necesario correlato en la calificación de la mano de obra empleada. El planteo guarda estrecha relación con nuestra sustentabilidad como nación soberana.

El segundo aspecto a tener en cuenta es el de la gratificación perceptual de los usuarios. El deleite estético, la posibilidad de propiciar espacios de disfrute no puede ser ignorada por ninguna propuesta comunicativa genuinamente interesada en el bienestar de sus seguidores.

Todo esto constituye material para abastecer los contenidos de un plan de gestión comunicacional con eje en la radio.

5. PASOS EN UN PROCESO DE GESTIÓN COMUNICATIVA

5.1. PROBLEMA Y DIAGNÓSTICO

De un *asunto* inicial algo vago, pasamos a precisar el problema que dará origen al proyecto. Para ello hay que seleccionar (acotar, ponerle límites) la situación motivo de nuestra acción y precisarla adecuadamente, para lo cual contribuirán los diagnósticos. Casi siempre el problema *está allí*, aunque a veces existan dificultades para visualizarlo, definirlo, precisarlo. El diagnóstico debe captarlo en su vinculación con los sujetos que lo padecen. Nuestros registros deben nutrirse abundantemente con datos de estas personas y su entorno, así como de cualquier otro sector externo que pueda estar relacionado o configurar un posible destinatario de la comunicación.

5.2. OBJETIVOS

Responden a la pregunta: ¿qué queremos hacer para cambiar la situación? Tienen sus raíces en lo que *es*, pero miran al futuro, a un *deber ser* posible. Recalcamos la importancia de detenerse en una buena formulación de objetivos. Para ello seleccionamos algunos posibles y analizamos los supuestos que hay detrás: su viabilidad política y técnica dada cierta realidad y en función de algunos valores deseados (¿a dónde nos llevarían?, ¿es bueno eso?).

5.3. ESTRATEGIAS

Es el análisis de los caminos para lograr los objetivos. Primero vemos las alternativas posibles, luego trabajamos más en las que nos parecen mejo-

res y, por último, elegimos las más apropiadas, mediante un análisis serio de su viabilidad de realización y sus posibilidades de éxito. No se trata de una reflexión menor en tiempos en que la espectacularización atraviesa el fenómeno de la comunicación, vaciando muchas veces de interés el debate de las ideas.

5.4. DISEÑO Y EJECUCIÓN

Los caminos han sido marcados. Si la tarea incluye a variados soportes y estructuras de mensajes, comenzará el diseño de cada una con el especial cuidado por la complementariedad o suplementariedad entre ellos. Si el proceso es llevado adelante por subgrupos será importante el cruce de información y el muestreo de los avances realizados, no solo para preservar la coherencia y la identidad, sino porque una propuesta puede actuar como disparadora de otras. La escala de producción estará definida por el alcance del proyecto: obviamente en una acción comunicativa contra la utilización de combustibles contaminantes con plomo, desplegada a nivel nacional (o internacional) podría plantearse la utilización de sistemas de televisión (abierta, por cable, por satélite), radio, prensa, afichería, etc. En cambio, para sensibilizar a la comunidad de un pequeño barrio respecto de las ventajas de mantener la higiene en las calles, puede bastar una serie de micros variados en la radio local, un mural y algunas charlas de médicos y agentes sanitarios en la junta vecinal.

5.5. EVALUACIÓN

El contexto de la acción muchas veces reacciona de manera hostil ante la reflexión y la evaluación. Sin embargo, esta instancia no puede quedar excluida para ir formulando los ajustes y correcciones que hagan rendir mejor a la presente gestión o a las que están por venir. La evaluación debe ser desapasionada, confiable y válida. Cada vez que se pueda contar con ella, merece la incorporación de miradas externas. La evaluación no debe alcanzar únicamente el final de la gestión (evaluación sumativa) sino también y, especialmente, su proceso de desarrollo (evaluación formativa). Esta fase debe ser vivida como una magnífica ocasión para activar un proceso de aprendizaje.

6. COMUNICACIÓN E INTERVENCIÓN SOCIAL

La comunicación puede servir indistintamente al afianzamiento de las identidades como a la alienación de los individuos, pero en momentos en que crece la desigualdad, los niveles de ingresos sufren fuertes retrocesos, el gasto social se reduce, se precarizan las condiciones laborales y contractuales, el campo social se atomiza y adelgazan las redes colectivas de solidaridad, no podemos desechar de antemano las posibilidades de construcción transformadora que nos ofrece. Como se expresa en la Figura 1, la radio cumple con numerosas funciones en el tejido social.

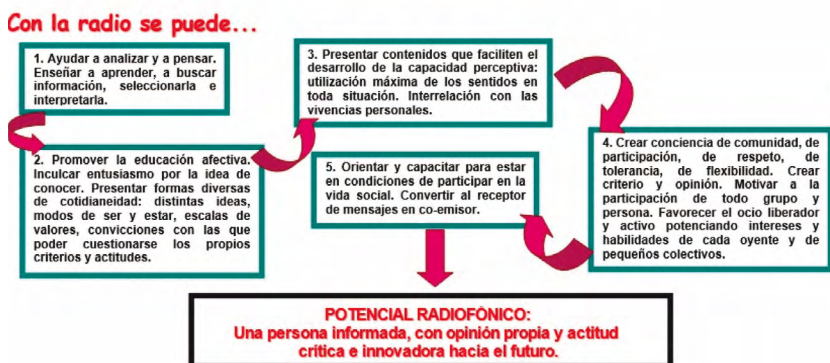


FIGURA 1. El potencial radiofónico

FUENTE: elaboración propia.

Estos procesos implican niveles de intervención social. La ruta que siguen queda configurada, tal como se señala en la Figura 2, a través de diferentes instancias que resultan en una transformación social.

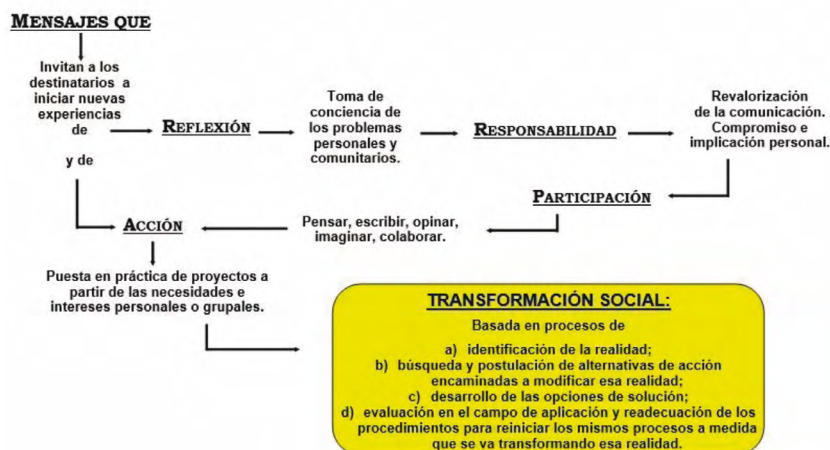


FIGURA 2. Mensajes que transforman la sociedad

FUENTE: elaboración propia.

7. LAS RADIOS UNIVERSITARIAS Y SUS POSIBLES APORTES

Sin el apremio del lucro económico ni la tozudez de perseguir obtener la máxima utilidad con el mínimo esfuerzo, pero con la garantía de disponer de un elenco extraordinario de especialistas académicos en múltiples disciplinas, las radios universitarias poseen los atributos necesarios para desarrollar en óptimas condiciones una comunicación transformacional eficaz.

Las programaciones de estas emisoras debieran alojar productos que reflejen de modo claro e inmediato sus rasgos distintivos respecto de la oferta de la radiodifusión mercantil. Frente a las estructuras abrumadoramente reiterativas que la radio comercial pone en juego en materia semántica y estilística, los medios universitarios deben fortalecerse desde la diversidad de contenidos y formas.

La lista de ejemplos puede ser colosalmente amplia, por lo que nos contentaremos con citar apenas un puñado de posibilidades:

- Ciclo de economía doméstica basado en las experiencias y testimonios de los oyentes acerca de construcción de viviendas, gastronomía, horticultura familiar, emprendimientos comunitarios, asociacionismo vecinal, etc.

- Ciclo de documentales dirigidos a crear conciencia acerca de la necesidad de proteger la naturaleza.
- Ciclo de historias de vida consagrado a personas que hayan contribuido significativamente al progreso de la humanidad.
- Ciclo de entrevistas a realizadores culturales.
- Ciclo de informes acerca de la tarea de artistas y artesanos populares.
- Ciclo de paisajes sonoros de nuestra región.
- Ciclos de difusión y apreciación sobre músicas del mundo.
- Ciclo revisionista con *entrevistas* a figuras de nuestra historia.
- Ciclo de análisis literario con ilustraciones dramáticas.
- Ciclo de análisis fílmicos.
- Ciclo que funcione como un GPS informático y oriente a diferentes grupos de audiencia hacia sitios de la web útiles y valiosos para sus gustos, expectativas y necesidades.
- Ciclo de tertulias en donde la actualidad es revisada desde perspectivas filosóficas, antropológicas y sociológicas.
- Ciclo de adaptaciones radiofónicas del riquísimo acervo de historias argentinas (Oesterheld, Quino, Trillo, Altuna, Fontanarrosa, Barreiro, Sampayo, Casalla, Giménez López, Alcatena, etc.).
- Ciclo de análisis poético sobre las grandes letras del tango (Alfredo Le Pera, Celedonio Flores, José González Castillo, Francisco García Jiménez, Enrique Cadícamo, Homero Manzi, Enrique Santos Discépolo, Cátulo Castillo, Homero Expósito, Horacio Ferrer, Eladia Blázquez, etc.).
- Ciclo de análisis poético de los grandes autores del folklore argentino (Atahualpa Yupanqui, Manuel J. Castilla, Armando Tejada Gómez, Teresa Parodi, Hamlet Lima Quintana, José Larralde, Linares Cardozo, Aníbal Sampayo, etc.).
- Ciclo de análisis poético de las grandes letras del rock argentino (Nebbia, Spinetta, García, Cantilo, Gieco, Páez, Cerati, etc.).
- Ciclo de crónicas de viajes que permitan conocer y poner en valor otras culturas, costumbres e historias.
- Ciclo de relatos infantiles que favorezcan la entrada de los pequeños al mundo de la literatura.
- Ciclo dedicado a valorizar el papel de los adultos mayores en nuestra sociedad.

- Ciclo dedicado a la memoria y el respeto por los derechos humanos.
- Ciclo de biografías relevantes, desde San Martín a Pérez Esquivel; desde Juana Azurduy hasta la madre soltera que cría a sus hijos y administra el comedor popular del barrio.
- Ciclo de orientación vocacional apoyado en la difusión de carreras estratégicamente significativas para el desarrollo de la nación.
- Ciclo de relevamiento acerca de la existencia y funcionamiento de los servicios públicos, con orientación para los reclamos de la audiencia.
- Ciclo con información y promoción de políticas en defensa del consumidor.
- Ciclo de apoyo a la constitución de emprendimientos cooperativos y comunitarios.
- Ciclo de soporte y promoción de toda forma de organización popular.
- Ciclo de geopolítica que provea información y facilite la comprensión de los comportamientos políticos internacionales.
- Ciclo de historia de las ideas que documente la evolución de nociones de diverso orden a lo largo del tiempo.
- Ciclos de dramaturgia unitaria y seriada, especialmente concebidos para radio y dirigidos a espolear la imaginación de sus audiencias.

Son propuestas como estas las que posibilitarán la gestación de audiencias informadas, con opinión propia y actitud crítica e innovadora hacia el futuro. Y esas mismas comunidades de oyentes serán las que demanden a las emisoras mayor calidad en las ofertas, conformando así un círculo virtuoso destinado a beneficiar tanto a productores como a receptores por igual. Las transmisiones conjuntas, la colaboración recíproca, los mecanismos de intercambio y las estrategias de coproducción son instancias que –al ponerse en marcha– robustecerán las grillas programáticas de cada estación universitaria y comenzarán a cristalizar la presencia efectiva de un auténtico sistema de radiodifusión universitario que acerque equilibrio al que hasta la fecha es un paisaje con férrea hegemonía de sectores vinculados al puro interés crematístico.

8. UNA RADIO DESEABLE Y UN FUTURO POSIBLE

Históricamente los brulotes eran embarcaciones cargadas de explosivos, combustibles y materiales inflamables que se utilizaban para impactar e incendiar naves enemigas, puentes estratégicos o edificaciones portuarias. En la Argentina, a la expresión le asignamos el significado de un dicho ofensivo, indecente o grosero. Varias de las realizaciones que pueden escucharse en nuestras radios tienen el aspecto ordinario y áspero de una barcaza que marcha a estrellarse contra la inteligencia y la sensibilidad de los oyentes.

Ser consecuentes con la opción por la transformación, nos requiere la producción de ciclos que contribuyan a corregir la situación actual de muchas propuestas condicionadas por campos temáticos limitados y edificadas sobre bases de descontextualización, deshistorización y reducción causal. Las programaciones de numerosas emisoras se apoyan en una discursividad de sesgo autoritario, que procura imponer sus propias consignas interpretativas y abunda en la utilización de verbos de obligación («compre», «viaje», «beba», «vote»). Ese estilo impositivo merece ser contrastado con el de una comunicación *invitante*, respetuosa del interlocutor, amable y –sobre todo– inteligente, ingeniosa y creativa.

La comunicación transformacional que proponemos necesita ser construida con agudeza y elegancia porque, a la postre, la delicadeza reeditarán más que la grosería y la vulgaridad. Si deseamos que la humanidad sea mejor debemos conseguir que el gesto sutil rinda más que el acto desaforado. La radio es una plataforma extraordinaria para que esos futuros deseables (futurables) comiencen a convertirse en futuros posibles (futuribles).

9. BIBLIOGRAFÍA

ALER, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (1982). *Análisis de los sistemas educativos radiofónicos*. Quito: ALER.

PRIETO CASTILLO, Daniel (1986). *La fiesta del lenguaje*. México: UAM-Xochimilco.

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA INVESTIGAR LA HISTORIA DE LV 13 RADIO SAN LUIS¹⁸

Daniel Toledo

1. INTRODUCCIÓN

La metodología es la modalidad en que se enfocan los problemas en búsqueda de respuestas. En el caso particular de las ciencias sociales es aplicable a la forma o manera de encauzar la investigación. La propuesta que aquí se presenta se construyó para indagar la historia de la Radio San Luis durante sus primeros diez años de desarrollo (1942-1952). Por un lado, el abordaje teórico, adhirió a una perspectiva histórica en las instituciones de comunicación, que siguió el enfoque de Schudson (1993) investigador que relaciona la historia de los medios de comunicación con la historia cultural, política, económica y social; autor que ofrece una línea sobre la historia de las instituciones con énfasis en el desarrollo de los medios concebidos como instituciones. Como refuerzo de esta línea, fue validado el concepto de *encuadre* de Schlemenson (1998) que permitió situar a Radio San Luis, como una organización moldeada por sus contextos. Desde lo metodológico se optó por la lógica cualitativa en tanto proceso que centra el estudio de la realidad desde el contexto natural de producción e implica la utilización de la entrevista, historias de vida, observaciones, imágenes, sonidos, textos históricos, que remiten a las situaciones que vivenciaron los actores participantes. Además, esta indagación planteó como objetivo repensar a las organizaciones de la comunicación como instituciones, que

18. Avance del trabajo final de la Maestría Comunicación Institucional. Universidad Nacional de San Luis.

forman parte de una sociedad con conciencia histórica. Precisamente el fin de las ciencias sociales está pregnado por esa marca, porque las sociedades en su diversidad y profunda complejidad se desarrollan en determinados territorios que conllevan, a su vez, especificidades sociales y culturales. Dentro del enfoque cualitativo, resultó práctico y pertinente para el tema de esta investigación el estudio de casos, la memoria oral, las fuentes documentales y la triangulación metodológica. La historia oral permitió darle sustento metodológico a la amplia gama de entrevistas que se obtuvieron y que ahora forman parte de un archivo sonoro del autor. Además de una profusa exploración bibliográfica, y teniendo como referencia el diseño cualitativo, se trabajó dentro de las fuentes de información empírica con la entrevista, la investigación documental y la triangulación de datos; técnicas y abordajes que posibilitan un acercamiento al objeto de investigación desde una multiplicidad de fuentes en línea coherente con la perspectiva teórico-metodológica. Así, esta propuesta de investigación se sustenta en el estudio de casos e historia oral. Se trata de un diseño que permitió investigar: *LV 13 Radio San Luis: la trama institucional y organizacional en clave comunicacional, durante su primera década de desarrollo (1942-1952)*.

El presente proyecto de investigación, entonces, *centró su estudio en una organización de comunicación: LV 13 Radio San Luis*, durante el período 1942-1952. A nivel metodológico se optó por la lógica cualitativa. Según Taylor y Bogdman (1986) se entiende a la metodología como la modalidad en que se enfocan los problemas en búsqueda de respuestas. Este enfoque se basa en el estudio de la realidad desde el contexto natural de producción; implica la utilización de la entrevista, historias de vida, observaciones, imágenes, sonidos, textos históricos, que remiten a las situaciones que vivencian las personas. Le Compte (1995) entiende a la investigación cualitativa como:

Una categoría de diseños de investigación que extraen descripciones a partir de observaciones que adoptan la forma de entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y vídeo cassettes, registros escritos de todo tipo, fotografías o películas y artefactos.

Este proyecto tuvo como objetivo repensar a las organizaciones de la comunicación como instituciones históricas, que forman parte de una

sociedad con conciencia histórica. Precisamente el fin de las ciencias sociales es histórico, porque las sociedades en su diversidad y profunda complejidad se desarrollan en determinados territorios que conllevan a su vez especificidades sociales y culturales. En ese sentido se adhiere a la mirada teórica que sostiene que toda investigación social «necesita registrar la historicidad humana [...] expresados en sus bienes materiales y simbólicos». Son las sociedades y sus instituciones «que viven el presente marcado por el pasado y proyectado hacia el futuro que trae en sí dialécticamente las marcas anteriores, en una reconstrucción constante». Así «las instituciones y las estructuras no son más que acciones humanas objetivadas» (Souza Minayo, 2013: 33-34).

En la trama de este estudio inscripto en la comunicación institucional, y de manera particular de una institución de comunicación como lo es una emisora de radio, resulta pertinente la mirada de Souza Minayo (2013) al considerar que la investigación cualitativa basa su metodología con el fin de interpretar los procesos y formas de desarrollos intrínsecos a las instituciones, grupos y sus actores.

2. DELIMITACIÓN TÉMPORO-ESPACIAL Y CONTEXTUAL

Para este apartado se sigue a Cifuentes Gil (2011) autora que define a la delimitación como actividades que consisten en «precisar, construir y nombrar un objeto de conocimiento o de estudio». Se trata de establecer y caracterizar «un constructo intencionado que integra y hace explícita la temática en el contexto institucional» (Cifuentes, 2011: 104). La autora también propone a nivel metodológico, por un lado, precisar el período que se toma para el recorte temporal de la investigación. También adquiere relevancia en una investigación histórica el contexto que incide en la trama institucional que genera particulares condiciones para la comunicación. Bourdieu (2000) entiende al contexto como un espacio dinámico en donde se produce el intercambio, las apropiaciones y en donde emergen las distintas miradas del mundo. Para Alfredo Ghiso C. (2000) el contexto es parte constitutiva de la realidad que se debe registrar en el proceso de la investigación. Por lo expuesto, la delimitación temporal del estudio corresponde al período 1942-1952, en la ciudad de San Luis (Argentina) y la institución de comunicación para este caso fue LV 13

Radio San Luis. El recorte temporal obedece a que en ese período hubo un paralelismo político entre el estado nacional y provincial: durante la inauguración de la emisora, con el proyecto conservador, luego con las directrices emanadas del Grupo de Oficiales Unidos (1943-1946) y, en el último tramo del segmento explorado, con el primer gobierno de Juan Domingo Perón (1946-1952).

3. SOBRE LA INSTITUCIÓN DE COMUNICACIÓN ELEGIDA

LV 13 Radio San Luis, se inauguró el 14 de noviembre de 1942 (aunque la tradición oral le confiere como fecha de lanzamiento el 15 de noviembre de 1942). Fue fundada por el comerciante puntano Ovidio Di Gennaro, persona de negocios que se vincula con el *Zar* de la radiofonía argentina Jaime Yankelevich, titular de LR3 Radio Belgrano y la Primera Cadena Argentina de *Broadcasting*. Por ese motivo, Radio San Luis se creó como una emisora integrante de la Cadena Belgrano y, a nivel organizacional, tenía una doble dependencia: como filial de Radio Belgrano y como director-proprietario el Sr. Di Gennaro. LV 13 fue la primera emisora de radiodifusión de la provincia de San Luis. Si bien fue impulsada por la visión comercial de Di Gennaro y Yankelevich, había una necesidad comunitaria de contar con un medio de comunicación radial.

4. ESTUDIO DE CASOS

Para abordar la historia de una emisora de radio se acudió al estudio de casos. Siguiendo a Stake (1999)

De un estudio de casos se espera que abarque la complejidad de un caso particular [...]. Estudiamos un caso cuando tiene un interés especial en sí mismo. Buscamos el detalle de la interacción con sus contextos. El estudio de casos es el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes (Stake, 1999: 11).

El estudio de casos no se propone la generalización, más bien se interesa por la particularidad que enmarca ese caso. El objetivo es conocer de la

mejor manera esa singularidad, con el fin de ver e intentar saber qué es y qué es lo que hace. En ese sentido, el estudio de casos no busca establecer la diferenciación entre otros casos. El estudio de casos «es un medio de organizar datos sociales, preservando el carácter unitario del objeto social estudiado» (Souza Minayo, 2013: 133). Los objetivos del estudio de casos que se podrían replicar con este trabajo comprenden la posibilidad de trazar un examen o lectura analítica y descriptiva de los procesos organizacionales y relacionales. Para Vélez y Galeano (2000) los estudios de casos comprenden estrategias de investigación que incluyen la descripción, interpretación o también evaluación de un espacio o parte de la realidad social particular. De ese modo el caso, entendido como una unidad de investigación «se estudia en sí mismo y en correlación con otro, como acontecimiento significativo en su marco sociocultural particular» (Cifuentes Gil, 2011: 48).

5. HISTORIA ORAL

Se entiende que toda investigación es provisoria y que lo que se escribe hoy será corregido, ampliado o anulado. Lo indiscutible es que, con el paso del tiempo, los protagonistas contemporáneos no podrán dar su testimonio. Desde esta mirada es donde adquiere importancia la historia oral, principalmente porque permite recuperar a partir de la memoria individual o grupal un entramado de lazos sociales que reconoce en el anonimato cotidiano una actitud histórica (Barela, Miguez y Conde, 2000).

Para Dora Schwarztein (1991), la historia oral está asociada a la historia social contemporánea, en donde se pone énfasis en los procesos, más que en los personajes sobresalientes, destacándose su importante rol contra la vieja historiografía puramente descriptiva. Schwarztein sostiene que «esta nueva historia presta más atención a los actores anónimos, y a esferas mucho más diversificadas de la actividad humana» (Schwarztein, 1991: 7). En esa línea de pensamiento la supremacía del documento escrito, inscrita en la tradición positivista, comenzó a ser cuestionada ante la incorporación de nuevas fuentes como fotografías, objetos y los testimonios orales.

Las principales características que definen a la historia oral son la subjetividad, la memoria y la particularidad de la fuente. Los informantes

relatan sus vivencias en su doble condición de individuos singulares y de sujetos colectivos. Se entiende, desde ese posicionamiento, que cada uno de ellos es único, pero, en el trayecto de construcción de su subjetividad, se percibe la incidencia familiar, social, económica, cultural que han vivido y viven. Luis Passerini (1991) considera que hay que encarar la cuestión de la subjetividad como de «urgencia política» (Passerini, 1991: 147). Explica que el historiador debe tener en cuenta que subjetividad y conciencia tienen una historia y, en consecuencia, sufren modificaciones que no son neutrales, sino que forman parte de la lucha a favor o en contra del poder institucional. Passerini alerta que, si no se valoriza la subjetividad «las fuentes orales solo pueden verse como una serie de declaraciones sobre lo que realmente sucedió» (Passerini, 1991: 147). En ese sentido, la memoria concebida como producto de la instancia de la entrevista puede ser visualizada como «un constructo cargado de sentido, producto de una relación social concreta: la entrevista como escenario e instrumento para el intercambio de subjetividades» (Aceves, 2000: 8).

Ronald Grele (1991) interpreta que el historiador oral no busca en las memorias de las personas cúmulos de hechos y evidencias empíricas necesariamente verificables, más bien el objetivo es la construcción de significados de las experiencias humanas, con la intención de aprehender el sentido histórico de los hechos vividos. Desde esa perspectiva se infiere que la memoria colectiva y el olvido colectivo son materia de interés, ya que las personas experimentan sus experiencias y vivencias como individuos, pero también como integrantes de una particular cultura ubicada en un tiempo y espacio específico. En ese sentido la historia oral (H.O.), no se circunscribe a la capacidad psíquica individual, sino que se debe valorar en la dimensión simbólica o cultural, como resultado de relacionarse y vivir en sociedad.

6. FUENTES DE INFORMACIÓN EMPÍRICA

Sobre la base de la metodología cualitativa, este proyecto metodológico se apoya en las entrevistas y el análisis documental.

7. LA ENTREVISTA

Para Stake (1999) dos de los aspectos principales del estudio de casos proceden de las descripciones y de las interpretaciones; procesos que se pueden concretar a través de la variedad de miradas que se obtienen de las personas. Así, una de las técnicas procede de la entrevista, que es «el cauce principal para llegar a las realidades múltiples» (Stake, 1999: 63).

La entrevista es una técnica y también un formato dentro del género informativo. Tanto para las ciencias sociales, humanas y la actividad periodística es una de las vías más importantes para obtener datos, informaciones y diversidad de miradas sobre un tema particular: «La entrevista se enmarca en comportamientos verbales para extraer información sobre representaciones asociadas a comportamientos vividos. Permite recoger la subjetividad [...]» (Cifuentes Gil, 2011: 85). La autora agrega que esa obtención de datos o información implica tareas o procesos de análisis y también de interpretación y «pueden cumplir diferentes funciones: orientadora, diagnóstica, investigativa» (Cifuentes Gil, 2011: 85), y de índole periodística.

Para este proceso se seguirá las sugerencias de Joutard (1999), no a modo de receta mágica sino como una contribución válida para esta metodología:

1. *Dejar la iniciativa al entrevistado*: hace surgir mejor lo olvidado, lo no dicho, ya que la memoria oral es selectiva y esto es un hecho histórico importante para analizar.
2. *El entrevistador*: es entrevistado a su vez. Para una crítica de tipo histórico, sirve para evaluar la producción del documento, midiendo la subjetividad del entrevistador.
3. *La transcripción*: por práctica que sea, es ya una traducción con todas las infidelidades que supone una traducción. Debe ser integral y conservar las preguntas que dan lugar a las respuestas.
4. *Conclusión*: se sabe que el historiador nunca hará un estudio exhaustivo. En un momento dado hay que correr el riesgo de presentar conclusiones, aunque sean provisionales.
5. *Análisis*: la interpretación de lagunas, ausencias y distorsiones con lo real conocido constituyen el centro del análisis del documento oral. De allí surgen las dificultades, porque los positivistas han enseñado a

distinguir lo verdadero de lo falso, pero no a considerar lo falso como significativo.

7.1. CRITERIOS DE SELECCIÓN DE ENTREVISTADOS/AS

Para este trabajo se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de selección:

1. Profesionales que hayan participado de manera directa en LV 13 Radio San Luis durante el período propuesto para esta investigación (1942-1952). Es decir, personal que se haya integrado como empleado/a formal en la organización.
2. Actores que, aunque no hubieran integrado la planta de personal, hayan participado en la trama institucional, como conductores, periodistas externos (sin relación de dependencia), artistas, deportistas, integrantes de organizaciones sociales, asesores de contenidos; profesionales de áreas técnico-electrónicas, comerciantes que hayan interactuado con la institución.
3. Cubrir no solo actores que hayan desempeñado funciones más visibles en ese campo como locutores/as y periodistas, sino también personal con tareas en áreas técnico-operativas, publicidad, administrativas y roles directivos.
4. Ciudadanos/as que puedan suministrar información en su carácter de oyentes.
5. En caso de fallecimiento de actores principales, familiares directos (informantes secundarios).

8. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

La investigación documental se erige como una estrategia de investigación, que va más allá de la recolección de información y que, a su vez, combina diferentes fuentes.

Sobre este aspecto Stake (1999) expresa que la mayor parte de las investigaciones exige estudiar y revisar diarios, actas, informes. A efectos de confrontar los relatos orales se acude a la búsqueda y análisis de documentos que proceden principalmente de dos periódicos de la ciudad de San Luis que han publicado notas sobre la programación de la emisora LV 13 Radio San Luis. Ambos medios gráficos concretaron un seguimiento periodístico durante la inauguración de la radio en 1942. Se trata

de los periódicos *La Reforma* y *La Opinión*. El primero tiene algunos números guardados en el Archivo Histórico de la Provincia; en tanto que *La Opinión* conserva números de esa época en el edificio del actual *Diario de la República* de San Luis. También estos diarios aportan de manera significativa información sobre la grilla de programación, debido a que la emisora difundía en esos medios sus contenidos, así como la emisión de programas especiales consistentes en actuaciones artísticas o discursos de la denominada «clase alta» puntana, titulados genéricamente como «disertaciones» o se publicaban noticias referidas a los eventuales cortes de la señal u otros problemas tecnológicos. Al considerarse la fecha de la inauguración y puesta al aire de la emisora como un acontecimiento que generó un impacto social en la comunidad de San Luis, la cobertura que realizaron estos diarios –antes y después de la inauguración– suministran datos sobre el contexto de inauguración y quiénes fueron sus autores.

8.1. DOCUMENTOS PERIODÍSTICOS

Para esta indagación se realizó un relevamiento en el Archivo de la Provincia de San Luis y en el archivo del *Diario de la República* (de San Luis). En el primero se obtuvo información del diario *La Reforma* y, en el segundo, del diario *La Opinión*, ambos editados en la ciudad de San Luis.

El *corpus* estuvo conformado por:

- Diario *La Opinión*: 32 periódicos.
- Diario *La Reforma*: 11 periódicos.
- Revista *Canales*: 1 número.
- Revista *Antena*: 1 número.

8.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL CORPUS

1. Relevamiento desde agosto de 1942 a efectos de conocer los antecedentes e informaciones publicadas previo al día de inauguración de Radio San Luis el 14 de noviembre de 1942.
2. Informaciones centradas en la institución LV 13 Radio San Luis, en particular durante el primer mes de vida institucional y hasta 1947 a efectos de sondear las noticias sobre contenidos y actores en la emisora.

8.3. DOCUMENTOS FOTOGRÁFICOS

Desde la invención de la fotografía a fines del siglo XIX, ese soporte ha tenido (hasta la fecha) un fuerte valor cargado de significados e historicidad. Ese congelamiento se convierte en pasado y adquiere valor documental al ponerlo en diálogo con técnicas de historia oral y contextualización histórico-social a través de variedad de fuentes. Es, precisamente, mirar y leer la fotografía –principalmente– a través de sus protagonistas, lo que permite reactivar la memoria y transportar microhistorias al presente social.

Rasco (2017) refiere que uno de los elementos centrales de la fotografía como recurso o estrategia en la investigación cualitativa reside en el equilibrio entre tres módulos que interactúan: documento, contenido y arte. Así, acude a Roland Barthes (1982), autor que presenta dos unidades de las imágenes fotográficas: el *studium* y el *punctum*. El primero refiere al interés de la fotografía como testimonios políticos, cuadros históricos y culturales (gestos, decorados, acciones). El *punctum* es ese recorte imaginario de la imagen que penetra con intensidad en la mente del perceptor. En resumen, el *studium* apunta al contenido, al valor documental y de información directa de la pieza fotográfica y el *punctum* a lo que se retiene de la imagen y que trasciende con la verosimilitud para entrar en el terreno de lo artístico.

Rasco (2017) distingue tres modos de abordaje de la fotografía como material documental para la investigación cualitativa: 1) etnografía visual; 2) foto-elicitación y 3) fotos-voz.

1. Etnografía visual: Se trata del predominio del *studium*, es decir, del contenido de la fotografía, más que del valor artístico. Rasco (2017) apoyándose en Prosser (2007) menciona cuatro modalidades para la indagación visual:

- Datos encontrados: refiere a imágenes del pasado, como fotografías costumbristas; álbumes escolares, familiares, institucionales, etc.
- Datos creados por el investigador: aquí el científico produce sus propios registros documentales fotográficos sobre el motivo de la indagación, constituyéndose la fotografía en una fuente de documentación social.
- Datos creados por el informante: son los que aportan datos para la investigación a través de la acción colaborativa de los sujetos implicados en la investigación.

– Representaciones: tanto los investigadores como los informantes representan gráficamente datos, hallazgos e interpretaciones con la intención de comprender la realidad a través de *graffitis*, mapas conceptuales, dibujos y cualquier otra variedad de gráficas presentes en el proceso de recolección de documentos visuales.

2. Foto-elicitación: aquí la fotografía es el disparador para activar el diálogo con los implicados. Pueden ser las imágenes elaboradas por los informantes y también fotografías obtenidas por el investigador. Se trata de «dialogar sobre y con las imágenes rememorando lo que muestran, enlazando con recuerdos, experiencias (pasadas o presentes), sensaciones y emociones» (Rasco, 2017: 99). El autor sigue a Harper (2002), quien las agrupa en:

- Fotos objetivas: que proceden de inventarios visuales.
- Fotos de colectivos o instituciones: por lo general fotos de ámbitos laborales.
- Fotos personales: se relacionan con las dimensiones íntimas y personales de los sujetos informantes y que marcan sus vidas cotidianas.

3. Foto-voz: Tiene que ver con la implementación de una estrategia que promueve la participación de los sujetos informantes. Es una modalidad metodológica de la etnografía visual en la cual, mediante la utilización de fotografías, las personas que suministran datos para la investigación «pueden expresar sus ideas, concepciones, pensamientos, relaciones e interacciones» (Rasco, 2017: 100).

8.4. PROCEDIMIENTO DE OBTENCIÓN DE DOCUMENTACIÓN FOTOGRÁFICA

Las fotografías sobre la radiofonía de San Luis en el período abordado forman parte del archivo personal que logró construir el autor de este trabajo a lo largo de la investigación. Se nutre, principalmente, del aporte voluntario y solidario de los informantes entrevistados. En ese sentido las que aquí se publican pueden ser consideradas como material fotográfico inédito.

8.5. CORPUS FOTOGRÁFICO

Está conformado por 120 piezas recuperadas por el autor. De ese total se utilizaron 35 fotografías.

Criterio de selección:

- Que las fotos remitan al período abordado: 1942-1952.
- Que representen, a modo de anclaje documental, el tema tratado.

8.6. ESTRATEGIA DE ANÁLISIS DEL MATERIAL FOTOGRÁFICO

El material digitalizado en el archivo personal del autor se ubicó respetando el origen o procedencia, denominándose «fondo» con el nombre de la persona que facilitó las fotografías. Así se organizó el material con los siguientes fondos o apartados:

1. Fondo Blanca N. ÁLVAREZ
2. Fondo Eduardo SAAD
3. Fondo Julio L. GATTO
4. Fondo Ovidio DI GENNARO
5. Fondo Nemecio LUCERO
6. Fondo Pedro SALINAS
7. Fondo Orlando DE LUCAS
8. Fondo Alberto ALEJANDRINO
9. Fondo Patricia FUNES
10. Sección Fachada LV 13
11. Sección Capturas Fotográficas Diario *La Opinión*
12. Sección Capturas Fotográficas Diario *La Reforma*
13. Sección Tomas Fotográficas Informantes Directos
14. Sección Fotos Varias

Siguiendo el encuadre teórico, la documentación fotográfica se utilizó para:

- Trabajar con los *datos creados por el informante*: mediante la acción colaborativa de los sujetos implicados en la investigación.
- Foto-elicitación: la fotografía como insumo para activar el diálogo con los sujetos implicados, a efectos de recordar lo que se muestra.
- Foto-voz: método que implica la participación de los informantes.

8.7. DOCUMENTOS SONOROS

El material sonoro, de naturaleza audible y que haya quedado alojado (grabado) en un soporte físico –analógico o digital– puede constituirse en documentos sonoros de potencial valor para la investigación.

Si bien la tecnología electrónica ha contribuido al almacenamiento sonoro, se considera que la clave de este enfoque radica en considerar al audio (la sonoridad) como parte constitutiva del patrimonio cultural intangible. En ese sentido, en 2003 la UNESCO ya alertaba sobre la urgencia que implica generar medidas de salvaguarda del amplio y diverso patrimonio cultural inmaterial en donde los sonidos, en su variedad expresiva, forman parte de ese acervo. De ahí la revalorización del campo sonoro como material documental.

Este *corpus* se trata de «un tipo de documento que contiene información registrada bajo la forma de sonido en alguna forma de expresión (discurso oral, música, ruidos)». En tanto «los archivos, colecciones o fondos sonoros son conjuntos de documentos creados y/o reunidos por una persona física o jurídica en el curso de su actividad profesional, comercial o institucional» (Robledano Arillo, s/f: 4). Según esa definición, un fondo sonoro podría estar conformado por grabaciones de emisiones radiofónicas sean programas u otras piezas sonoras como *spots* publicitarios, promociones, campañas, mensajes institucionales, etc.; también grabaciones con intervenciones de integrantes de una comisión o cuerpos deliberativos, políticos, disertaciones especiales guardadas en un archivo institucional; registros musicales en estudio o de particulares con toma sonora externa; registros de performance y paisajes sonoros, radio y audio-arte; también es válido la captación y grabación de sonidos no articulados o de ambiente, como los procedentes de una calle, plaza, o naturales como de vientos, tormentas, animales, etc. Así, «cualquier forma de expresión sonora puede tener cabida en un fondo sonoro de forma aislada o combinada con otras» (Robledano Arillo, s/f: p. 4). Siguiendo al mismo autor, se puede presentar la siguiente tipología de documentos sonoros:

- a) Documentos de palabra: son archivos sonoros que solo contienen registros de palabras y discursos en el curso de su actividad cotidiana. Estos archivos podrían estar integrados por un proyecto de historia oral o grabaciones registradas por una emisora radiofónica a través de algún

ciclo de entrevistas en profundidad, de semblanza o temáticas. Si bien en el documento de palabra el discurso oral es el predominante, podría estar acompañado por formas no lingüísticas como en el caso de los contenidos de palabras de las emisoras de radio.

- b) Música: integrado por piezas musicales producidas de manera independiente o sellos comerciales que incluyen variedad de géneros, ámbitos territoriales y soportes. Algunas organizaciones cuentan con sus propias fonotecas o discotecas como las instituciones radiofónicas o los propios sellos musicales; y también archivos particulares de cantantes y compositores.
- c) Efectos sonoros: forman parte de este apartado las grabaciones originales de ambientes variados o recreados mediante manipulación digital o síntesis de ruidos y sonidos no articulados.

Robledano Arillo propone analizar las fuentes de documentos sonoros según la función diferencial del fondo sonoro:

- Archivos y colecciones patrimoniales: a cargo de instituciones que tienen como objetivo la custodia de documentos sonoros con amplio valor científico, social, cultural, político, ciudadano, como los fondos de emisoras que dejaron de emitir, fuentes procedentes de estudios científicos y registros de sesiones institucionales. Integran este apartado los archivos históricos y administrativos, colecciones privadas o centros de investigación, sección sonidos de bibliotecas públicas y fonotecas. Con Internet, ahora varias organizaciones tienen disponible sus archivos en línea y de manera gratuita.
- Bancos sonoros, comerciales o de uso libre: se los conoce como «librería de sonidos», cuyos contenidos comprenden archivos de variada tipología sonora. Por lo general se conciben como organizaciones de servicios para productoras o emisoras de radio y TV, cine, publicidad, etc. Las descargas se realizan a través de alguna plataforma en Internet.
- Fondos radiofónicos de prensa y otras empresas: en esta época de hibridación de medios informativos, los archivos sonoros crecen permanentemente tanto en sus espacios físicos locales como en Internet. En el caso de las radiodifusoras, acuden a procedimientos de análisis documental intenso, con modelos descriptivos *ad hoc* de cada organización y con poca adhesión a estándares descriptivos internacionales.

En sus archivos convergen dos tipologías de documentación sonora: fondo musical y fondo no musical o de palabra.

- Base de datos y directorios de recursos sonoros: pueden ser con fines comerciales o promovidos por organizaciones sin fines de lucro. Dentro de las tipologías se encuentran reservorios de música en su variedad de géneros y directorios de fondos sonoros que, por lo general, son tutelados por instituciones culturales.

Para este trabajo se acude al fondo sonoro propio del autor, que incluye documentos de palabra procedente de programas radiofónicos y, principalmente, de entrevistas propias a actores de la radio de San Luis realizadas desde 1996 hasta 2017. El fondo está formado por registros analógicos en cintas de casetes que, a efectos de preservar ese patrimonio cultural intangible, se está procediendo a digitalizar con su correspondiente catalogación y posterior indexación digital. Aquí se entiende por catalogación a la «descripción intelectual del contenido de una obra de conformidad con normas precisas y sistemáticas» y por indexación «a la separación y traducción de las informaciones extraídas del documento [...] a partir de descriptores, indicadores o referencias» (Ojeda Castañeda, s/f). Así, estos documentos sonoros se registrarán mediante procesos estandarizados o bien diseñados *ad hoc* según las especificidades del contenido, propósito de la producción y del ámbito institucional.

8.8. CORPUS SONORO

El patrimonio sonoro está conformado por 150 (ciento cincuenta) casetes analógicos de una hora de duración cada uno, que están en proceso de digitalización.

TABLA 1. Catálogo descriptivo del parte del fondo sonoro

PARTE DEL FONDO SONORO PROPIO					
N.º	Nombre	Fecha	E	Actor-Rol	O
1	Aleandrino, Alberto	4/2000	77	Tanda primeros locutores (1945)	F
2	Álvarez, Blanca N.	9/8/2000	73	Primera locutora (1945) Primera directora	F
3	Álvarez, Blanca N.	8/4/2011	88		F
4	Álvarez, Blanca N.	15/10/2015	91		F
5	Anello, Felipe	6/3/2002	77	Oyente-Comerciante	F
6	Cazés, Felipe	28/3/2011	80	Tanda primeros locutores (1946)	
7	Gatto, Julio L.	14/5/2000	67	Ordenanza. Tanda primeros operadores (1948)	
8	Gatto, Julio L.	4/9/2017	84		
9	Izurieta, Roberto	23/11/2006	64	Ex jefe técnico. Hijo del primer jefe técnico	F
10	Fourcade, Hugo	1996	72	Oyente. Historiadores	F
11	Lucero, Nemecio	8/8/2000	70	Primer director artístico (1954)	
12	María Félix M.	19/2/2007	81	Oyente-Músico	
13	María Félix M.	6/6/2018	92	Oyente-Músico	
14	Saad, Eduardo	1/9/2000	70	Tanda primeros locutores (1947). Publicista	
15	Saad, Eduardo	10/10/2011	81	Tanda primeros locutores (1947). Publicista	
16	Sáez Odriozola, Romualdo	9/8/2006	81	Primer locutor (1942)	F
17	Salinas, Pedro	2002	78	Tanda primeros operadores de Planta Trans. (1947)	F
18	Scanferlatto, Bruno	2/2/2002	76	Oyente-Comerciante-Yerno del fundador de LV 13	
19	Tello Cornejo, Edmundo	24/7/2000	82	Oyente-Historiador	F
20	Venerandi, Alfonso	14/5/2007	79	Oyente	F

REFERENCIA: F: Fallecido/a

FUENTE: elaboración propia.

9. CRITERIOS DE SELECCIÓN

- Que el material esté en consonancia con la temática expuesta.
- Que el contenido de los/las informantes se ajuste al período abordado (1942-1952).

10. ESTRATEGIA GENERAL PARA EL ANÁLISIS DE LOS DATOS

Siguiendo la lógica cualitativa enunciada al comienzo del presente capítulo, se describe a continuación la estrategia de análisis de los datos empíricos.

10.1. TRIANGULACIÓN

Redón Pantoja y Angulo Rasco (2017) refieren que el diseño a través del estudio de casos cuenta entre sus particularidades la búsqueda de información procedente de varias fuentes y técnicas. En ese sentido, uno de los aspectos centrales de la investigación cualitativa es la validación de esa información a través de la triangulación, proceso que posibilita contrastar un dato o acontecimiento a través de una multiplicidad de fuentes. Para Stake (1994):

La triangulación ha sido concebida como un proceso en el que desde múltiples perspectivas se clarifican los significados y se verifica la repetitividad de una observación y una interpretación (Stake, 94, citado en Redón Pantoja y Angulo Rasco, 2017: 72).

Expresan estas autoras que la triangulación posibilita verificar mediante diversos datos «lo que los sujetos dicen, hacen, dejan por escrito, en diferentes momentos de sus itinerarios vitales» (Redón Pantoja y Angulo Rasco, 2017: 72).

La triangulación se concibe desde la óptica de la complejidad y, en particular, de la diversidad cognoscitiva inmersa en el proceso de investigación que de manera directa o implícita se vale de conceptualizaciones y nociones procedentes de diversas ramas del conocimiento, que a su vez posibilitan la «iluminación de la realidad desde varios ángulos [...] propicia mayor claridad teórica y permite profundizar una discusión interactiva e intersubjetiva» (Souza Minayo, 2011: 296).

La mirada de Alzás García (2017) brinda un aspecto importante para no desvirtuar la triangulación y que se convierta en un proceso desencadenado de determinada opción epistemológica: «la triangulación es una estrategia metodológica que se diseña a partir de un objeto de investigación que tiene una naturaleza epistemológica única». Aclara que, si bien la triangulación tiene entre sus características la combinación de métodos, «la epistemología no podrá ser mixta, es decir, un problema de investigación no podrá estar configurado y combinado en distintos paradigmas al mismo tiempo» (Alzás García, 2017: 315). Se sigue a esta autora en el sentido que aclara que la implementación de métodos diferenciados contribuye tanto a la validez como a la fiabilidad en los procesos, resultados y conclusiones. Además, la triangulación permite flexibilizar el diseño, lográndose una mejor adaptación a los objetivos de la investigación. Así, la triangulación permite caminar en un terreno fértil para la innovación al facilitar el uso creativo de técnicas y herramientas que ayudan en el proceso de recogida y análisis de la información. La triangulación habilita el camino para:

El descubrimiento de fenómenos atípicos, por la profundidad de análisis que ofrece esta estrategia de investigación [...] la triangulación es también un mecanismo de control de la calidad del proceso de investigación (Alzás García, 2017: 323).

11. CIERRE

El presente desarrollo ha tenido como fin compartir una experiencia de abordaje metodológico para investigar la historia de una emisora de radio: LV Radio San Luis, que fue fundada en la ciudad de San Luis en 1942 y que culminó su desarrollo institucional en 1981. No se trata de una *receta*, menos de un posicionamiento basado en un modelo replicado de otros estudios. El fin de ese trabajo ha sido compartir una modalidad para una investigación histórica que ha tenido como eje el surgimiento y la primera década de existencia de la primera emisora de radiodifusión de la provincia de San Luis. La metodología cualitativa con sus técnicas y herramientas aquí descriptas partió en primer lugar de una perspectiva histórica de las instituciones de la comunicación, en especial con la idea de

conocer y revalorizar los procesos de surgimiento de la radio en Argentina. Desde esa perspectiva, las lecturas y estudios históricos posicionados desde fundamentos epistemológicos, teóricos y metodológicos permitirían presentar miradas que complementen e integren las crónicas personales y los registros periodísticos de la época; aunque el peso principal radica en revalorizar la emergencia comunicacional de la radiodifusión en las geografías locales y regionales, con la intención de ponerlas en diálogo en sus diferentes contextos de génesis. Postura de doble articulación al pensarse por un lado desde la esfera teórico-metodológica y también como un humilde homenaje a la radiodifusión que, desde su nacimiento en 1920, en Argentina forma parte de la vida cotidiana de sus habitantes y que en 2020 celebró sus cien años de vida.

12. BIBLIOGRAFÍA

- ACEVES, Jorge (2000). «Las fuentes de la memoria: Problemas metodológicos». *Voces Recobradas: Revista de Historia Oral*. Año 3, n.º 7, Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires.
- ALZÁS GARCÍA, Teresa (2017). «Triangulación metodológica como estrategia de investigación». En: Pantoja, Silvia y José Félix Angulo Rasco. *La investigación cualitativa en educación*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.
- ANGULO RASCO, José Félix (2017). «La imagen fotográfica en la investigación cualitativa». En: Pantoja, Silvia y José Félix Angulo Rasco. *La investigación cualitativa en educación*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.
- BARELA, Liliana; Mercedes Miguez y Luis García Conde (2009). *Algunos apuntes sobre historia oral y cómo abordarla*. Buenos Aires: Dirección General Patrimonio e Instituto Histórico,
- CIFUENTES GIL, Rosa María (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Noveduc.
- GRELE, Ronald (1991). «Movimiento sin meta: problemas metodológicos y teóricos en historia oral». En: Dora Schwarzstein (comp.). *La historia oral*. Buenos Aires: CEAL.
- JOUTARD, Philippe (1999). *Esas voces que nos llegan del pasado*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- OJEDA CASTAÑEDA, Gerardo (s/f). *Por una fonoteca/audioteca virtual y en línea para el acervo (archivo) sonoro de la Radio de la Asamblea Nacional*. Quito: Prometeo.

- PASSERINI, Luisa (1991). «Ideología del trabajo y actitudes de la clase trabajadora hacia el fascismo». En: Dora Schwarzstein (comp.). *La historia oral*. Buenos Aires: CEAL.
- REDÓN PANTOJA, Silvia y José Félix Angulo Rasco (2017). «El estudio de caso». En: Pantoja, Silvia y José Félix Angulo Rasco. *La investigación cualitativa en educación*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.
- ROBLEDANO ARILLO, Jesus (s/f). «Capítulo 4: La documentación sonora». En: *Curso documentación audiovisual*. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid. Departamento de Biblioteconomía y Documentación.
- RODRÍGUEZ GÓMEZ, Gregorio; Javier Gil-Flores y Eduardo García Jiménez (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- SCHLEMENSON, Aldo (1998). *Análisis organizacional y empresa unipersonal*. Buenos Aires: Paidós.
- SCHUDSON, Michael (1993). «Enfoques históricos a los estudios de comunicación». En: Jensen, Klaus Bruhn y Nicholas W. Jankowski. *Metodología cualitativa de la investigación en la comunicación de masas*. Barcelona: Casa Editorial-Bosch Comunicación.
- SCHWARSTEIN, Leonardo (2000). *Diseño de organizaciones: tensiones y paradojas*. Buenos Aires: Paidós.
- SCWARZTEIN, Damian (1991). *La historia oral*. Buenos Aires: CEAL.
- SOUZA MINAYO, María Cecilia (2013). *La artesanía de la investigación cualitativa*. Buenos Aires: Lugar Editorial.
- STAKE, Robert (1999). *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata. [Consulta: 29 de agosto de 2022]. Disponible en: http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/files/2013/03/STAKE_investigacion-con-estudio-de-casos.pdf
- TAYLOR, Steve y Robert Bogdan (1984). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Madrid: Paidós.

LOS NUEVOS MODOS DE RECEPCIÓN RADIOFÓNICA ASINCRÓNICA CONTINÚAN CON UNA TENDENCIA ASCENDENTE

Diego Javier Ibarra

1. INTRODUCCIÓN

La presente ponencia busca dar continuidad a la presentada en las jornadas de 2017 sobre las nuevas formas de la recepción radiofónica bajo el título *Nuevos modos de recepción radiofónica. Análisis del caso RadioCut una alternativa de ampliación sonora*.

Se trata de un seguimiento que, en una primera parte, indaga sobre los usos de la radio en jóvenes y, en segundo lugar, busca datos que parten de algunos agregadores de contenidos radiofónicos como Youtube y RadioCut que, a partir de diferentes agentes reproductores, posibilitan una escucha fragmentada, desprogramada, sin continuidad de recortes de programas, como entrevistas, columnas o partes de una emisión.

El trabajo que da origen a esta ponencia constituye una actividad de cátedra con el objetivo conocer los modos de recepción de los jóvenes para incorporar aspectos teorizantes a los contenidos que se desarrollan en la materia. Al mismo tiempo es parte de una línea de sondeos e indagaciones sobre las permanencias y las transformaciones en la recepción radiofónica.

El incremento de la audiencia asincrónica y los usos en el ámbito de la recepción no se dan únicamente por la posibilidad tecnológica que se dispone, sino por la combinación de las variables mencionadas que exponen temas-contenidos considerados importantes por su actualidad y explicación de las realidades socio políticas en estos casos observados.

2. 2017

En esa oportunidad, el trabajo mencionado se elaboró a partir de un *ranking* construido por los fragmentos más escuchados por día, entre el 3 de marzo y el 3 de abril de 2017, a través de RadioCut, constituidos por los recortes que las radioemisoras hicieron de sus contenidos y los recortes que diferentes usuarios hicieron como fragmentos y pusieron a disposición del resto de oyentes o interesados.

De esta manera se obtuvieron diferentes datos de los recortes más escuchados a los que se aplicaron varias lecturas para interpretar: cantidad de reproducciones, división por emisoras, por tipos de emisoras (AM, FM, Internet), de capital y del interior del país que ingresaron al *ranking* en ese lapso. Vale aclarar que la cantidad de reproducciones no implicaba una mayor o menor audiencia. Sí el número de recortes nos permitió *intuir* ciertos niveles de adhesión a determinados programas y a las acciones de sus seguidores.

El dato central fue que durante ese mes se produjeron 286 895 reproducciones a razón de 14 344 por día, generadas por 52 emisoras, lo que promediaba unos 5517 recortes/fragmentos por emisora. En números reales las puntas estuvieron representadas por Radio 10 AM 710 con 92 243 y Radio Sur FM 88.3 con 7 reproducciones de recortes.

La división de la escucha de esos fragmentos de programas expuso lo siguiente:

Radio AM	15 emisoras	Reproducciones 209 099
Radio FM	28 emisoras	Reproducciones 74 432
Radio Internet	9 emisoras	Reproducciones 3364

3. 2019

El trabajo que da origen a esta ponencia constituye una actividad de cátedra con el objetivo de conocer y actualizar los modos de recepción de los jóvenes para incorporar aspectos teóricos a los contenidos que se desarrollan en la materia.

Un primer sondeo exploratorio realizado en mayo de este año desde el Taller de Radio en la Universidad de Buenos Aires (UBA) arroja que un 39 % de jóvenes de entre 18 y 25 años, estudiantes universitarios o terciarios escuchan radio mediante Internet. Mientras que un 32 % escucha *online* lo que ya fue emitido en otro horario y un 16 % escucha *offline*, es decir que descarga el contenido que ya fue emitido en otro horario. Para la escucha asincrónica el 33 % elige en primer término Youtube.

Esto motivó, a modo de muestra, realizar algunos seguimientos sobre diferentes fragmentos de programas en Youtube y RadioCut, los dos más mencionados por los jóvenes por fuera de las plataformas de las radios (15 %).

A partir de los resultados arrojados, la intención fue realizar una suerte de comparativa con el trabajo anterior y acercarnos a una mejor comprensión sobre estas modalidades de escucha que marcan que se mantiene la escucha tradicional.

Según Ibope Kantar Media el encendido actual ronda los 5 900 180 radioescuchas diarios, un 5,7 % menos que durante 2018, cuando 6 256 450 personas sintonizaban un contenido radial por día.

Sea por aire o por Internet, la escucha radiofónica no se da de manera excluyente, en todo caso se trata de una modalidad de recepción combinada.

La continuidad de este trabajo que indaga los modos de recepción asincrónica fue elaborada desde otras alternativas diferentes a 2017. Al realizar observaciones en forma más o menos permanente fue sencillo considerar *a priori* un avance en esta tendencia de escucha y recepción.

Estos agregadores se explicitaban sin demasiado esfuerzo a través de las redes sociales como Youtube que, bajo el modo audiovisual convencional o audiovisual de imagen fija o sin correlato con el sonido, se disponen para la reproducción de recortes y fragmentos de programas de radio. Desde esta plataforma se canalizan múltiples *circuladores-reproductores* de contenidos.

Tomados de manera *arbitraria* se reconoce al mismo tiempo que las escuchas asincrónicas responden a criterios de selección de contenidos especializados (algo para algunos). En este sentido los reproductores proveedores de insumos para el presente trabajo fueron: Diario K, Revolución Popular y Claudio Laradio, más Radio Mitre, RadioCut y recortes exclusivamente con temáticas políticas, sociales, lo que se conoce como noticias duras.

Se trabajó sobre el seguimiento de determinados fragmentos en lapsos semanales con el fin de precisar en algunos casos la curva de los incrementos diarios hasta llegar a una meseta y al mismo tiempo establecer, por las cifras alcanzadas de reproducciones, una comparación indirecta dada por la diferencia metodológica con la indagación de 2017.

Se trata, en paralelo, de un seguimiento que indaga sobre los usos de la radio en jóvenes y los modos de escucha vinculados a algunos agregadores de contenidos radiofónicos como Youtube y RadioCut que, a partir de diferentes agentes reproductores, posibilitan una escucha fragmentada, desprogramada sin continuidad como entrevistas o fragmentos de entrevistas (25 %), columnas (15 %) o recortes de programas (24 %) de acuerdo al sondeo realizado desde el Taller de Radio de la UBA mencionado al inicio.

4. SEGUIMIENTOS

El primer seguimiento se realizó en la semana que va del sábado 15 de junio al viernes 21 de junio de 2019 para lo cual se tomaron fragmentos o recortes de programas que se emiten los sábados como:

Editorial de Eduardo Aliverti: «El salto al vacío es Macri» y la entrevista a Raúl Zaffaroni en *Marca de radio* (Radio La Red AM 910).

Columna editorial de Alfredo Zaiat: «Los mercados y Pichetto» en *Cheque en blanco* (Futurock).

A estos se sumaron dos recortes de programas semanales en su emisión del viernes 14 de junio: Entrevista a Eduardo Valdez: «Bonadío está preparando detenciones. Temo ir preso» en *Crónica anunciada* (Futurock) y la columna de Horacio Verbitsky: «La apuesta de Macri y el análisis de su voluntad de poder» en *Habrá consecuencias* (El Destape Radio).

Los cinco fueron recortes tomados solamente del *circulador-reproductor* de Youtube autodenominado Claudio Laradio que, junto a RadioCut, sumaron, a lo largo de esa semana, 51 148 reproducciones. La cifra puede ser considerada baja, pero si se tienen en cuenta las 286 895 de todo el mes de marzo de 2017 generadas por 52 emisoras a través de RadioCut, adquiere otra valoración sobre los nuevos modos de escucha asincrónica. Solo tomar cinco recortes de tres emisoras marca esa tendencia alcista.

Como dato complementario se observó que al tercer día de incremento de las reproducciones el recorte ingresa en una meseta y sus incremen-

tos son leves de ahí en adelante tanto en el seguimiento de Youtube como de RadioCut.

El camino hacia el amesetamiento varía de acuerdo con el sujeto enunciador, el tema o el entrevistado. Entre el 15 y 18 de junio la columna editorial de Eduardo Aliverti se incrementó en un 49 %; la entrevista a Eugenio Zaffaroni un 86 %; la columna de Zaiat un 50 %; la entrevista a Eduardo Valdez un 9 % y la columna de Horacio Verbitsky un 15 %. Los porcentajes de incremento presentan variaciones en relación con la cantidad de reproducciones de las que parten y con las que al final del día inician los sucesivos aumentos de las reproducciones.

No obstante, puede observarse que los incrementos de reproducciones y los porcentajes de los recortes no obedecen a un único patrón, se segmentan tanto por el comunicador como por el tema en cuestión o por el sujeto entrevistado, evidenciando diferentes comportamientos y preferencias de los oyentes.

Desde la propia plataforma de la emisora por Youtube, Lanata y Longobardi el 18 de junio en la popularizada sección que denominan *El pase* entre ambos programas y conductores en Radio Mitre (AM 790), cuyo tema del día fueron los dichos de Dady Brieva sobre los periodistas que deben dar cuenta.

El pase entre Marcelo Zlotogwiazda y Reynaldo Sietecase el 21 de junio con la vuelta de la militancia kirchnerista como tema central, en Radio Con Vos (FM 88.9).

Daniel Tognetti y un fragmento del programa del viernes 21 sobre las listas de candidatos en el programa *Siempre es hoy* por Radio Del Plata (AM 1030).

El editorial de Eduardo Aliverti sobre el cierre de listas el sábado 22 en *Marca de radio* en La Red (AM 910).

Entrevista al candidato Alberto Fernández en el programa del sábado 22 de junio en *Toma y Dada* AM 750.

Cinco recortes de cinco radios suman 58 090 reproducciones que, de manera similar con la primera observación, se tornan significativos respecto de la indagación de 2017.

Del mismo modo que, en los datos del primer cuadro, la columna editorial alcanza la mayor cantidad de reproducciones a partir del sábado 22 de junio: Eduardo Aliverti: 17 245, seguido de la entrevista a Fernández: 13 708. Los fragmentos de programas ocupan, desde la cantidad de repro-

ducciones, un tercer lugar, incluso –vale hacer la salvedad– en el caso de *El pase* de Radio Mitre, la radio más escuchada que presenta reproducciones elevadas sigue en un tercer lugar.

En esta indagación se destaca el lugar que ocupa Youtube como reproductor de contenidos radiofónicos. En este sentido hay que recalcar que, hasta aquí, se midió a un solo *reproductor-circulador* (Claudio Laradio) de esta plataforma, más RadioCut.

En la presentación del 2017 se explicitaba que los recortes se ponen en circulación en un tiempo breve con respecto a su emisión original pero que, sin embargo, su escucha puede darse con varias horas de diferencia e incluso varios días, es decir que no responden a la rapidez de la información. A modo de ejemplo, en el 2017 se citó el *ranking* del sábado 24 de junio en el que el editorial de Aliverti en *Marca de radio* registró 568 reproducciones pero que ascendió a 1060 reproducciones el viernes 30 de junio.

Esto se comprobó con el seguimiento de 2019. Este modo de recepción parece atado a necesidades concretas de información, comprensión y refuerzo del tema. Necesidades que desde una escucha asincrónica van más allá de la inmediatez y del aquí y ahora. Los recortes que se hacen del aire de la emisora se prolongan en el tiempo sumando nuevas audiencias para esos contenidos, constituyendo entonces una tendencia que se incrementa de modo favorable a un nuevo modo de recepción.

5. OTRAS OBSERVACIONES: ¿QUIÉN DICE LO QUE DICE?

Las variables enunciador, tema, entrevistado se combinan para motivar la mayor adhesión a las escuchas de los recortes. Los editoriales por el propio peso que representan algunos periodistas permiten clarificar esta tendencia. Tomamos algunos de los ya expuestos como los editoriales de Eduardo Aliverti en *Marca de radio* los sábados por La Red AM 910 a lo largo del mes de junio por Youtube a partir de los *circuladores-reproductores* Claudio Laradio y Brett Sinclair:

1 JUNIO: «¿De qué duda Hamlet Massa?», 28 197 reproducciones.

8 JUNIO: «Se acabó la neutralidad objetiva», 19 665 reproducciones.

15 JUNIO: «El salto al vacío es Macri, el cuco», 14 806 reproducciones.

22 JUNIO: «En la Argentina sigue habiendo anticuerpos sólidos», 14 408 reproducciones.

29 JUNIO: «El que es caro es Macri», 14 052 reproducciones.

Sobre estos editoriales el dato manifiesto es que en el transcurso de la semana alcanzan unas 18 000 reproducciones promedio, aunque también se observa que, dependiendo del tema, estas se incrementan, como por ejemplo con el tratamiento sobre el acercamiento de Massa a la fórmula de Fernández-Fernández que sobrepasa el promedio.

Algo similar con respecto a la relación tema-enunciador ocurre con las columnas de Horacio Verbitsky en el programa diario *Habrá consecuencias* que se emite por El Destape, vía web.

10 JUNIO: «Massa acordó con Alberto Fernández y Cristina Kirchner», 59 612 reproducciones.

12 JUNIO: «Creo que son grandes noticias», 26 591 reproducciones.

12 JUNIO: «Fórmula Macri-Pichetto» (análisis), 23 191 reproducciones.

14 JUNIO: «La apuesta de Macri y el análisis de su voluntad de poder», 22 533 reproducciones.

Aquí también puede observarse una constante, la columna que trata sobre Massa y su vínculo con la fórmula Fernández-Fernández duplica ampliamente el promedio diario de recortes y reproducciones. La conjunción tema-enunciador parece ser una combinación que hace la diferencia. El portavoz del tema promueve las escuchas y niveles de reproducciones, pero es en unión con el tema lo que provoca los picos elevados de esas reproducciones incentivando la recepción asincrónica como práctica.

6. NUEVAS OBSERVACIONES: ENTREVISTADOS Y ENTREVISTAS

Así como se ve la relación entre portavoz y tema, también la relación entrevistador-entrevistado constituye otra combinación que capta la atención y escucha asincrónica.

La observación y ejemplificación de esta composición se dio a través del seguimiento de una selección aleatoria con carácter significativo para la explicación de este punto, dado por la cantidad de reproducciones muy por encima de los promedios habituales: La entrevista de Ernesto Tenembaun a Juan Grabois realizada el 25 enero de 2019, en el programa *Y ahora quien podrá ayudarnos* que se emite por FM 89.9 Radio Con Vos: «A vos te marcan agenda», 115 624 reproducciones en Diario K.

Entrevista de Reynaldo Sietecase a Horacio Verbitsky efectuada el 8 de febrero de 2019 en el programa *La inmensa minoría* que se emite FM 89.9 Radio Con Vos: «Verbitsky hunde a D'Alessio y a Stornelli», 125 723 reproducciones en Diario K.

La entrevista de María O'Donnell a Alberto Fernández el 27 de junio de 2019 en el programa *De acá en más* que se emite por Radio Metro 95.1 alcanzó en tres días 102 900 a través de Revolución Popular y 125 573 a través de Diario K en la versión editada de 12 minutos. La versión completa de 45 minutos alcanzó 10 300 reproducciones en Diario K y 9000 en el *circulador-reproductor* Claudio Laradio, en el mismo lapso. Su duración es otro dato para tener en cuenta con respecto a la recepción asincrónica de la actualidad noticiosa. El contraste es significativo respecto de las posibles prácticas y usos que nos plantean estas preferencias.

La misma periodista había alcanzado cifras de reproducciones asincrónicas nada despreciables en el programa que conducía durante 2018 en Radio Con Vos, por ejemplo, el 15 marzo, cuando entrevistó a Hernán Lombardi con 67 962 reproducciones publicadas por Diario K a través de su canal de Youtube.

El 18 de mayo la entrevista a Marcos Peña con 45 161 reproducciones, publicada por el mismo *circulador-reproductor*. Ambas entrevistas estuvieron teñidas de algún tipo de *confrontación* moderada.

El número elevado de reproducciones, si bien se logra a partir de periodistas-conductores con reconocida trayectoria y seguidores como audiencia propia, también se obtiene por el perfil del entrevistado que, por sí mismo, es portador de un discurso y contenidos considerados necesarios para acceder a la actualidad, en este caso política y social, o porque ingresan en algún grado de confrontación.

Según esta observación no todas las entrevistas realizadas por estos reconocidos comunicadores obtienen alta cantidad de reproducciones que, aunque mantienen un promedio, dependen en buena medida del entrevistado para sus incrementos.

El incremento de la audiencia asincrónica y los usos en el ámbito de la recepción no se dan únicamente por la posibilidad tecnológica que se dispone, sino por la combinación de las variables mencionadas que exponen temas-contenidos considerados importantes por su actualidad y explicación de las realidades socio-políticas en estos casos observados.

7. RECORTES Y CIRCULADORES-REPRODUCTORES

Todo hace pensar que las combinaciones entre comunicadores con mayor o menor llegada a las audiencias, temas más calientes o más fríos –no por eso menos importantes o interesantes– y entrevistados con personalidades y discursos considerados necesarios, guardan una correlación bastante estrecha con quienes son los *reproductores-circuladores*, las agendas que exponen y los públicos seguidores de esas agendas. Esto ahonda un camino que constata este modo de la escucha asincrónica de fragmentos y recortes como segmentación de audiencias especializadas o, por lo menos, interesadas en determinadas temáticas.

Como ejemplo vale citar la columna en la que Horacio Verbitsky reveló en El Destape Radio información sobre la intención de Daniel Vila de ocultar datos sobre el dinero que María Eugenia Vidal puso en América. Este recorte reproducido y circulado por Diario K el 4 de abril de 2019 obtuvo 106 286 reproducciones. Diario K tiene 179 821 suscriptores, seguidores, lo que evidencia una alta adhesión al tema y al comunicador.

Ejemplo similar es la entrevista de Jonatan Viale que le realiza a Alberto Fernández por La Red AM 910 el 10 de julio que, en 24 horas, alcanzó 104 493 reproducciones, presentadas por Revolución Popular que tiene 465 421 suscriptores.

Similar en la propia plataforma de Youtube de El Destape Radio que tiene 319 038 suscriptores y el 4 de marzo Ari Lijalad en el programa *Habrá consecuencias* alcanzó 99 096 reproducciones con la entrevista a Axel Kicillof respondiendo sobre el FMI y el programa económico del gobierno.

Como datos adicionales, Claudio Laradio comenzó con sus reproducciones y circulaciones el 19 marzo de 2019 y lleva 3 924 882 reproducciones. Diario K se inició el 4 enero de 2016 y alcanzó 55 879 796 de reproducciones. Revolución Popular data del 5 noviembre de 2017 y lleva 48 566 062 reproducciones. Brett Sinclair se inició el 30 de abril de 2018 y alcanzó 68 260 reproducciones (vale aclarar que este *circulador-reproductor* solo sube las editoriales de Eduardo Aliverti).

Con altas y bajas, de acuerdo con lo detallado, es claro que la modalidad de recepción asincrónica se profundiza como alternativa o como complemento de la escucha radiofónica.

Agustín Espada

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación se encuentran en un momento de transformación. Quizás este momento de transición entre un modelo tradicional-analógico y un futuro modelo digital sea de transformación permanente. Esto pone en crisis las distintas fases del modelo productivo y comunicativo de las industrias tradicionales de generación de información y entretenimiento. Desde la creación hasta el consumo, pasando por la producción y la distribución.

La radio no escapa a estas transformaciones, incógnitas y oportunidades. Nuevos productores de contenidos y plataformas de distribución se suman a los dispositivos móviles como principal dispositivo de conexión a Internet y a las redes sociales como hábitat 2.0 de las audiencias. La radio está inserta en este escenario multiplataforma, conectado, digitalmente social y con un nuevo perfil de oyente: uno que cuenta (o desea contar) con la capacidad de programar su propia dieta informativa en cuanto a tiempos, lugares y dispositivos de acceso a los contenidos.

Este trabajo propone una pregunta en base al estudio de un caso: ¿es necesario repensar a la radio en Internet a través de una plataforma que le permita volverse social, viralizable, que facilite la personalización de la instancia de consumo y la auto-programación, la recomendación algorítmica de contenidos y la obtención de datos (*big data*) sobre el comportamiento de los oyentes-usuarios?

Para este trabajo se toma como caso de estudio a la plataforma RadioCut. Su análisis consiste en conceptualizarla como un agregador radiofónico

y en analizar las capacidades y características que esta plataforma tiene con relación al concepto de *radio social* adoptado por Marcelo Kischinhevsky (2017: 113). La propuesta consiste en analizar, a través de este estudio, las posibilidades de generar un dial digital social que renueve las expectativas del medio radiofónico de cara a un mercado de circulación de contenidos informativos y de entretenimiento convergente, social y multiplataforma. Para partir de esta premisa («necesidad de renovar las expectativas») se realiza también un diagnóstico del consumo radiofónico en Argentina con estadísticas y datos de diversas fuentes.

2. DE LA RADIO 1.0 A LA RADIO SOCIAL

La masificación de Internet como espacio de producción, consumo y distribución de contenidos de info-entretenimiento plantea un escenario mediático con nuevas condiciones para satisfacer las necesidades de la demanda. Los usuarios de Internet adquieren capacidades diferentes a las tradicionales al momento de acceder a los bienes producidos por los actores que provienen del mundo mediático tradicional (radios, canales de televisión, diarios, revistas) así como también por los emergentes (portales, radios *online*, *podcasters*, productores de video *on-demand*, etc.).

Los avances tecnológicos, así como la forma en la cual los usuarios los adoptan, dan forma a un nuevo marco de acción y de competencia de los medios. La radio afronta un momento en el cual se juega entre responder las exigencias del nuevo escenario y prevalecer en el mercado tradicional. Dicho de otra forma: adaptarse a los requerimientos y los cambios necesarios para conquistar nuevas audiencias (jóvenes en especial) sin descuidar a sus oyentes tradicionales.

Si se respeta la línea histórica del viaje de la radio hacia Internet trazada por Pedrero Esteban y Contreras-Pulido (2019: 359), en una primera etapa las radios tradicionales buscan la redifusión de sus contenidos a través del *simulcasting* con el canal tradicional-hertziano; en un segundo momento se suman las emisoras exclusivamente *online* con la oferta de fonotecas o bibliotecas sonoras con programas ya emitidos; a continuación, la radio es accesible por redes inalámbricas y las emisoras tradicionales suman equipos de producción digitales para contenidos específicos para estas plataformas; por último, en la cuarta fase la radio se transforma en

ciberradio para incorporar otros lenguajes sin perder al audio como su principal canal comunicativo.

Surge así en Internet, un espacio sonoro distinto: el ecosistema radiofónico *online*. En él conviven plataformas musicales que ofrecen música personalizada, *podcasters* y radios *online* que aprovechan las reducciones de las barreras de entrada al mercado y producen contenidos de info-entretenimiento, agregadores de *streamings* y productos radiofónicos. Todos se suman a la tradicional oferta de las webs de las emisoras de aire (Espada, 2017: 57).

Este nuevo ecosistema está marcado no solo por la consolidación de los servicios *radiofónicos* en Internet, sino también por la masificación del *smartphone* como dispositivo de acceso a contenidos y las redes sociales como hábitat de las audiencias. De esta forma, según Pedrero Esteban y Contreras Pulido (2019: 369) las radios tienen la necesidad de revestir los productos sonoros ofrecidos con tres tipos de propuestas: la *radio visual*, la *radio social* y la *radio guiada*. Así, los contenidos generados conseguirán ganarse un espacio en la pantalla táctil a través de imágenes, serán viralizables en redes sociales y ofrecerán mayor *meta-data* al oyente para justificar su elección en el océano de productos de info-entretenimiento *online*.

Esta etapa de auge de la cultura digital, las redes sociales y los *smartphones* se combinan con la radio para llegar a «la cuarta era de la escucha radiofónica» (Bonini, 2015: 16). En este momento, los oyentes son más «ruidosos» que antes, están más interconectados y disponibles (o potencialmente disponibles) para la generación de comunidades virtuales de audiencia con un alto valor publicitario (Gazi y Bonini, 2018: 120).

Es aquí donde se da la aparición y masificación de lo que Kischinhevsky denomina «plataformas de radio social» (2017: 113) y el de un tipo de oyente «híbrido y multiplataforma» (Videla Rodríguez y Piñeiro Otero, 2017: 1439; Martínez Costa y Prata, 2017: 124) que empujan a la radio a una reconfiguración, principalmente, en su etapa de distribución.

El surgimiento y consolidación de servicios como Spotify, Pandora, iTunes, TuneIn, YouTube, Stitcher, Google Podcasts o Deezer –primero en el mercado de la distribución de contenidos musicales y luego de contenidos hablados (o *podcasts*)– generan, en combinación con el uso masivo de redes sociales y el acceso (también masivo) a la carta de bienes y

contenidos culturales, una nueva vida para la radio. Esta vida es social, es desprogramada, es usuario-centrista y, también, multiplataforma.

En este punto es necesario adoptar una definición de plataforma y, en especial, diferenciar entre redes sociales y redes mediáticas. Por plataformas se hace referencia a sitios o aplicaciones web. Como define Fernández (2018: 30), se denomina plataformas de mediatización a «complejos sistemas de intercambios discursivos mediatizados que permiten la interacción o, al menos, la copresencia entre diversos sistemas de intercambio discursivo mediático». La diferencia radica en que las redes sociales no siempre son mediáticas.

Kischinhevsky ubica a las radios sociales como servicios que ofrecen, además de un espacio de distribución y consumo de contenidos sonoros, un lugar para la «negociación de identidades, de representación social y cultural, de comunicación interpersonal y de formación de comunidades afines». Para esto, la participación e identificación de los usuarios es esencial, ya que esta información (de perfil y de usos) es recolectada por la plataforma para generar recomendaciones y sugerencias de contenidos y de contacto. Se trata de espacios donde las radios tradicionales compiten con perfiles personales, *podcasters* y radios *online* por la atención de los usuarios. Para el investigador brasileiro, entre estos servicios se encuentran plataformas como Last.fm, Pandora o SoundCloud (Kischinhevsky, 2017: 114).

En este escenario multicanal, social y personalizado, el oyente cuenta con la capacidad para cambiar su relación con el producto sonoro-radiofónico ya que los servicios de *radio social* le dan la posibilidad de autoprogramar la instancia de escucha. Pero, además, tiene la posibilidad de transformarse en un comunicador o recomendador de ese contenido al publicarlo en redes sociales, puntuarlo o compartirlo (Gallego Pérez, 2012: 214).

Esta figura de oyente que irrumpe en el mundo digital es caracterizada por Cordeiro para quien el *e-listener* o *e-oyente* combina la escucha de radio con otro tipo de formatos de contenido sonoro para armar su «dieta de medios de audio» (Cordeiro, 2012: 502). Para esta elección son tan importantes las plataformas disponibles como la calidad del contenido. Esta combinación de calidad del producto, disponibilidad de este y capacidad de autoprogramación hacen a la nueva figura del oyente digital.

En esa misma línea, la idea de avanzar hacia una *radio cognitiva* que permita una gestión automática de oferta de contenidos en formato *broadcasting* (masivo y lineal) con otro *narrowcasting* (individualizado y desprogramado) en un sistema adaptable al canal de distribución implica un cambio en el paradigma comunicacional radiofónico que apunta a superar una barrera del modelo tradicional que utiliza el espectro radioeléctrico (Cordeiro, 2012: 505).

Este oyente conectado o *e-oyente* introduce un paradigma de la recepción radiofónica con apariencia contradictoria. Al mismo tiempo que la escucha es cada vez más personalizada, privada y auto-programada, está inserta en un marco de socialización en red de esos consumos y de mercantilización masiva de los datos que produce esa navegación *personalizada* (Bonini y Gazi, 2018: 119; Morris y Patterson, 2015: 229). Esta escucha individual y su programación se encuentran influidas y habilitadas por la capacidad de elección del *e-oyente*. Y también por el diseño de algoritmos que generan recomendaciones a través del agrupamiento de gustos y preferencias familiares o grupales previas (Lacey, 2014: 12). La extrema segmentación necesita, entonces, de una extrema cantidad de datos y oyentes. Pero al mismo tiempo, estos nuevos servicios necesitan tener una relación de familiaridad con la radio tanto como proponer una mejora en la experiencia a los usuarios (Glantz, 2016: 40; Cwynar, 2017: 683).

La etapa actual del mercado radiofónico insta un momento de transición multicanal donde la protección de las audiencias tradicionales en el canal hertziano lineal es tan relevante como la alimentación de las nuevas plataformas donde se pueden encontrar nuevos oyentes. En ese sentido, para García Lastra las emisoras:

Tienen el enorme reto de adaptarse a un mundo sin un claro canal dominante, donde es preciso llegar a usuarios que esperan al otro lado de dispositivos diversos y reciben señales por conductos muy diferentes (García Lastra, 2012: 169).

Esto exige que se piensen modelos productivos que combinen y tengan en cuenta los diversos hábitos de escucha que se dan bajo esta condición de múltiples canales (webs, *apps*, redes sociales, agregadores, aire tradicional). Y para esto las radios deben incorporar al proceso de pro-

ducción de contenidos las etapas de publicación y distribución. Según García Lastra, «los contenidos deben tener una correlación lógica y estar etiquetados, organizados y relacionados con otros». Esto obliga a las empresas emisoras a salir del uso rudimentario de los canales *online* que solo explotan con simples republicaciones. Esto llevaría, en términos del autor, a reducir costos de producción, controlar la vida del producto y generar mayores ingresos (García Lastra, 2012: 179).

El mismo autor destaca la relevancia de la gestión de los contenidos radiofónicos, de la multiplicación de los canales de distribución (y sus especificidades) y de la necesidad de profesionalizar la sindicación de los productos. Esto último permitiría un mejor viaje de los mismos por las distintas plataformas que dominan el consumo de contenidos informativos y de entretenimiento (redes, agregadores, sitios de *streaming* musical). Además, esta etapa de sindicación incluye a los oyentes que se transforman en curadores y mediadores culturales al tener la capacidad de recomendar y catalogar los contenidos (*folksonomies*) en un mundo con superabundancia de productos culturales (García Lastra, 2012: 186).

Para Martínez Costa y Prata:

Antes se subrayaba que la clave o llave del éxito de la radio estaba en las apuestas por los contenidos, pero ahora esta clave cambia y apuesta por la búsqueda de la audiencia en los escenarios físicos y virtuales en los que se encuentra. Llegar a las audiencias, hablar con ellas, establecer un diálogo (Martínez Costa y Prata, 2017: 110).

La necesidad de mejoras en la oferta personalizada y sindicada de contenidos radiofónicos es expresada por otros autores en diferentes trabajos como Cea Esteruelas (2016: 959), Martínez Costa, Moreno y Amoedo Casais (2012: 172), Pedrero Esteban, Sánchez Serrano y Pérez Maíllo (2014: 432).

En línea con las demandas de actualización e innovación que estos autores hacen a la industria radiofónica se encuentran los avances y ventajas que registra Morris en su estudio sobre las aplicaciones *podcatchers* (de agregación de *podcasts*). El autor resalta que uno de los principales valores agregados de estas plataformas es la maleabilidad que otorgan al audio y la capacidad de conectar la experiencia de escucha con redes

sociales. Y resalta la inserción de estas aplicaciones en la cadena de producción del *podcast* al destacar el rol clave que tienen en la distribución (y no redistribución) del contenido gracias a la generación de audiencias segmentadas preexistentes a la escucha (Morris y Patterson, 2015: 225).

Entonces, el momento actual del viaje de la radio hacia Internet parece marcar una etapa de necesaria construcción o diseño de una plataforma sonora, sí, pero también social (Cordeiro, 2012: 498). Las emisoras tradicionales, las exclusivamente *online* y los *podcasters* deben trabajar para que sus contenidos sean potencialmente encontrados en Internet, para que sean accesibles a demanda y disponibles en todas las plataformas de descubrimiento y recomendación posible. Incluso dentro de las redes sociales, las grandes mediadoras culturales de la actualidad. La personalización de la instancia de consumo requiere de repensar la etapa de la distribución y también la de producción. La radio debe volverse *smart* si se entiende inteligencia por la capacidad de comprensión, aprehensión, toma de decisiones y adaptabilidad a su nuevo entorno. Y este entorno le pide una interfaz renovada, social, automatizada, personal, multiplataforma, global y local, con algoritmos de recomendación y generación de perfiles individuales.

3. METODOLOGÍA

Este trabajo se propone la descripción de una plataforma de agregación de contenidos exclusivamente *radiofónicos*, RadioCut. Para este objetivo central y principal se realizó un proceso de recopilación de datos de la plataforma a través del acceso a sus datos en Google Analytics. Gracias a esta información, se obtuvieron respuestas a preguntas del tipo «¿Qué hacen los usuarios de una plataforma como RadioCut?». Por otra parte, se hizo un estudio de observación y análisis de contenido para obtener una descripción fiel y puntillosa de las características de la plataforma con una grilla de preguntas que apuntaron a obtener datos sobre sus niveles de interactividad, multimedialidad, personalización de la instancia de escucha e hipertextualidad. Por último, la instancia de estudio de la plataforma concluyó con una entrevista abierta y en profundidad con Guillermo Narvaja, creador y director de la plataforma.

Se destaca el estudio de una plataforma como RadioCut por la novedad que propone dentro de la amplia cantidad de plataformas de agrega-

ción de contenidos radiofónicos. Esto quiere decir que, en términos de Fernández, este sitio modifica (o busca modificar) el proceso de mediación radiofónico en tres niveles: en el de los dispositivos técnicos que lo constituyen, en lo específicamente discursivo y en las prácticas sociales de escucha que se asocian o permite (Fernández, 2017: 137).

Para estudiar y analizar las capacidades sociales, de personalización y auto-programación de RadioCut se toma la metodología utilizada por Marcelo Kischinhevsky y Luiza Campos en 2015 para comparar distintas plataformas de lo que ellos denominaron «radios sociales» (Kischinhevsky Campos, 2015: 208). De acuerdo con esta matriz comparativa de análisis, existen cinco campos de comparación:

1. La arquitectura de la interacción que busca identificar capacidades de compartir e intercambiar contenidos, opiniones y perfiles entre los usuarios de la plataforma y a través de otras plataformas como las redes sociales;
2. La multimedialidad que hace referencia a la incorporación de otros tipos de contenidos además de los audios como pueden ser fotografías, descripciones textuales o videos;
3. La hipertextualidad que trabaja sobre la posibilidad de navegar de diferentes formas los contenidos sea por recomendación, por cruce de *links* y por diferentes filtros o categorizaciones de estos a través del etiquetado y la sindicación;
4. La personalización que indaga sobre las capacidades que se le dan al usuario para programar la experiencia de escucha a través del armado de *playlists* y establecer preferencias sobre los contenidos;
5. Y, por último, se encuentra la memoria o archivo sonoro que caracteriza las herramientas con las que cuenta la plataforma para gestionar, recomendar y recolectar información sobre el uso que los *oyentes* dan al sitio (Kischinhevsky y Campos, 2015: 209).

Otra parte de este trabajo consistió en efectuar un diagnóstico de la plataforma. Es decir, una vez recopilada la información sobre uso, realizada la caracterización integral y obtenidas las respuestas de su director, se hizo una crítica sobre el funcionamiento, diseño y contenidos de RadioCut en comparación a otras plataformas similares (Spotify, TuneIn, Last.FM, YouTube, Raddios).

La propuesta de este trabajo fue analizar y estudiar, a través de un caso, el surgimiento de plataformas que presentan respuestas (o no) a necesidades de los oyentes radiofónicos digitales. Y enmarcar a Radio-Cut dentro de las categorías analíticas que surgen a partir del estudio de la participación y el comportamiento de la radio en el entorno *online*-convergente.

4. USOS Y CONSUMOS DE LA RADIO EN ARGENTINA

La escucha de radio en Argentina se encuentra en caída según las dos fuentes principales de datos. Para el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SINCA), dependiente de la Secretaría de Cultura de la Nación, la radio es escuchada por el 70 % de los argentinos. Sin embargo, esta cifra de 2017 muestra una caída con relación a la de 2013 cuando la audiencia radiofónica llegaba al 87 % de la población. Los sectores etarios donde se registra una mayor pérdida entre estas dos fechas son los más jóvenes. En el segmento que va de 12 a 17 años la audiencia cayó del 73 % al 39 %; entre los de 18 y 29 de 88 % a 67 %; y de 30 a 49 de 90 % a 73 %. Según estos mismos datos, el 20 % de la audiencia consume radio a través de Internet, mientras el dispositivo más utilizado es el receptor tradicional (62 %). Entre las causas que motivan la no escucha de radio se encuentran, entre las más masivas, la falta de gusto (38 %) y la falta de interés (34 %).

De acuerdo con los datos de la segunda fuente, Kantar Ibope Media, el encendido en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA) disminuyó de 16.3 puntos en enero de 2016 a 12.8 en abril de 2019. Una pérdida del 21 % en poco más de tres años. Si se compara la cifra de abril de 2019 con la de 2006 cuando el encendido era de 23.8 puntos, la pérdida es de casi el 50 %. Esto muestra, entre otras cosas, que este proceso se aceleró en los últimos años. Un dato que respalda esta afirmación es que la cantidad de audiencia de la radio en el AMBA mermó en un millón de personas en los últimos tres años.

Según Kantar Ibope, el dispositivo más utilizado para acceder a la radio también es el receptor tradicional (58 %) mientras el segundo es el autoestéreo (56 %), el tercero la FM del teléfono celular (33 %), el cuarto la computadora (21 %), seguido por los *smartphones* (19 %) y los canales

de tv paga (11 %). Sin embargo, al analizar la tendencia temporal de la escucha por dispositivos se encuentra que la única plataforma que perdió porcentaje en los últimos años fue el estéreo del auto, mientras las plataformas conectadas a Internet (computadoras y *smartphones*) muestran un estancamiento profundo.

En cuanto a los contenidos más valorados, las audiencias destacan el entretenimiento (30 %), la información (28 %) y la compañía (27 %) como principales causas de escucha. La música pop en español, las noticias nacionales, las locales, los *talk-shows* y la música pop en inglés son los contenidos con mayor atracción.

De acuerdo con un estudio de la agencia publicitaria Audio.Ad, en 2018 un 70 % de los argentinos escucharon audio *online* (definido este como el agrupamiento de radio por Internet, plataformas de *streaming* musical y otros sitios de contenido sonoro en línea). El 57 % de los argentinos escuchó radio en Internet al menos una vez por día. Del total de *oyentes online*, el 82 % escucha música a través de distintas plataformas donde YouTube (53 %), Spotify (28 %), Google Play (26 %) y iTunes (11 %) son las más masivas. El 41 % de estos oyentes de música paga por alguno de estos servicios.

Si se hace foco en el consumo radiofónico *online*, dentro del estudio de Audio.Ad se encuentra que, el 30 % escucha radio en Internet (una cifra mayor a la registrada por el SINCA), un 48 % de estos oyentes interactúa en redes sociales mientras escucha radio y las plataformas de acceso, solo un 32 % accede a través de las webs de las emisoras y un 24 % se descarga la aplicación de la emisora. Las plataformas *agregadoras* más utilizadas para escuchar radio en Internet son iTunes (33 %), Ivoox (18 %), TuneIn (15 %) y Streema (14 %).

En la Tabla 1 se pueden observar datos del *ranking* de sitios web (en computadoras, no en aplicaciones) generado por Similar Web. Si se seleccionan los portales de estrictos contenidos radiofónicos se encuentra que, entre los primeros diez, cuatro de ellos son *agregadores radiofónicos* (RadioArg, RadioCut, EnLaRadio y Raddios).

TABLA 1. Listado de webs más visitadas

Sitio	Similar Web
CienRadios	28
Cadena 3	131
RadioArg	456
RadioCut	570
FM Metro	892
EnLaRadio	1.101
Raddios	1.147
La Red AM 910	1.680
Los 40	2.065
AM 750	2.076
FM Aspen	2.230
Radio Continental	2.359
Radio Con Vos	2.535
Futurock	3.267
Radios-Argentinas	3.753
El Destape Radio	4.403
Radio del Plata	5.501

FUENTE: Similarweb.

Por otra parte, si se visitan los *rankings* de aplicaciones más descargadas en los sistemas operativos más utilizados en el país (Android y iOS) se podrá encontrar fuerte presencia de plataformas que permiten un acceso a gran cantidad de emisoras por sobre las de las emisoras. Esto se puede encontrar tanto para las aplicaciones encuadradas como *musicales* como de *noticias* para cada sistema operativo.

Por último, las estadísticas generadas por la EncuestaPod de 2017 son las más fiables al momento de hablar de las prácticas y usos de los oyentes de *podcasts* en Argentina. Según esta encuesta, el 80 % de las audiencias acceden al contenido a través de *smartphones* y Spotify es la plataforma web más usada para la escucha (43 %) seguida por las webs de los productores (40 %), Ivoox (32 %), SoundCloud (25 %) y Itunes (21 %). Dentro de los dispositivos móviles, Spotify también es la más masiva seguida por Apple Podcasts, Ivoox y los *podcatchers* (Podcast Addict y Pocket Casts por ejemplo). Un dato destacable de la encuesta es que estos oyentes, en

su mayoría jóvenes entre 25 y 35 años, encuentran nuevos *podcasts* a través de las redes sociales.

TABLA 2. Aplicaciones con más descargas por categoría y sistema operativo

Categoría «Música y audio»				Categoría «Información y noticias»			
Aplicación	Ranking Android	Aplicación	Ranking IOS	Aplicación	Ranking IOS	Aplicación	Ranking Android
Spotify	2	SounCloud	4	Ivoox	2	Cadena 3	10
Deezer	4	Simple Radio	5	RadioCut	14	FM La Popu	16
Simple Radio	8	Radios Argentinas	9	Radio Con Vos	15	FM Córdoba	21
Sound Cloud	14	Cienradios Play	11	Tuner Radio Pro	19	CastBox	23
MiRadio	21	Tuneln	18	Cadena 3	20	Podcast App	27
Ivoox	30	Radio Argentina	24	FM Córdoba	24	Rosario 3	37
Radio La Red	40	FutuRock	31	Radio Continental	25	Podbean	61
Radio FM Arg. Online	48	Metro 95.1	43	Stitcher	32	Podcast Go	83
Radio FM	57	Radio Garden	50	Anchor	35	Podcast Player	85
CienRadios	73	Los40	81	El Destape Radio	38	Spreaker	122
Tuneln	77	Radio Disney	89	FM La Popu	45	Podcast Addict	126

FUENTE: Apptopia al 25/04/2019.

Estos datos de múltiples fuentes y con distintos focos sirven para graficar la forma de acceso y escucha de los contenidos radiofónicos. El estancamiento en el uso de las plataformas conectadas a Internet para la escucha de radio tradicional debe ser complementado con el tipo de plataformas a través de la cual se accede a esos contenidos en Internet. Allí se encuentra la relevancia de los agregadores radiofónicos y las plataformas sociales como Spotify, YouTube, SoundCloud, Ivoox o los propios *podcatchers*.

5. DESCRIPCIÓN DE RADIOCUT Y SU PLATAFORMA

Lanzado en 2013 por la empresa Lambada S.R.L., RadioCut es una de las innovaciones más importantes del mercado radiofónico argentino. Es una plataforma con web y aplicación móvil que permite el acceso a las programaciones en vivo de cientos de emisoras argentinas. Además, como parte de su proceso de expansión, incorporó emisoras de distintos países del continente americano (Uruguay, Brasil, Estados Unidos) y del mundo (con especial foco en el sudeste asiático). Hasta este punto de la descripción de la plataforma, pocas cosas la diferencian de otros sitios como Raddios, Radios-Arg o TuneIn.

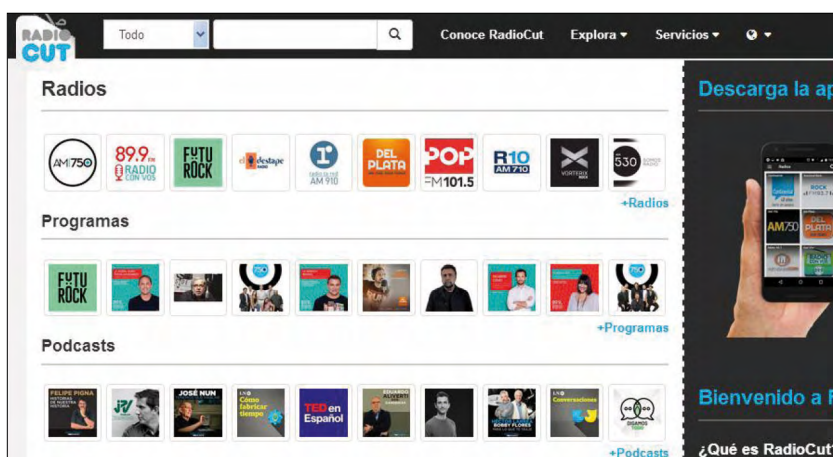


FIGURA 1. Inicio de la web de RadioCut

FUENTE: Radiocut.FM.

La principal novedad de RadioCut consiste en las capacidades que incorpora para que el usuario seleccione contenidos de manera atemporal, desprogramada y personalizada. Además de habilitar la reproducción en vivo (con apenas unos segundos de demora en relación con el *streaming* original que se explica en las siguientes líneas) RadioCut es una máquina del tiempo radiofónica personal. Esto quiere decir que el usuario de la plataforma puede seleccionar qué día y qué horario de la programación ya emitida quiere recuperar y escuchar. Esto permite un viaje en el tiem-

po de la transmisión de una emisora para acceder al contenido cuándo y dónde el oyente quiera. Además, la otra novedad de esta plataforma es que los usuarios (sean oyentes, productores de programas o gestores de redes sociales de emisoras) pueden generar cortes de audio del momento de la programación que deseen. De allí proviene su nombre: Radio-Recortada o Radio-Cortes.




FIGURA 2. Barra de reproducción y recorte

FUENTE: Radiocut.FM.

Estos cortes generados por los usuarios pueden ser automáticamente compartidos, luego de generados, a través de las distintas redes sociales y se almacenan en varios lugares al mismo tiempo: en el perfil del usuario que lo generó, en el del programa al que pertenece y en el de la emisora. Por otra parte, el generador del corte debe colocarle al mismo un título, una descripción y, opcionalmente, etiquetas para que sea asociado a otros cortes. Esto permite que durante la navegación del sitio, el mismo recomiende contenidos similares a los escuchados, otros relacionados a la emisora que se esté buscando o escuchando y otro listado con los cortes más reproducidos.

Ahora que nos escuchan











Radio: [Con Vos](#)


Thursday 00:00 a 01:00 hs. desde: 07/03/2019

Web: <http://www.radioconvos.com.ar/>

Programa de entrevistas con mujeres, por Ingrid Beck.



Últimas grabaciones

jueves, 30 de mayo de 2019 0:00

Ahora que nos escuchan. Ingrid Beck entrevista a Romina Manguel	00
#AhoraQueNosEscuchan con Romina Manguel	00
Romina Manguel critica duramente la solicitada en apoyo a Santoro	00

FIGURA 3. Perfil de programa

FUENTE: Radiocut.FM.

Los centenares de emisoras que pueden ser encontradas en RadioCut pueden ser accesibles para el usuario a través del nombre de la radio, del nombre del programa, de un horario, de un tema, de un conductor. La hipertextualidad y capacidad de etiquetado de los contenidos es una capacidad que, otra vez, la plataforma cede a sus usuarios. Y este es un aspecto central ya que se trata de un espacio de distribución, acceso y recomendación de contenidos, pero no de producción. Esto puede diferenciarse de otras como Spotify que cuenta con producciones propias. Cuenta con una pestaña que permite filtrar las emisoras según su zona geográfica (país o región dentro de Argentina) y también crea subpáginas para emisoras comunitarias/alternativas y emisoras universitarias. Esto último solo para las radios argentinas. Por último, la oferta incluye *podcasts* (en el sentido de *formato de producción*) y emisoras *online* a las cuales no diferencia de las emisoras tradicionales (como tampoco diferencia AM de FM).

PLATAFORMAS DIGITALES DE RADIO SOCIAL ... | AGUSTÍN ESPADA

111

RadioCut es una plataforma de acceso abierto y puede, también, ser anónimo. No requiere de registro para escuchar o buscar contenidos. Sin embargo, establece registro obligatorio para realizar recortes e incluye modelos de pago para escuchar contenidos sin publicidad previa (aunque no evita las publicidades propias de las emisiones o contenidos) y para descargar los cortes de audio. También se puede obtener el servicio de generación de una web propia con un abono de mayor precio. A pesar de esta apertura para la escucha, la subida y agregación de contenidos es un derecho reservado exclusivamente para la plataforma. Los usuarios no pueden cargar contenidos propios sino cortar y escuchar producciones aceptadas y subidas por RadioCut. En este sentido, se diferencia de otras plataformas como Ivoox, SoundCloud o el mismísimo YouTube.

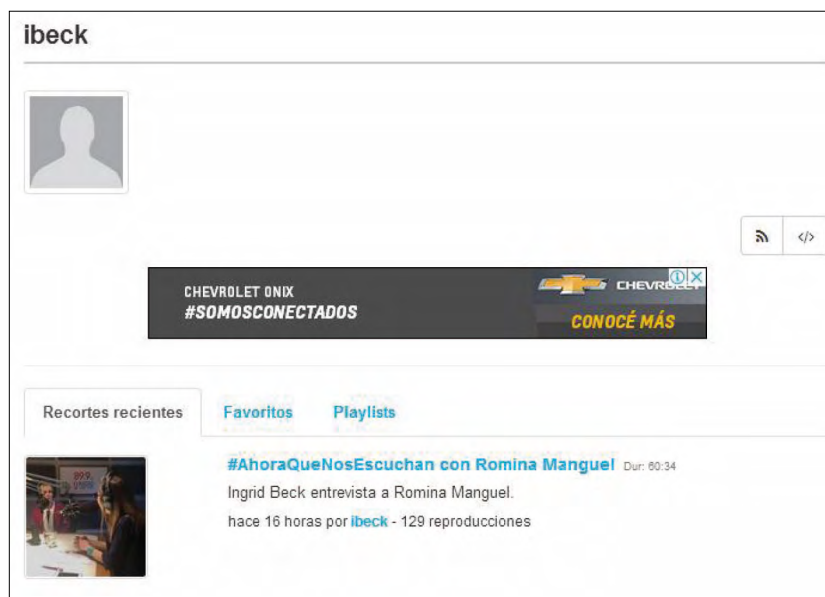


FIGURA 4. Perfil de usuario

FUENTE: Radiocut.FM.

Una última característica importante es la maleabilidad del audio que permite esta plataforma. Además de la posibilidad de «viajar en el tiempo» dentro de la programación de una emisora (en algunos casos

cuenta con hasta cuatro años de emisiones archivadas), el reproductor permite pausar un contenido, retroceder unos segundos, adelantar unos segundos y acelerar o enlentecer la velocidad de reproducción. Por otro lado, la calidad del archivo de audio es baja ya que una de las ofertas diferenciales que trata de cubrir RadioCut es el mal funcionamiento de los *streamings* oficiales de las emisoras y el correcto funcionamiento de este bajo cualquier tipo y calidad de conexión, así como en cualquier sistema operativo o navegador web. Es por esta razón que la reproducción *en vivo* se encuentra retrasada unos segundos.

Para continuar con el análisis de la plataforma RadioCut es necesario y pertinente incorporar las categorías de Kischinhevsky y Campos para el estudio de los servicios de *radio social: arquitectura de la interacción, multimedialidad, hipertextualidad, personalización y memoria* (Kischinhevsky y Campos, 2015: 208).

En cuanto a la arquitectura de la interacción propuesta por RadioCut se destaca que los usuarios de la plataforma tienen grandes capacidades para interactuar con el contenido. Entre las más destacadas se encuentra la de compartir en redes sociales el corte, programa o emisora escuchada con un simple clic que permite publicar la actividad en Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, enviar por correo e incluso la capacidad de insertar el corte de audio en un sitio web personal o propio. A esto debe sumarse que cada vez que se realiza un corte de audio este se publica automáticamente en los perfiles de Twitter y Facebook de la plataforma.

En esta instancia de interacción con los contenidos es posible etiquetar los cortes generados, seleccionar como «favoritos» a recortes, pero no a emisoras o programas al mismo tiempo que se puede crear una *playlists* con esos cortes o programas ya emitidos (que se establecen como otro tipo de recortes). Los usuarios pueden suscribirse a través de un *feed* de RSS para que la plataforma envíe alertas cuando se publican nuevos contenidos en el perfil de una emisora o programa. Como se dijo anteriormente, los audios se pueden descargar solo para usuarios registrados.

TABLA 3. Interacción

Arquitectura de interacción			
Funcionalidad	RadioCut	Funcionalidad	RadioCut
Compartir en redes sociales	SI	Comentarios	SI
Seguir emisoras o programas	SI	Mensajes privados	NO
Seguir a otros usuarios	SI	Crear Playlists	SI
Recomendar contenidos a amigos	NO	Añadir contenidos	NO
Etiquetar contenidos	SI	Descargar contenidos	SI
Indicar contenidos favoritos	SI	Venta de contenidos	NO

FUENTE: elaboración propia.

A pesar de esto, la interacción entre los distintos usuarios solo puede realizarse a través de los contenidos. No es posible realizar comentarios con el perfil de usuario (aunque sí se pueden realizar conectado a un perfil de Facebook lo cual atenta con la interacción dentro de la plataforma), enviar mensajes entre los mismos usuarios o recomendar contenidos. Del mismo modo, no se puede generar una lista de relaciones (algo así como *amistades*) y, por lo tanto, tampoco se puede observar qué es lo que escuchan o recomiendan otros usuarios. Los niveles de interacción de tipo *personal* entre los perfiles son bajos.

La multimedialidad también es un aspecto que encuentra altibajos dentro de RadioCut; si bien los perfiles de usuarios, emisoras y programas cuentan con fotografías y descripciones de cada uno, no ocupan un rol preponderante en la presentación del contenido. Puede destacarse que se encuentra información amplia sobre programas y emisoras: desde programación hasta integrantes y horarios de comienzo y finalización. La falta de videos (muchas veces generados por la emisora) muestra una falta de retroalimentación entre RadioCut y otras plataformas sociales (por ejemplo, no se puede acceder a los perfiles en Twitter, Facebook o Instagram de las radios y programas). Esto también se debe a los impedimentos que la plataforma para que los usuarios (emisoras, programas u oyentes) suban contenido.

TABLA 4. Multimedialidad e hipertextualdiad

Multimedialidad		Hipertextualidad	
Funcionalidad	RadioCut	Funcionalidad	RadioCut
Imágenes de emisoras/ programas	SI	Registro con perfiles en redes sociales	SI
Videos	NO	Compartir audios en redes sociales	SI
Textos	SI	Habilita enlaces en los perfiles	SI
Comentarios	NO	Conecta con sitios de productor	SI
		Aplicación para móvil	SI
		Muestra contenidos relacionados	SI

FUENTE: elaboración propia.

La hipertextualidad que establece RadioCut para sus contenidos permite que sus cortes puedan ser encontrados por el programa al que pertenecen, por la emisora, por ser los últimos en ser creados, por ser populares o por estar relacionados con las escuchas de los oyentes. Esto facilita y permite saltar de un audio a otro, de una emisora a otra a través de distintas formas de relacionar el contenido, al tiempo que facilita el ingreso a la plataforma a través de recomendaciones publicadas en redes sociales y salir de la misma hacia los sitios de los productores.

TABLA 5. Personalización y memoria

Personalización		Memoria	
Funcionalidad	RadioCut	Funcionalidad	RadioCut
Bio de perfil de oyente	SI	Historial de escucha	NO
Foto de perfil de oyente	SI	Historial de favoritos	SI
Lista de emisoras o programas favoritos	NO	Guardar playlists	SI
Playlists	SI	Sugerencias basadas en hábitos de escucha	SI
Diferencias entre perfil de oyente y de emisora	NO		

FUENTE: elaboración propia.

La instancia de personalización del consumo es uno de los puntos más destacables de la plataforma. A la capacidad que RadioCut da al usuario para viajar en el tiempo de las transmisiones, recortar los audios, pausar, adelantar, retroceder y acelerar la velocidad de reproducción se agregan otras cuestiones. La posibilidad de generar un perfil de oyente con información personal y fotografía se suman a la generación de *playlists* y listados de recortes favoritos.

Por el lado de la memoria, se destaca nuevamente la gran capacidad de encontrar contenido ya emitido en las radios, así como el listado de favoritos y recortes más escuchados por parte de los usuarios, pero no así un historial de escucha. Por último, la recomendación de contenidos basados en el etiquetado y en los contenidos a los que acceden los usuarios es algo destacable.

6. DESCRIPCIÓN DE USOS Y ESTADÍSTICAS

Un análisis con estadísticas generadas por Google Analytics permite extraer un perfil de los usuarios de RadioCut así como de sus usos. El 50 % de sus visitantes se encuentran entre los 25 y los 44 años. Luego su

audiencia es más adulta que joven, en promedio. Por otro lado, el principal dispositivo de conexión con la plataforma es el teléfono móvil que duplica la participación de las computadoras. Al momento de pensar en un usuario ideal de la plataforma, Guillermo Narvaja (director y creador de RadioCut.FM) destaca que la figura de un oyente tradicional de radio es la que predomina.

Nosotros pensamos la plataforma para el oyente habitual de radio. Hay una parte donde nosotros captamos a las personas que le interesan las noticias o que se vuelven virales. Pero para nosotros el usuario es una persona para la cual la radio es algo importante en su vida y que quiere escuchar su radio. Estaría bueno que RadioCut funcione mejor en cuanto al descubrimiento de contenidos. La primera parte de descubrimiento es la sección de los más populares, pero es muy limitado porque por ahí no son los temas que a vos te interesan entonces no hay mucho movimiento. Ahí deberíamos tener inteligencia para recomendar o un modelo tipo red social donde vas siguiendo por recomendaciones de usuarios y perfiles. Hoy no tenemos recursos para implementar esos desarrollos. Después habría que ver si la masa de usuarios que tenemos alcanza para generar ese modelo.¹⁹

De acuerdo con Narvaja, entonces, el usuario ideal de la plataforma es un oyente fiel y seguidor de una emisora de radio que ingresa para escuchar sus programas preferidos (en vivo o desprogramado). Sin embargo, esto no quita que la plataforma busque mayores interacciones de los usuarios con la misma a través de mejoras en el sistema de recomendación de contenidos y recortes. Este es uno de los aspectos a mejorar por la plataforma y está íntimamente relacionado con el origen del tráfico a la web y, también, con las actividades más realizadas por los usuarios dentro de la misma.

19. Entrevista a Guillermo Narvaja, director y Creador de RadioCut.FM realizada el 10 de junio de 2019.

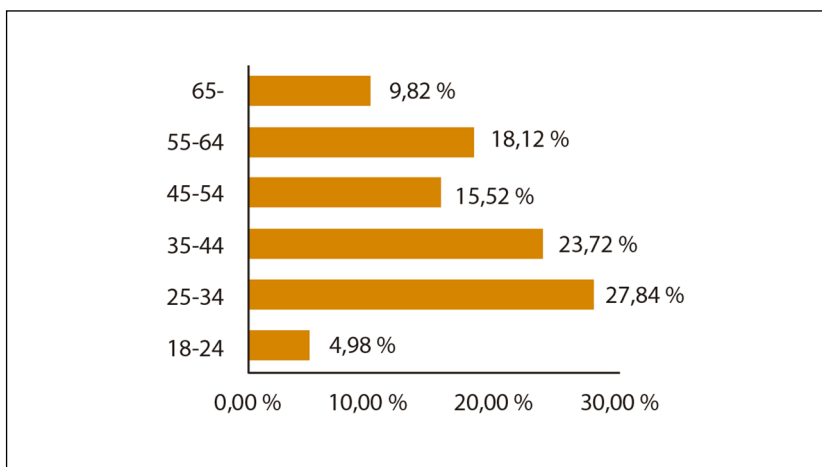


FIGURA 5. Porcentaje de usuarios por segmento etario

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

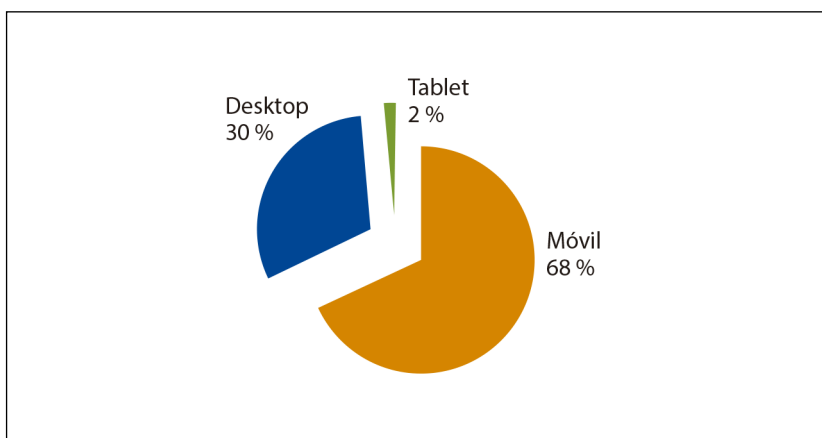


FIGURA 6. Porcentaje de usuarios por dispositivo

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Si se analiza la procedencia del tráfico al sitio se encuentra que los buscadores (Google) son la principal fuente de tráfico seguidos por las redes sociales y el ingreso directo. Esto demuestra que la plataforma no logra convertir su gran actividad en redes en ingresos a su sitio web. En especial,

su continua publicación en Twitter no parece rendir tributos al igual que la actividad en esa red social de sus usuarios. Al respecto, Narvaja señaló:

No podemos hacer un mecanismo de selección para publicar en redes que no sea automático. Y si no es automático, si no es la reciente creación, es difícil establecer un criterio. Hoy tenemos uno que tiene que ver con la popularidad del usuario, pero igual no deja de ser alta la cantidad. Sigue siendo muy difícil predecir qué es lo que se va a volver muy escuchado con los cortes. Al final creo que la viralización con nuestra cuenta en Twitter no es muy importante. La viralización real tiene que ver con la recomendación entre usuarios o los medios que la incluyan.²⁰

Facebook es la plataforma social que mayor cantidad de tráfico genera para RadioCut con muchos cuerpos de distancia sobre el resto.

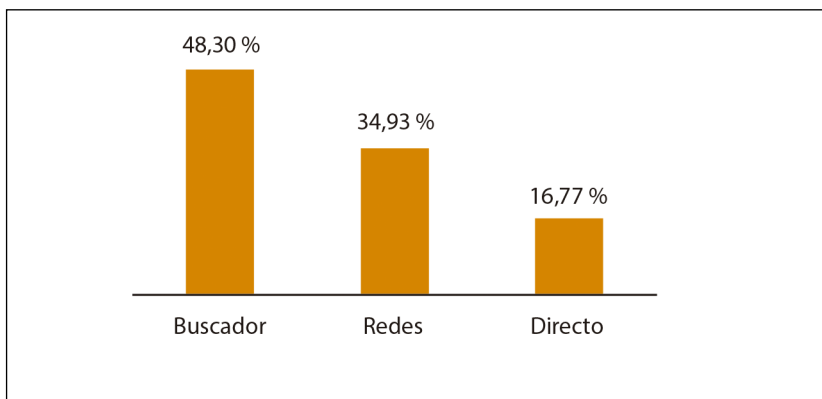


FIGURA 7. Origen del tráfico

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

20. Entrevista a Guillermo Narvaja, director y Creador de RadioCut.FM realizada el 10 de junio de 2019.

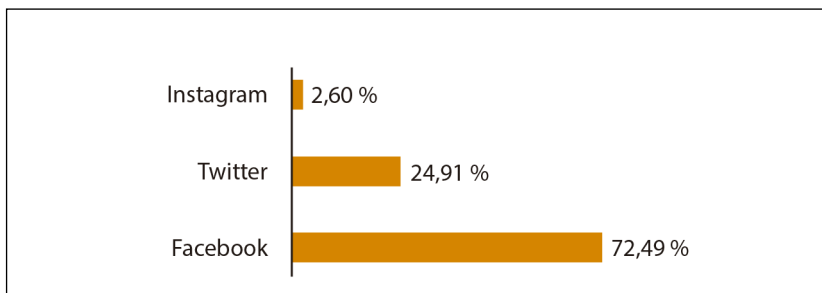


FIGURA 8. Red social de origen del tráfico

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Los datos de usuarios únicos totales y páginas visitadas muestran cierta estacionalidad en el acceso a RadioCut que es congruente con los meses de mayor y menor audiencia de la radio tradicional. Así, los meses de enero, febrero y marzo suelen ser de menor encendido y de uso de medios en general. La caída entre noviembre y enero es de casi una quinta parte de los usuarios e igual cantidad de páginas vistas.

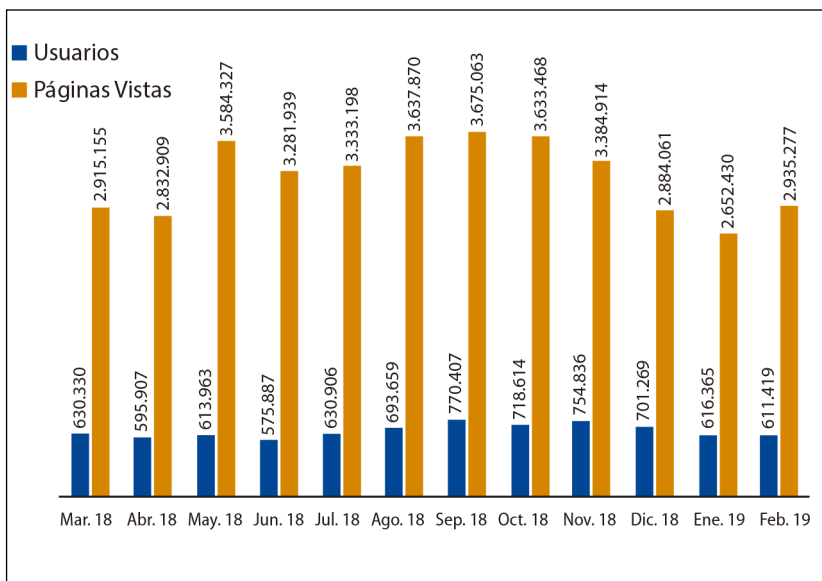


FIGURA 9. Cantidad de usuarios y páginas vistas (de 3/2018 a 2/2019)

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Al revisar las secciones más visitadas dentro de la plataforma, se encuentra que los perfiles de emisoras son más visitados que los cortes o los programas pero en una proporción muy menor a la que podría esperarse en un análisis de audiencias radiofónicas. La fuerte presencia de los audio-cortes en la dieta de los oyentes de RadioCut muestran que la posibilidad de escuchar contenidos desprogramados tiene buena recepción en los usuarios.

Hoy el sistema de recomendación es muy básico. Te aparece lo más popular dentro de cada contexto o los recortes recientes dentro del mismo contexto. Si vos marcás algo como favorito lo ideal sería que eso sea utilizado para recomendarte contenidos, pero no podemos hacerlo. Estamos viendo dos alternativas. Una es mejorar el producto aun cuando no tenemos un mercado grande y las radios no se relacionan mucho. La otra es probar con replicar el modelo y expandirnos en otro mercado. [...] No tenemos bien trabajado la información que les pedimos a los usuarios. Nosotros le vemos la pata social, pero no la podemos desarrollar, con eso podríamos mejorar la viralización, buscando que se construyan perfiles. La cantidad de usuarios que tiene imagen de perfil es el 1,5 % y la bio tiene un porcentaje similar. Es muy poca cantidad.²¹

La encrucijada en la que se encuentra la plataforma, entonces, es la de la conjunción de una necesidad de innovar en el sistema de recomendación de contenidos, en las capacidades de socialización de los usuarios dentro de la misma, extraer datos de los comportamientos y conseguir un nivel de ingresos que avale la inversión necesaria para hacerlo. El debate en el que se encuentra el director de RadioCut es el de la necesidad de mejorar el *engagement* del sitio junto a una estrategia de recomendación de contenidos de tipo social no inteligente. Narvaja traza una diferencia sustancial entre lo que para él son los sistemas algorítmicos de sugerencias en plataformas como Netflix y Spotify y lo que debería desarrollarse en un otras como RadioCut que trabajan con contenidos provenientes de medios tradicionales.

21. Entrevista a Guillermo Narvaja, director y Creador de RadioCut.FM realizada el 10 de junio de 2019.

No creo mucho en que funcionen bien los algoritmos de recomendación inteligentes. Creo que funciona más la recomendación social. Si hubiese tenido los recursos para ir por un tipo de recomendación sería por el segundo. Buscaría la socialización dentro de la plataforma y que las recomendaciones no sean en base a interpretaciones de un algoritmo sino en base a los usuarios, programas o radios que seguís. Sería un sistema de recomendación puramente social. Netflix o Spotify tienen sistemas de recomendación inteligentes. Ellos son plataformas pensadas desde lo privado, en cambio RadioCut no. La situación de consumo es más privada. En nosotros el descubrimiento es más social y yo veo un impulso por compartir cosas, cortes. El contenido hablado es interesante para eso, para ponerlo en debate, no es como las películas o la música. El universo de la música o las películas es mucho más reducido que la cantidad de horas de radio que se generan o de la agenda de noticias. Es más estático, no hay tanta necesidad de descubrimiento. Es difícil que un amigo me recomiende un tema o una serie en redes sociales o por plataformas digitales. Ahora Spotify le está dando relevancia a las plataformas sociales con el *podcast*, permite reproductores embebidos para Twitter o Facebook, pero ahora que se metió con contenidos hablados.²²

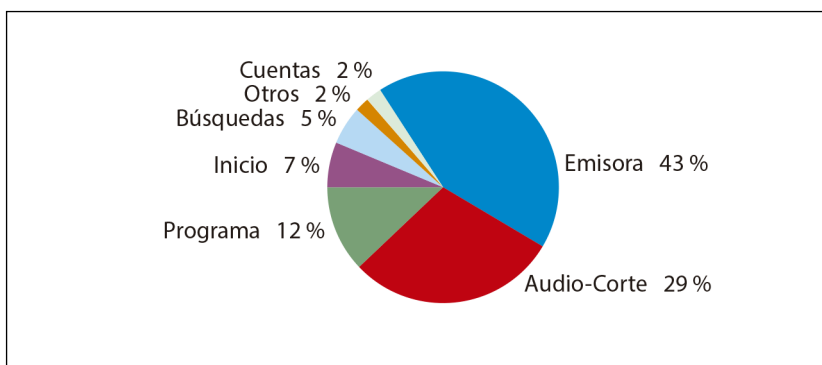


FIGURA 10. Secciones más visitadas en el sitio

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

²². Entrevista a Guillermo Narvaja, director y Creador de RadioCut.FM realizada el 10 de junio de 2019.

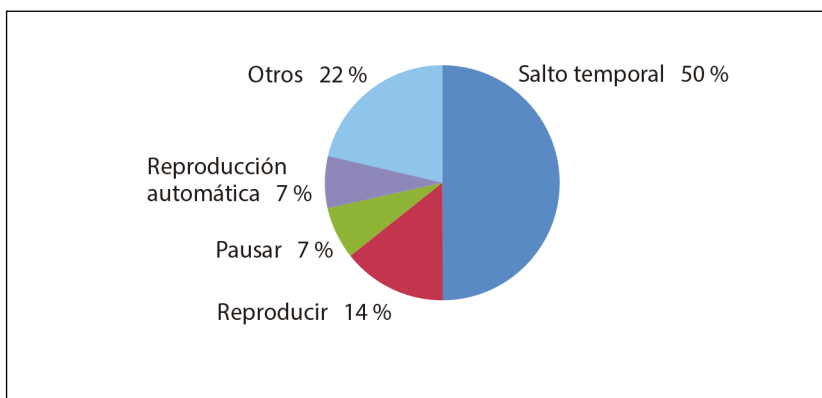


FIGURA 11. Actividades más realizadas por los usuarios en el reproductor

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Otra muestra de esto es el comportamiento de los usuarios frente al reproductor de una emisora. De acuerdo a los datos de Analytics, la funcionalidad más utilizada es la de realizar un salto temporal (sea por el buscador de horas y fechas o con las funcionalidades de adelanto o retraso de a 15 segundos).

Las emisoras más escuchadas cuentan, todas, con una programación neta y exclusivamente hablada, sean estas de AM, de FM o radios *online*. De hecho, una de las cinco más escuchadas se transmite solo por Internet, como puede verse en la Figura 12 (FutuRock). El listado está compuesto, además, por cinco radios AM y otras cinco de FM.

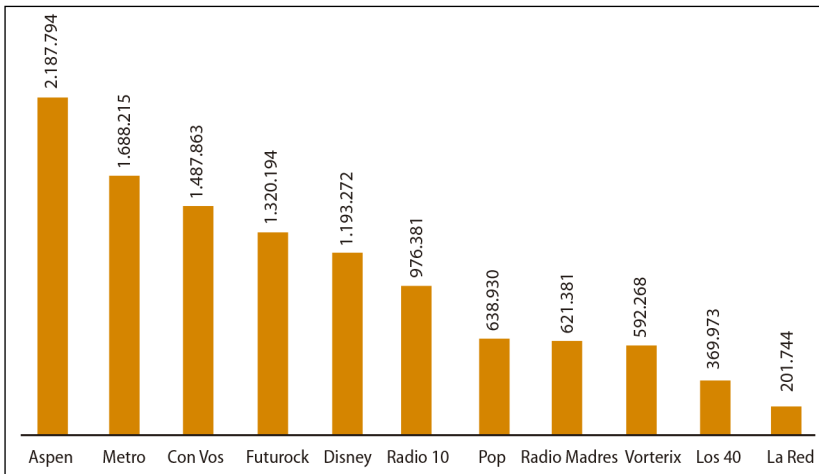


FIGURA 12. Emisoras más escuchadas en RadioCut

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Otro dato que muestra el comportamiento de los usuarios es que las emisoras musicales cuentan con un tiempo de permanencia de los oyentes mayor al de las radios habladas. En el cuadro que sigue se comparan los minutos de permanencia por sesión en tres radios musicales (Aspen, Disney y Los 40) contra las más escuchadas que componen el *ranking* anterior. Como puede observarse en la Figura 13, la cantidad de minutos es ostensiblemente mayor en las musicales.

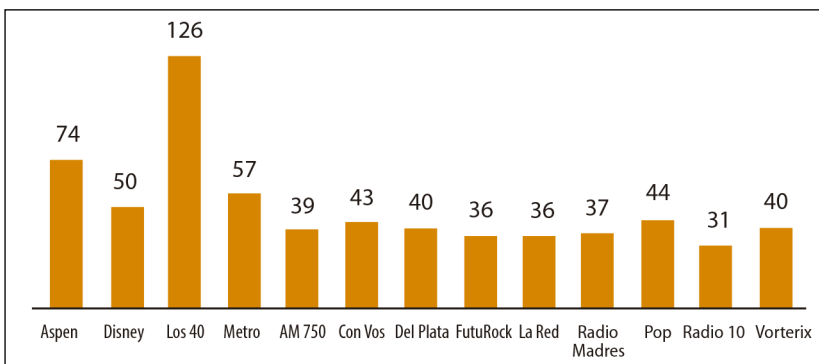


FIGURA 13. Duración de la sesión por emisora (en minutos)

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Narvaja observa que, además de la diferencia de duración de sesión entre emisoras musicales y emisoras habladas, existen diferentes tiempos de escucha entre usuarios registrados y no registrados así como entre las sesiones registradas en la aplicación móvil y la web.

La sesión en la *app* es promedio de una hora y en la *web* de media, aunque en la *web* hay mucho más tráfico casual por cortes o virales y eso te baja el promedio. Durante el mes un usuario de la *app* escucha 12 horas mensuales, en la *web* los usuarios registrados escuchan cerca de 20 horas.²³

En cuanto a los usos y la *vida útil* de los cortes realizados por los usuarios (individuales o de emisoras) se encuentra que muestran un gran porcentaje de sus reproducciones cuanto más cerca en el tiempo se encuentran de su transmisión en directo. Esto quiere decir que más de la mitad de los 15 cortes más escuchados en el período analizado cuentan con más del 50 % de sus reproducciones en el día en que fue realizado con una cantidad decreciente de *plays* hacia los días posteriores. Como se observa en la Figura 14, de los 15 cortes estudiados, solo uno cuenta con más del 15 % de sus reproducciones más allá del quinto día posterior a su emisión. Esto puede servir para explicar la relevancia o criterio noticioso que se utiliza para generar los cortes, la lógica de viralización que sigue su consumo y, por último, la dificultad para volver perdurable en el tiempo un contenido que fue pensado para su fugaz transmisión en vivo y en directo.

23. Entrevista a Guillermo Narvaja, director y Creador de RadioCut.FM realizada el 10 de junio de 2019.

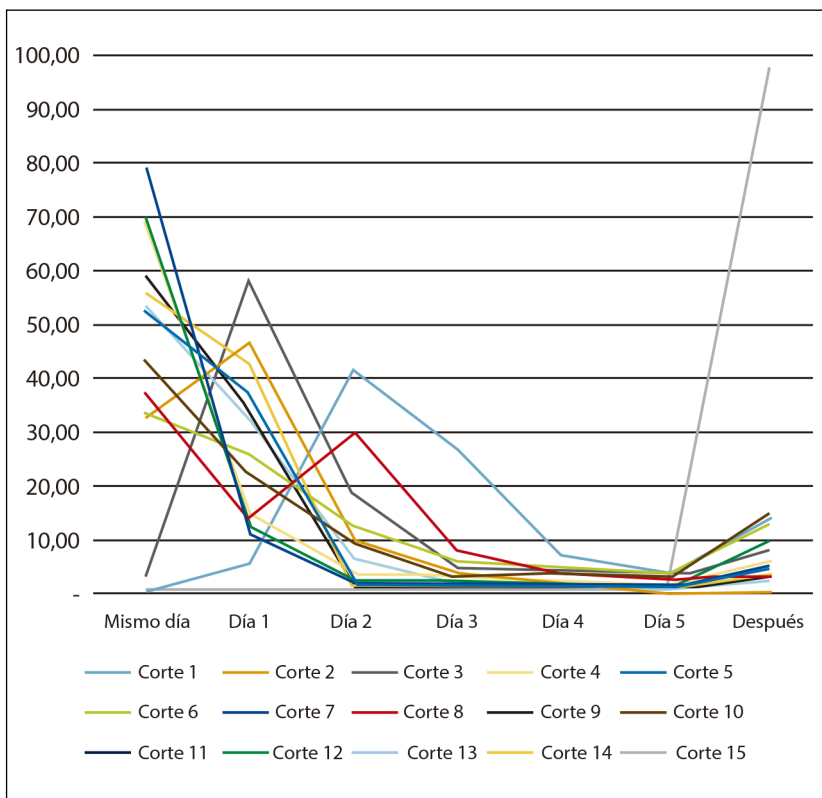


FIGURA 14. Porcentaje de reproducciones de los cortes en los días posteriores a su realización

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Si se revisan los horarios de máxima cantidad de usuarios registrados por los siete días de la semana se puede encontrar una relación similar mas no igual con los comportamientos de la escucha de radio. Como se observa en la Figura 15, si bien los días de semana (lunes a viernes) son los más fuertes y el *prime time* radiofónico se sostiene en esta plataforma *online*, la diferencia con los horarios y días de baja no es tanto como suele ser en la escucha de radio general auditada por Kantar Ibope Media.

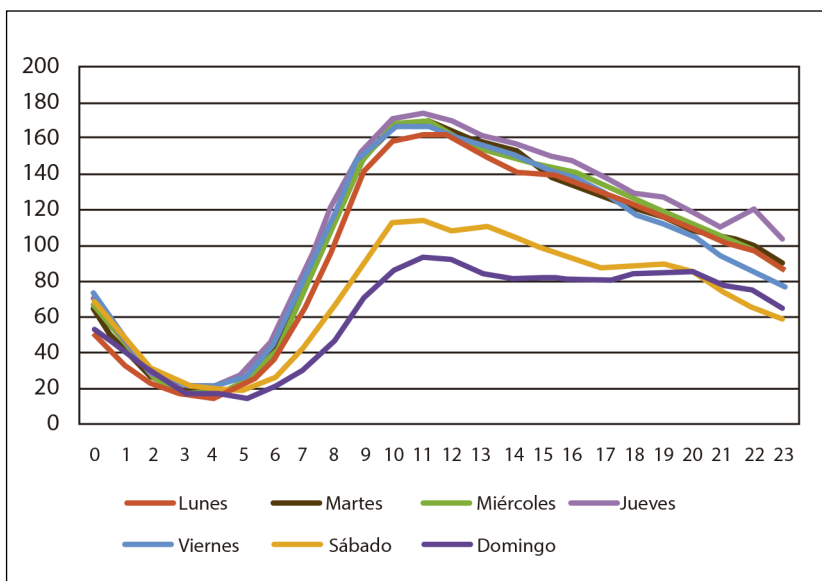


FIGURA 15. Horario y día de conexión de los usuarios

FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

Otro de los datos que se pueden extraer es que el tráfico proveniente de redes sociales está generado, en su mayor parte, por cortes de contenido compartido en las mismas. Como puede verse en la Figura 16, más del 40 % de las visitas producidas por Facebook y Twitter son de audio-cortes. A diferencia de lo que podría esperarse, no hay una escucha más desprogramada en los segmentos jóvenes y otra más lineal en los segmentos más adultos.

De esta manera, como puede observarse en estos datos, hay una falencia en la capacidad de socializar y convertir la gran cantidad de actividad que la plataforma tiene en redes sociales en visitas al sitio. Por otro lado, los usos de las audiencias siguen siendo de escucha lineal, aunque esa situación no sea siempre sincronizada con el vivo de la emisora. Por otra parte, hay muy poca interacción entre los perfiles de usuarios así como entre estos y los perfiles de emisoras o programas.

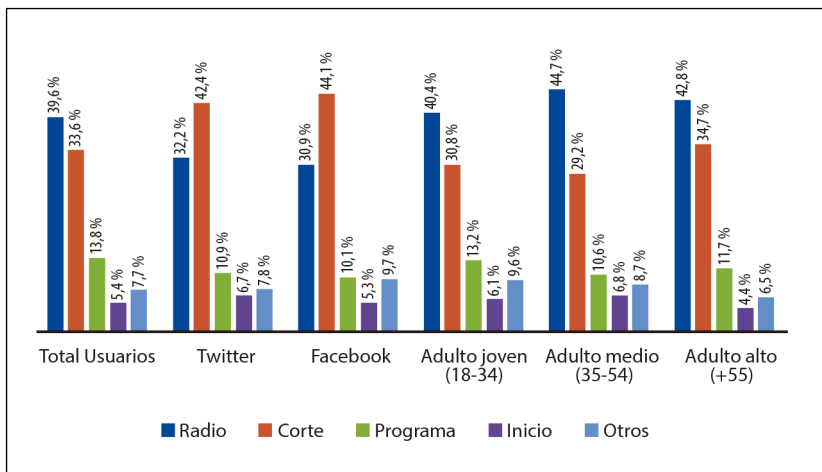


FIGURA 16. Destino de los usuarios provenientes de redes y destinos por edad
FUENTE: elaboración propia con datos de Google Analytics para RadioCut.FM.

7. DISCUSIONES Y CONCLUSIONES

Este trabajo parte de una premisa: la radio debe buscar una forma de responder a tendencias, quizás contradictorias, de personalización y socialización de sus contenidos. En ese marco se inserta el concepto de plataformas de radio social. Plataformas como Spotify, Soundcloud, Ivoox, Deezer o TuneIn se instalan como mediadores de contenidos de audio en Internet con la oportunidad de ofrecer contenidos desprogramados, en vivo, musicales, hablados, de usuarios, de emisoras, de *podcasters*, de recomendar productos, de generar intercambios entre los usuarios, de permitir valorizaciones por parte de estos, etc.

RadioCut se inserta como una de estas plataformas que agregan contenidos y que buscan dotar de personalización, desprogramación y socialidad a la instancia de escucha *online*. Los principales objetivos del sitio son ofrecer una escucha alternativa (desprogramada) a los contenidos radiofónicos tradicionales, que los usuarios generen cortes de esas programaciones de acuerdo con sus intereses y que los compartan en redes sociales para atraer a otros interesados. Es decir, el foco se encuentra en la oferta de un servicio final a un usuario que se encargue de viralizar las bondades, a través de cortes, a otros potenciales oyentes.

Otro de los objetivos que se traza Guillermo Narvaja, su director, se encuentra en la capacidad de generar mayor atractivo para la permanencia de los usuarios dentro de la plataforma. Aquí puede encontrarse la, hasta ahora, mayor falencia de RadioCut: la baja socialización que se construye internamente más allá de las capacidades de compartir contenidos a través de redes sociales. Los usuarios de la plataforma no encuentran grandes incentivos para registrarse (menos del 10 % lo hace) y, de los registrados, muy pocos construyen un perfil (con fotos, información biográfica, emisoras y programas preferidos, etc.). Esto redundo en una baja tasa de diálogo entre los usuarios ya que las funciones de *seguir* emisoras, programas o usuarios, así como las de *favear* cortes encuentran poco rebote en un modelo de recomendación que sobrepase la sugerencia de los cortes más populares o los últimos realizados. En términos de Fernández (2018: 32), a RadioCut le cuesta pasar de un modelo *broadcasting* a otro *networking* en los usos de sus visitantes.

De esta forma, RadioCut carece de circulación social de contenidos radiofónicos y de un sistema de recomendación del mismo tipo. La información que recolecta de los oyentes carece de explotación para la mejora del *engagement* de la plataforma y sus usuarios tienen usos casuales de los cortes (se los cruzan por redes sociales, la mayoría de las veces) y explotan la capacidad de escucha de forma lineal (aunque no siempre de forma sincrónica a la transmisión). La vida útil de los cortes muestra que, a diferencia de lo que podría caracterizar a los *podcasts*, la cercanía temporal con el hecho o la transmisión de este aumenta la capacidad de contar con reproducciones. De todas formas, implica una prolongación de la perdurabilidad de los contenidos ya transmitidos. Esto establece un punto crítico de distancia entre los contenidos sonoros grabados y ofrecidos a demanda (*podcasting*) y los radiofónicos emitidos en directo (Fernández, 2018: 81). Es decir, son contenidos que se ofrecen a demanda, pero fueron emitidos y pensados para el directo, un punto intermedio entre estas dos categorías. Quizás en este punto resida alguna pista del conflicto existente entre la oferta y capacidades ofrecidas por la plataforma y los usos efectivamente ejercidos por los usuarios.

La radio social, entonces, encuentra puntos de innovación y mejora en una plataforma como RadioCut, que facilita la interacción de los usuarios con los contenidos, aumenta la memoria y el archivo (tanto

como la gestión) de los mismos junto a la capacidad de ampliar la hipertextualidad de estos con sugerencias y etiquetas. Sin embargo, el paso pendiente se encuentra en la circulación social de los mismos con comentarios de los oyentes, generación de perfiles y recomendación de contenidos en base a la actividad y gustos de los usuarios. Estos desafíos se encuentran como cuestiones a resolver en la gestión de la plataforma y pueden ofrecer un salto en cuanto al involucramiento de los oyentes en la misma y la *masividad digital* de contenidos sonoros hablados.

8. BIBLIOGRAFÍA

- AMOEDO CASAIS, Avelino; María del Pilar Martínez Costa y Elsa Moreno (2012). «La radio generalista en la red. Un nuevo modelo para la radio tradicional». *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, vol. 10, n.º 20, pp. 165-180. Colombia: Universidad de Medellín.
- BONINI, Tiziano (2015). «The listener as producer: The rise of the networked listener». En: Bonini Tiziano y Belén Monclus (eds.). *Radio audiences and participation in the age of network society*. Londres: Routledge.
- BONINI, Tiziano y Angeliki Gazi (2018). «Haptically Mediated. Radio Listening and its Commodification: the Remediation of Radio through Digital Mobile Devices». *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 25, n.º 1, pp. 109-125.
- BORGES CAMPOS, Luiza y Marcelo Kischinevsky (2015). «Rádio social: novos intermediários da indústria da música». *Revista Novos Olhares*, vol. 4, n.º 1, pp. 205-220. Brasil: Universidade de São Paulo- Escola de Comunicações e Artes- Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais.
- CEA-ESTERUELAS, Nereida (2016). «Modelos comunicativos de la ciberradio: estudio de las principales emisoras europeas». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 22, n.º 2, pp. 953-968. Madrid: Ediciones Complutenses.
- CORDEIRO, Paula (2012). «Radio becoming r@dio: converge, interactivity and broadcasting trends in perspective». *Participations, Journal of Audience and Reception Studies*, vol. 9, n.º 2, pp. 492-510. Northumbria.
- CWYNAR, Christopher (2017). «NPR Music: remediation, curation, and National Public Radio in the digital convergence era». *Media, Culture & Society*, vol. 39, n.º 5, pp. 680-696. Estados Unidos: Publicaciones Sage.
- ESPADA, Agustín (2017). «Ecosistema radiofónico online en Argentina: un análisis comparativo de los contenidos de los sitios webs de agregadores, podcasters, ra-

- dios online y offline». *Revista de la Asociación Española de Investigación en Comunicación*, vol. 4, n.º 8, pp. 54-62. España: Grupo de Investigación Novos Medios de la Universidade de Santiago de Compostela.
- FERNÁNDEZ, José Luis (2017). *Plataformas mediáticas: Elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Buenos Aires: La Crujía.
- GALLEGO PÉREZ, Ignacio (2012). «La audiencia en la radio: viejos roles, nuevas funciones». En: Gallego Pérez, Ignacio y Trinidad García Leiva (coords.). *Sintonizando el futuro: radio y producción sonora en el siglo xx*. Madrid: Instituto RTVE.
- GARCÍA LASTRA, José (2012). «Del modelo productivo de la era analógica al de la radio multicanal». En: Gallego Pérez, Ignacio y Trinidad García Leiva (coords.). *Sintonizando el futuro: Radio y producción Sonora en el siglo xx*. Madrid: Instituto RTVE.
- GLANTZ, Mark (2016). «Internet Radio Adopts a Human Touch: A Study of 12 Streaming Music Services». *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 23, n.º 1, pp. 36-49. Toronto.
- KISCHIHENEVSKY, Marcelo (2017). *Radio y medios sociales: mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Madrid: Editorial UOC.
- LACEY, Kate (2014). «Smart radio and audio apps: the politics and paradoxes of listening to (anti-) social media». *Australian Journalism Review*, vol. 36, n.º 2, pp. 77-90. Australia: Asociación de Investigación y Educación en Periodismo de Australia.
- MARTÍNEZ-COSTA, María y Nair Prata (2017). «La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma». *Revista Intercom*, vol. 40, n.º 3, pp. 109-128. São Paulo: INTERCOM.
- MORRIS, Jeremy y Eleanor Patterson (2015). «Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio». *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 22, n.º 2, pp. 220-230. Toronto.
- PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel y Paloma Contreras Pulido (2019). «La radio en el entorno digital: los nuevos canales de las ondas hertzianas». En: Romero Rodríguez, Luis Miguel y Diana Elizabeth Rivera Roger (coords.). *La comunicación en el escenario digital: actualidad, retos y prospectivas*. Ecuador: Pearson-UTPL.
- VIDELA RODRÍGUEZ, José y Teresa Piñeiro-Otero (2017). «La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido». *Estudios del Mensaje Periodístico*, vol. 23, n.º 2. Madrid: Ediciones Complutenses.

ARTICULACIÓN ENTRE LA RADIO UNIVERSITARIA Y LA ESCUELA SECUNDARIA: EXPERIENCIA DEL TALLER DE MEDIOS EN RADIO UNDAV

*Lucía Casajús, Noelia Giorgi, Simón García Mayer y
Lautaro Federico Hamra*

1. INTRODUCCIÓN

La presente comunicación pretende analizar la articulación entre la radio universitaria y la escuela secundaria, a partir del relato de la experiencia de participación de los estudiantes de la Escuela Secundaria Técnica de la Universidad Nacional de Avellaneda en Radio UNDAV, la emisora gestionada desde la dirección de medios universitaria. Al mismo tiempo, se propone indagar sobre la colaboración del proyecto de articulación en la construcción de las trayectorias académicas individuales y colectivas de los estudiantes participantes, observando la circulación de nuevos discursos críticos y el surgimiento de otras prácticas socioeducativas dentro del ámbito escolar. En este sentido, se pretende observar el trabajo entre la escuela secundaria y la universidad, considerado en las proyecciones académicas de la UNDAV, que resulta en la producción de discursos que consideren la diversidad, las trayectorias de los estudiantes, las subjetividades y la organización del espacio y del tiempo. La participación de la escuela secundaria en la emisora se plasmó a través de la realización quincenal de una producción de 30 minutos en vivo donde se trabajaban temáticas desarrolladas en la materia Taller de Medios, a propuesta de los estudiantes. Un proyecto para el cual se implementaron diferentes mecanismos de articulación entre la radio y los objetivos de la asignatura, vinculados a analizar de forma crítica los medios de comunicación, proporcionar herramientas para que el alumnado se apropie de la palabra para contar su realidad y poner en práctica contenidos que se ven en otras materias

de la escuela. La participación en Radio UNDAV permitió al estudiantado tener contacto directo con el espacio físico radial, experimentar con las herramientas, el equipo técnico y trabajar en vivo las diversas temáticas propuestas en el taller. Asimismo, esta acción fortaleció el vínculo entre la Escuela Secundaria Técnica de la Universidad Nacional de Avellaneda y el resto de la Universidad. A su vez, estos vínculos colaboraron en la aproximación al cumplimiento de los propósitos de matricialidad y transversalidad, propuestos desde el plan de desarrollo académico de la UNDAV y en los fundamentos y objetivos de los medios universitarios trazados por la dirección de medios.

2. LA RADIO UNIVERSITARIA

La radio universitaria tiene una gran importancia como espacio abierto a la participación de los diferentes actores de la comunidad universitaria. Cumple, además, un rol trascendental en la interacción y vínculo de la universidad con el medio social. Como señala Ortega Ramírez:

Es difícil pensar en la relación entre sociedad y universidades sin medios de comunicación de masas. La difusión de la cultura, la explicación de los más variados asuntos sociales, culturales y científicos, así como la permanente tarea pedagógica que estas instituciones están comprometidas a ofrecerle al país, tienen que acudir a los medios que ocupan hoy por hoy un ineludible segmento del espacio público (Ortega Ramírez, 2008: 146).

Como medios de comunicación alternativos inmersos en el ámbito educativo, las radios universitarias promueven en su programación espacios vinculados a la actualidad universitaria, a la divulgación científica y a la difusión de contenidos de sus carreras y, como hemos señalado, abren espacios a la participación de los miembros de su comunidad: docentes, no docentes, estudiantes, investigadores y autoridades.

Las emisoras universitarias son muy variadas entre sí. Presentan distintas realidades y diferencias en sus modos de gestión, organización y programación y, si bien en muchas de ellas no hay espacio para la participación de los estudiantes, otras tantas fueron concebidas desde sus inicios bajo la premisa de abrir sus espacios a los alumnos. Este es el caso

de Radio UNDAV, la emisora de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), sobre la que hablaremos aquí en torno a la experiencia de participación de estudiantes secundarios.

2.1. LA PARTICIPACIÓN ESTUDIANTIL

Distintos autores que han reflexionado sobre la radio universitaria en los últimos años han abordado la cuestión del perfil de estas emisoras y del rol que en ellas cumplen los estudiantes. En este sentido, López Vigil (2014) asegura que tiene que estar protagonizada por los miembros de la comunidad universitaria, fundamentalmente por los estudiantes, a la vez que debe ser un laboratorio de experimentación sonora. Como señala Araya Rivera:

Experimentar significa probar, practicar, innovar, descubrir nuevas formas de hacer radio, en muchas ocasiones distintas a la manera en la cual se produce la radio comercial. Como espacio de experimentación, las emisoras y los programas estudiantiles reúnen condiciones de laboratorio (Araya Rivera, 2009: 39).

Constituir a estos medios como espacios de prácticas y laboratorios de experimentación es una cuestión imprescindible que, a la vez, representa un verdadero desafío en lo vinculado a garantizar la participación estudiantil junto a la calidad y la profesionalidad. En este sentido, tal como señala Dido en relación con la participación de los estudiantes:

Esto no significa que las emisiones acepten menor calidad en ninguna de las funciones que intervienen en el proceso de radiodifusión: técnicas periodísticas, de locución o producción. El nivel de calidad profesional es exigible como factor imprescindible en las actividades de la emisora (Dido, 2008: 59).

Lo cierto es que el vínculo académico de la radio con las carreras de la universidad en la que se encuentra es una cuestión de gran importancia, ya que da cuenta del cumplimiento de una de las funciones de la universidad como espacio de enseñanza y aprendizaje. Y se convierte, así, en el eje central a partir del cual implementar los proyectos de participación de los estudiantes. Una cuestión que debe abordarse bajo la guía y el acompañamiento de los docentes y profesionales de la universidad para garan-

tizar el cumplimiento de la calidad, la responsabilidad y el compromiso social que tienen los medios de comunicación frente al público, al mismo tiempo en que se promueve y se da espacio a la formación y la experimentación. Como indica Méndiz Rojas: «Los alumnos deben ser actores principales en la construcción de sus propios conocimientos y el educador, maestro o profesor, debe ser capaz de ser un guía o un facilitador de este proceso» (Méndiz Rojas, 2003: 47).

2.2. RADIO UNDAV

La Dirección de Medios del Consejo Universitario de Medios Audiovisuales de la Universidad Nacional de Avellaneda es el área que coordina y gestiona los medios de comunicación audiovisuales de la UNDAV: Radio UNDAV, puesta en marcha en mayo de 2012, y UNDAV TV, nacida cuatro años después, en mayo de 2016. De esta manera, la dirección de medios realiza la articulación entre las áreas académicas, de extensión, junto a las culturales y sociales con la radio y la señal televisiva.

La programación de Radio UNDAV se conforma a partir de las producciones de los miembros de la comunidad universitaria. Es así como programas y contenidos de secretarías, departamentos, carreras, estudiantes, trabajadores docentes y no docentes tapizan la grilla de programación de lunes a viernes. Un espacio de producción que, desde sus comienzos, abrió la radio a la participación de los estudiantes, para lo cual fue una pieza fundamental la implementación de acciones de articulación académica.

En este marco se inserta la participación en la radio de los estudiantes de la Escuela Secundaria Técnica de la UNDAV sobre el que hablaremos en esta ponencia, entendiendo también a la emisora universitaria como un medio que propicia otros espacios en torno a la comunicación, como medios alternativos que «también tienen sus posibilidades creativas y modos peculiares de poner en escena a actores sociales minusvalorados por otras perspectivas culturales» (Entel, 1993: 36-37).

2.2.1. *La experiencia del Taller de Medios de la Escuela Secundaria en la radio universitaria*

Durante 2017 y 2018, el alumnado de tercero y cuarto año de la Escuela Secundaria Técnica de la UNDAV realizó en Radio UNDAV un micro quincenal de 30 minutos en vivo llamado ATR: *a todo ritmo*, experiencia que

exponemos en este trabajo en el marco de la articulación entre la radio universitaria y escuela secundaria.

2.2.2. *Sobre la Escuela Secundaria Técnica de la UNDAV*

La escuela de la UNDAV se encuentra ubicada en el barrio de Villa Azul, al extremo sur del partido de Avellaneda, lindante con Quilmes. Sus estudiantes se dividen entre los dos barrios bonaerenses y la escuela funciona como aglutinadora de ambas poblaciones estudiantiles. Según el rector de la UNDAV, el ingeniero Jorge Calzoni²⁴, el proyecto original se generó con el Ministerio de Educación de la Nación pensando en llevar «una escuela técnica a una zona vulnerable y con la posibilidad de establecer un proyecto de cercanía».

La escuela propone como objetivo final evaluar la construcción de una vivienda multifamiliar de cuatro plantas y entrega un título de técnico maestro mayor de obra. Pese a su condición técnica, la universidad no concibe el espacio educativo de la escuela como una caja de herramientas técnicas desvinculadas del entorno escolar y de sus estudiantes, sino como un entrecruzamiento disciplinar donde cada área de conocimiento atraviesa los saberes de las otras áreas. Así, en la colaboración de todos los campos de conocimiento, los estudiantes tienen la posibilidad de generar trayectorias educativas particulares orientadas por sus propios intereses y ya no por el modelaje institucional de esquemas uniformes. Oscar Gutiérrez²⁵, docente del Curso de Auxiliar en Construcción, evidencia el contraste del paradigma de la Escuela Técnica de la UNDAV y el modelo tradicional:

Si a mí me hubieran presentado este modelo de escuela técnica, me hubiera quedado con esta [...]. Los chicos hoy tocan en la orquesta, están en talleres de arte y todos son maestro mayor de obra. Yo lo único que hacía (cuando estudiaba) era dibujar planos; encerrarme en una habitación y dibujar.

Sin embargo, desde la propia escuela y la universidad se reconoce el objetivo general como una construcción permanente que trabaja sobre

24. Entrevista realizada en 2018 para el documental de UNDAV TV *Nuestra escuela*.

25. Entrevista realizada en 2018 para el documental de UNDAV TV *Nuestra escuela*.

el territorio, más que como un cúmulo rígido de intenciones trazadas en un proyecto previo. Actualmente, la escuela cuenta con una lógica de cursada en la que las materias trabajan en conjunto, pero de forma endogámica con respecto a sus propios campos disciplinares. Las asignaturas de mayor contenido técnico, como Construcción o Matemáticas, encuentran una mayor posibilidad de articulación curricular con otras materias técnicas que con aquellas que tienen contenidos sociales o humanísticos. Por la otra parte, materias como Historia encuentran una dificultad a la hora de entrecruzarse con otras asignaturas vinculadas a la técnica de la construcción. Todas estas materias son atravesadas por talleres y actividades extracurriculares que colaboran en la formación integral de sujetos críticos con respecto a sus entornos y a los contenidos curriculares. El Taller de Medios, es uno de ellos.

2.2.3. *Sobre el Taller de Medios en Radio UNDAV*

El espacio pedagógico de producción y participación en la radio universitaria nació como iniciativa de los docentes de la Escuela Secundaria Técnica y fue enmarcado en una asignatura extracurricular denominada Taller de Medios, que se planteó como objetivos analizar de forma crítica los medios de comunicación, proporcionar herramientas para que el alumnado se apropie de la palabra para contar su realidad y poner en práctica contenidos que se ven en otras materias de la escuela. Como cuenta el docente de la escuela, Enzo Constantino:²⁶

La propuesta tiene que ver con generar tanto un diario como un programa de radio, donde puedan ir contando diferentes situaciones o temas que consideran importantes a partir de investigaciones de diferentes producciones que van haciendo.

En esta producción, los estudiantes exponen diferentes temas trabajados en la materia con la guía y el apoyo de los docentes. La producción de los micros, que comprende las temáticas vistas en clase, como así también el armado de la artística, la musicalización y la producción, era realizada íntegramente. Merece la pena en este punto, hacer referencia a la elección

26. Entrevista realizada para el programa *7 puentes* de UNDAV TV en 2018.

del nombre de la producción de la escuela secundaria: *ATR: a todo ritmo*, una expresión utilizada por la juventud actual, de tono coloquial que refiere a la alegría y la energía.

En cuanto a la organización de los roles, la misma dependió de los intereses de cada estudiante y de acuerdo con lo que habían preparado para el programa. Es así como, en la realización y emisión rotaban entre quienes conducían, realizaban las entrevistas, coordinaban el aire, grababan producciones especiales (radioteatro, entrevistas), musicalizaban y también aquellos que, interesados en la puesta en el aire y el sonido, interactuaban en cada programa con el operador para comprender la función del equipamiento (consola, PC, micrófonos, etc.) y cómo se realiza la transmisión en vivo.

En cuanto a la artística, se trabajó en equipo la producción de la apertura y separadores, incorporando sus voces y dándole identidad según sus gustos personales, música e intereses propios que compartían colectivamente, no solo dentro de la escuela sino con otros actores en su barrio.

Desde la primera intervención en la radio, los estudiantes tuvieron un gran desenvolvimiento a través del cual fueron incorporando como práctica y aprendizaje las cuestiones radiofónicas tales como el uso y manejo de los micrófonos, los auriculares, la luz de aire, el manejo de los silencios, entre otros, propios del hacer radiofónico. Así, se evidencia la apropiación del espacio, tanto en el estudio como en la operación técnica, en la producción y la propia universidad, la adaptación de lo trabajado en el aula al lenguaje radial y también se destacan las devoluciones propias que realizaban entre ellos luego de cada emisión, proponiendo nuevas cosas y ajustando aquellas que consideraban podían hacerlas con otros recursos o comunicarlas de otra manera.

Desde su implementación, la propuesta del taller fue muy bien recibida por los estudiantes, como indica Natalia Vaistij,²⁷ una de las docentes:

Algo que me parece muy interesante es que para algunos chicos este taller es optativo, porque ya cursaron la materia, y eligen hacerlo. Podrían estar en su casa, durmiendo hasta más tarde, y vienen a la escuela y están acá y también vienen a las clases a prepararlo. Eso me parece súper valioso.

27. Entrevista realizada para el programa *7 puentes* de UNDAV TV en 2018.

Al mismo tiempo, la participación en la radio de la universidad es una práctica que los incentiva. En este sentido, Enzo Constantino señala que:

Para ellos venir a la universidad y poder participar es todo un acontecimiento en el día a día. Todo lo que tiene que ver con la producción, con la investigación pensando en el día que venimos, salir del barrio, venir a este edificio, saber que se los está escuchando en vivo, saber que la familia en el barrio los puede escuchar o el resto de los chicos en la escuela, para ellos es importante porque los motiva mucho. Están toda la semana preguntando «¿cuándo salimos?».

En la misma línea, la estudiante Evelin Silveiro²⁸ cuenta la experiencia:

Un día nuestros profesores nos dijeron que íbamos a tener un taller de medios, como una radio. Ahí empezamos a buscar y fue algo entre nosotros, hasta que un día apareció un micrófono, apareció un baffle en el colegio y así empezamos. No es lo mismo obviamente ir al colegio y hablar, no llegábamos tanto y nos costaba que nos presten atención. Pero este año nos dijeron que íbamos a ir a una radio de verdad y no pensábamos que fuésemos a tener nuestro programa, sino que íbamos a venir a ver cómo funcionaba y todo eso. Hasta que llegamos acá y tuvimos que hacer distintas cosas, distintas columnas y es muy interesante.

La participación en Radio UNDAV permitió a los estudiantes tener contacto directo con el espacio físico radial, experimentar con las herramientas, interactuar con el equipo de técnicos, y trabajar en vivo las diversas temáticas propuestas por ellos mismos en el taller, generando la circulación de nuevos discursos, tal como veremos a continuación.

2.2.4. Sobre la producción de discursos

En forma recurrente los estudiantes que participaron de la realización de *ATR* resaltaron la posibilidad de ser escuchados por un otro externo a las fronteras formales de la escuela. Uno de los estudiantes advertía al aire, tras resaltar con agradecimientos la oportunidad de participar de la radio,

28. Entrevista realizada para el programa *7 puentes* de UNDAV TV en 2018.

que el objetivo de su grupo era realizar «un programa para que nos escuchen todos, que nos escuchen a nosotros, más que nada».

Esta necesidad evidencia dos aspectos centrales: por un lado, el reconocimiento de los procesos de construcción de agendas informativas de los *grandes* medios de comunicación, que en mayor medida excluyen las temáticas que atraviesan cotidianamente a los diferentes actores de la escuela y del barrio. Estas construcciones, desde un enfoque del *framing*, generan una organización «del contenido informativo que ofrece un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración» (Tankard, 2001: 3). Por otro lado, reconocen como centrales los procesos de nominación de actores, prácticas y entornos comunitarios que generan los discursos hegemónicos circulantes en los grandes medios.

Como resalta Enzo Constantino, docente del Taller de Medios, la participación de los estudiantes en el espacio radial les posibilita contrarrestar sus propias exclusiones de las agendas *centrales*, así como les garantiza «poner en agenda aquellas cosas que les están pasando». En este sentido, los estudiantes incorporaron temas como el deporte o la historia a partir de la vinculación con la cotidianidad de su barrio: desde los devenires históricos de Villa Azul, con sus etapas de urbanización, hasta las rarezas de las canchas de fútbol, entre las cuales estaba incluida *La olla*, un campo de juego con el terreno completamente desnivelado en el cual compiten los chicos y las chicas del barrio. A esta incorporación de temas también se suman los enfoques que subvierten las perspectivas mediáticas dominantes: la práctica deportiva, según uno de los informes de *ATR*, no está circunscripta a su calidad de espectáculo comercializable, sino que es concebida como un bien social que adquiere particularidades según los entornos en los que se practica.

Asimismo, la incorporación de temas en la construcción de agendas propias alternativas no solo les posibilita su inclusión como actores dentro de los discursos mediáticos, sino que les garantiza la construcción de relatos propios, nominándose a sí mismos y tensionando en forma crítica la relación con los discursos de los medios hegemónicos.

Pensemos en el debate de la baja de edad de imputabilidad –advierte Natalia Vaistij, docente del Taller de Medios– y en que, el hecho de que estén ellos contando en primera persona su experiencia, ayuda a deconstruir un montón de estereotipos y darles un lugar a esas historias en primera persona.

En esa misma línea trabajó uno de los informes preparado por los estudiantes: la clasificación y descripción estereotipada de géneros que hacen las publicidades. «Idealizan a la mujer, que primero es sensible y después tiene que arreglar los problemas. Pero cuando arreglamos los problemas es porque vamos de compras. Yo cuando me pongo mal no voy a comprar ropa. No todas somos así», remarca al aire una de las estudiantes.

A partir de esta articulación entre la generación de agendas propias y las formas de inclusión en esas agendas se puede pensar la radio universitaria como un espacio de construcción de sentido y un espacio de interacción, un hecho cultural (Mata: 1994), donde también surgen los cuestionamientos en torno de lo que se quiere y lo que no y que esto no implica que se convierta en algo alcanzado y por lo tanto, definitivo. Se trata de un proceso y existen instituciones que permiten este desarrollo, cada una de ellas interpreta y constituye sus identidades y le da sentido.

Como señala la docente del taller, Natalia Vaistij:

Todo el tiempo decimos que la escuela en general está en crisis, que la educación está en crisis y creo que este tipo de propuestas son las que demuestran que no es tan así, o que por lo menos este es el camino. Es muy interesante que la escuela pueda dar un micrófono a estos chicos, que puedan contar ellos cómo es su barrio, eso pasó en el primer programa, cómo son ellos, porque los medios dominantes todo el tiempo están armando una imagen de los pibes y de las pibas y de los jóvenes, hoy en día.

3. CONCLUSIÓN

La articulación entre la escuela y la radio propicia el surgimiento de prácticas socioeducativas ligadas a la comunicación que van en línea con los fundamentos y objetivos de los medios universitarios. La radio universitaria muestra su valor como espacio de prácticas y de visibilización de temas y actores tradicionalmente invisibilizados por los medios hegemónicos.

Hemos visto cómo en esta emisora universitaria, Radio UNDAV, se generan estos espacios que permiten a los estudiantes visibilizar y también plantear sus problemáticas pudiendo convertir estos lugares, muchas veces cerrados, en espacios que se resignifican y que crean nuevos sentidos. Permite, además, dar continuidad y seguimiento a temáticas que la atraviesan, como así también bregar por la existencia de políticas públicas que intervengan con acciones concretas que satisfagan necesidades y garanticen derechos.

A partir de la práctica radial, los estudiantes pudieron reconocer la existencia de agendas informativas de los medios de comunicación hegemónicos que, en numerosos casos, excluyen los problemas públicos que atraviesan a la comunidad en la que se encuentra la escuela. Como contrapartida, generaron prácticas comunicacionales que subvierten no solo las construcciones de esas agendas, sino que forman otras propias que respeten la inclusión y nominación de actores sociales de la comunidad. Así, la creación de discursos radiales propios lleva intrínsecamente su carácter crítico, transformando aquellas agendas en órdenes propios, con otros debates públicos y con la inserción de los actores sociales de la comunidad en esas nuevas agendas informativas.

La radio universitaria, con su responsabilidad y compromiso social, tiene el desafío de generar la existencia y la permanencia de estos espacios, en sintonía con su espíritu académico, pedagógico y de extensión en el escenario de la comunicación alternativa.

4. BIBLIOGRAFÍA

- ARAYA, Carlos (2009). «Radio Estudiantil: programas, audiencias y desafíos». *Revista Reflexiones*, vol. 88, n.º 2, pp. 37-44. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- DIDO, Juan Carlos (2008). *Rádios universitarias: realidad y perspectivas*. Ponencia presentada en el 10º Congreso REDCOM: Conectados, hipersegmentados y desinformados en la era de la globalización, Universidad Católica de Salta, Salta, Argentina.
- ENTEL, Alicia (1993). *Teorías de la comunicación. Cuadros de épocas y pasiones de sujetos*. Módulo I. Buenos Aires: Fundación Universidad a distancia Hernandarias.
- MATA, María Cristina (1994). *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. Buenos Aires: La Crujía.

- MÉNDIZ ROJAS, Heleni (2003). *La radio va a la escuela. Comunicación y educación*. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1168/b15239160.pdf?sequence=1>
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio (2014). *Desafío de la radio universitaria*. Ponencia presentada en II Encuentro de la Red de Radios Universitarias del Ecuador. Recuperado de: <https://bit.ly/2H3uz1e>
- ORTEGA RAMÍREZ, Patricia (2008). «Políticas de comunicación y medios universitarios». En: *Anuario de investigación*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- TANKARD, James (2001). «The empirical approach to the study of media training». En: Reese, Stephen, Oscar Gandy y August Grant (comps.) *Framing public life: perspectives on media and our understanding of the social world*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 95-106.

VOCES INDISCIPLINADAS. LA RADIO EN LA ESCUELA, UNA INVITACIÓN A LA CONVERSACIÓN

Aixa Boeykens

1. INTRODUCCIÓN

La radio en la escuela secundaria invita a construir un espacio común en el que la palabra y la curiosidad por el mundo permiten fortalecer la conversación. Frente a las dificultades que plantea en el nivel medio una estructura organizativa que tiende a estar separada por materias y por cargos docentes, la radio constituye una posibilidad para dialogar entre los distintos integrantes de la escuela y de la comunidad, fortalecer la práctica de la oralidad y el trabajo en equipo.

En este trabajo proponemos analizar el lugar de la radio en la escuela secundaria como propuesta pedagógica que invita a compartir el conocimiento entre disciplinas y fortalecer los vínculos entre pares, así como también entre estudiantes, profesores y con la comunidad.

Como expresa María Teresa Quiroz, (2003) trabajar en la escuela con los medios –en este caso la radio– nos convoca a dialogar con las culturas escolares, a problematizarlas y a dar voz a las diversas identidades juveniles. Esto contribuye a que los jóvenes puedan reconocer sus propias voces, pero también las de su comunidad y experimenten con diversos modos de narrar (Quiroz, 2003: 69).

Desde una perspectiva dialógica del campo de la comunicación-educación en los términos en que lo plantean Mario Kaplún (1985) y Jorge Huergo (1997), la radio en la escuela invita a establecer relaciones pedagógicas que se convierten en espacios de aprendizaje compartido y promueve que los participantes puedan ocupar alternativamente el rol de

tomar la palabra y de escuchar, de ser emisores y receptores pero, a la vez, permite llevar adelante la práctica de una oralidad que requiere de ciertos requisitos en su enunciación.

Si bien en la escuela se habla, y mucho, una tradición escolar que tendió a jerarquizar la lengua escrita subordinó la oralidad a un rol subalterno que, en general, se presenta como *medio para*. La oralidad suele aparecer entonces para constatar que se entendió lo desarrollado, para explicar o para tomar lecciones.

La radio en la escuela invita a trabajar la oralidad pensada como una conversación que demanda cumplir con algunos requisitos propios del lenguaje radial y con otros adecuados a la situación comunicacional.

La profesora Maite Alvarado (2013) propone retomar el modelo de la retórica griega tanto para trabajar la escritura como la oralidad. Esto supone identificar que para determinadas circunstancias tanto hablar como escribir son procesos que necesitan de una planificación. El modelo retórico convoca a identificar el momento en el cual se planifica lo que se va a decir (la *inventio*), el modo en que se va a organizar lo que se va a contar (la *dispositio*) y finalmente el cómo se lo va a presentar, o sea, cómo componer lo que se desea compartir (la *elocutio*). Esto último demanda tener en cuenta a los destinatarios al momento de construir el mensaje.

Qué tema elegir vinculado al mundo escolar o del mundo exterior; cómo contarlos, cómo investigar, analizar, seleccionar y contrastar las distintas perspectivas, a quién preguntar para que amplíe sobre esa temática, qué preguntar y luego, cómo presentarlo narrativamente y articular con la elección de la música o efectos de sonido más adecuados para acompañar el relato, escribir el guión para organizar el programa de radio, distribuir la palabra, trabajar en grupo y desarrollar distintos roles, todo eso es parte de lo que se pone en juego cuando se propone realizar un programa de radio. En este proceso el docente ocupa un lugar fundamental puesto que, como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje, es quien va acompañando, interviniendo con sugerencias, revisando y ayudando a armar las preguntas, a escribir los guiones, a dar cuenta de los distintos tonos que conviene utilizar al momento de hablar en la radio.

Esto –y más– es parte del proceso que demanda llevar adelante un programa radial escolar.

2. SALIR DEL MÓDULO

La división del conocimiento que representan las asignaturas o materias de la escuela secundaria forman parte de una organización del saber de finales del siglo XIX. Si bien esta clasificación de los modos de conocer organiza todo el sistema educativo, en el caso de la escuela secundaria, esta característica se profundiza ya que los límites entre contenidos están claramente establecidos a través de las asignaturas o espacios curriculares, cuyas fronteras con las demás están bien delimitadas (Bernstein, 1988 citado en Teriggi, 2008: 64). A esta característica se agrega la designación de los profesores por especialidad y la organización del trabajo docente por horas de clases.

En esta especie de encrucijada que plantea la estructura organizativa del sistema escolar secundario, las políticas educativas han intentado generar propuestas que alienten el trabajo entre disciplinas o que incorporen otros formatos. Junto con la Ley de Educación Nacional 26206 que estableció que la Educación Secundaria es un derecho y a la vez una obligación, la Resolución 93/09 CFE denominada Orientaciones para la Organización Pedagógica e Institucional de la Educación Secundaria Obligatoria propuso pensar y poner en cuestión el modelo pedagógico que ha sido construido históricamente dentro de una discusión más amplia sobre cómo generar propuestas escolares que tiendan a la igualdad y la inclusión educativa.

Dentro de este marco, la Resolución 93/09 desarrolla pautas para construir propuestas de enseñanza disciplinares y multidisciplinares con una perspectiva específica para atender escolarmente temas y problemas que requieren el aporte de distintas disciplinas o áreas curriculares.

Con posterioridad, la Resolución 284/16 definió el Plan Estratégico Nacional 2016-2021 *Argentina Enseña y Aprende* en el que se postuló la necesidad de construir conocimientos que reconozcan diversas formas de estar y aprender en la escuela y que intenten revertir los modelos pedagógicos de acumulación fragmentada de conocimientos.

En una estructura educativa en la que el conocimiento continúa organizándose en espacios disciplinares, el trabajo con la radio puede proponer una agenda temática que sea capaz de *indisciplinarse* para salir de su espacio curricular y encontrar los vínculos entre las distintas materias

y profesores, entre los cursos y entre la escuela y la comunidad. La radio en la escuela puede contribuir a edificar parte de ese *espacio común*, que permite construir ambientes escolares capaces de estimular la interacción y el diálogo en ese *entre* que conforman los espacios curriculares, pero también el recreo, el patio, el baño, los pasillos y todas las otras materialidades y experiencias que son parte de la vida escolar.

Los comunicadores, formados entre distintas disciplinas y lenguajes, pueden aportar a la construcción de estos espacios y proponer modos de generar puentes. Se trata de una perspectiva de trabajo que debe tratar de recoger una multiplicidad de recorridos. No se propone una secuencia lineal y unidireccional, sino que se piensa en un espacio escolar en el que los profesores comparten conocimientos y propuestas al tiempo que inauguran diálogos y propuestas de los estudiantes.

En esta propuesta, el rol docente es fundamental en tanto se constituye en el mediador que está tensionando en el aula para invitar a sus estudiantes a moverse, a desplazarse para reconocer qué de la experiencia del día a día pueden ponerla a cierta distancia para elegir compartir con palabras y sonidos; qué de lo que pasa en el *afuera* puede ser investigado y contado. Esta propuesta convoca a leer para conocer y para compartir, a hacer preguntas y a buscar las mejores maneras para contar y para que podamos construir ese espacio de hablar y escuchar buscando adecuarnos a las características del género que elegimos y del lenguaje radiofónico.

3. ¿LA RADIO...?

Son diversos los modos de invitar a que los estudiantes se acerquen a la radio, un medio que –en el inicio– perciben extraño. En el caso de estudiantes de escuelas secundarias urbanas de Paraná, la radio no aparece como un medio de comunicación que suelen escuchar. La expresión que suele repetirse cuando les preguntamos sobre la radio es: «A la radio la escuchan los viejos».

Pero si ofrecemos resistencia –y lo hacemos porque algo de eso está implícito en el oficio de enseñar– esa primera constatación que presenta a la radio como fuera de juego, se convierte en la excusa para invitar a conocer este medio, a escuchar, a conmovir prejuicios y a movilizar las relaciones entre jóvenes, viejos y no tan viejos.

Cuando se invita a los estudiantes a escuchar producciones radiofónicas que les provocan risa, o a entrevistar a abuelos, a familiares o profesores que los sorprenden con los testimonios que transmiten como oyentes de radio, o a reconocer que muchos de ellos comparten relatos en *podcasts* sobre temáticas que resultan de su interés, nos encontramos con que para estos jóvenes la radio empieza a perder su ajenidad para transformarse en un medio más próximo y cálido.

Y entonces, en tiempos en que las imágenes captan la mayoría de nuestras percepciones, la radio convoca a reconocernos a través de la palabra compartida, a imaginarnos y a prestar atención a algunos sentidos poco utilizados, a experimentar con el silencio, las distintas tonalidades de la voz, la música y los efectos de sonido.

Es decir, la radio se convierte en un espacio que nos invita a construir una comunidad a través de la palabra y de la escucha. En ese sentido, nos enlaza porque nos convoca a estudiantes de diversos años, profesores, personal administrativo, ordenanzas, comunidad vecina, familiares, referentes de centros de salud, a encontrarnos para compartir temas que tejen un espacio común.

4. VA CON ONDA, LA INVITACIÓN A TRABAJAR CON OTROS

En este punto proponemos compartir el análisis de la experiencia del programa *Va con onda*²⁹ que venimos llevando adelante de manera continuada desde 2014 en Radio UNER Paraná, FM 100.3 en el marco de un proyec-

29. Este ciclo de radio forma parte del proyecto de Prácticas Integrales y Territorio 2016 (Resolución CS 091/16) de la Secretaría de Extensión de la UNER Periodismo en la Universidad y las Escuelas Secundarias. Las prácticas de Extensión, Reflexión en Torno a los Procesos de Apropriación de Conocimientos en los Estudiantes de la Orientación en Periodismo de Comunicación Social y Secundaria. El equipo está integrado por Oscar E. Bosetti, Aixa Boeykens, Ignacio González Lowy, profesores del Taller de Producción Periodística de la UNER y Ramiro García Valentinuz, quien se desempeñó como becario. También son parte los estudiantes y profesores de las escuelas secundarias y de la radio de la universidad. El proyecto también propone, en distintas etapas del cursado anual, la realización de un *magazine* radial titulado *Parte del aire*, que producen integralmente los estudiantes universitarios y ponen al aire en la radio de la UNER y la publicación de la revista *Mal de Ojos*, una publicación que editamos anualmente en el taller y distribuimos en escuelas, bibliotecas y organizaciones intermedias. La misma reúne informes periodísticos que escriben los estudiantes universitarios a partir de un tema que siempre está vinculado con los jóvenes de la región de Santa Fe y Entre Ríos.

to de extensión que realizamos desde el Taller de Producción Periodística de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNER.

La propuesta reúne a estudiantes y profesores de escuelas secundarias que tienen talleres de radio en sus instituciones y a alumnos y docentes de comunicación social de la UNER, así como a la radio de la universidad. Se trata de un *magazine* de una hora semanal que conducen estudiantes de la secundaria en compañía de sus pares de la universidad durante el mes de septiembre de cada año.

Las escuelas proponen los contenidos a desarrollar, la música, las artísticas y llevan adelante la producción. De este modo, una vez a la semana, se encuentran en la radio grupos de estudiantes de escuelas públicas de Paraná que realizan el programa junto con sus pares de la universidad. El equipo universitario se comunica días anteriores con el profesorado que está a cargo de la propuesta en cada escuela para conocer qué temas abordarán en el programa, editar audios de algunas entrevistas o preguntar qué música se utilizará.

El análisis de las respuestas realizadas en 2017 y 2018 a los estudiantes de las escuelas públicas Dr. Mariano Moreno, Liceo Paula Albarracín de Sarmiento, Provincia de Neuquén, que son las instituciones que participan de manera sostenida desde 2014, permite observar la valoración positiva de la propuesta porque les permite expresarse y porque les gusta interactuar con estudiantes de la universidad y de otras escuelas. Al relevar las respuestas que brindaron en estos dos años, observamos que las contestaciones son coincidentes. Algunas expresan: «Es interesante y divertido venir a la radio. Me gusta escuchar lo que dicen otros cursos y otras escuelas, están buenos los temas que tratan», responde una joven. Otro estudiante valora que «los jóvenes pueden decir lo que piensan». Otra de las participantes señala que «es muy bueno poder escuchar lo que tienen para contar otras escuelas. Es una experiencia única».

En general, si se hace un repaso de las temáticas propuestas durante estos años, se observa que pueden identificarse algunos ejes. Por ejemplo, algunos vinculados a la importancia de que en la escuela se desarrolle educación sexual integral (ESI). En este marco, se proponen temas vinculados a cómo actuar ante situaciones de abuso sexual infantil, qué son los noviazgos violentos, la lucha por la igualdad de género o cómo prevenir enfermedades de transmisión sexual. En 2018 el debate por el proyecto

ley de interrupción voluntaria del embarazo también llegó a la radio. El enojo por los modos en que en algunas escuelas que participan del ciclo radial se abordó la problemática junto con la intención de prohibir que estudiantes pudieran concurrir con el pañuelo verde que expresa la adhesión a la legalización del aborto, fue parte de los contenidos encendidos de algunos de los programas.

Otra de las temáticas está relacionada con la utilización de las redes sociales. En los abordajes que presentan proponen hablar de la importancia de resguardar aspectos de la vida privada en las redes, la violencia o *bullying* a través del celular o las redes, o la dependencia de los juegos.

Otros contenidos están vinculados con la prevención del suicidio adolescente, tema que preocupa mucho, en especial, porque en algunas escuelas experimentaron estas problemáticas.

Se plantean también temáticas relacionadas con las dudas que genera la finalización de la escuela secundaria y la necesidad de optar entre continuar estudiando, qué elegir, o buscar trabajo.

El cuidado del ambiente, como los incendios en el Amazonas en 2019 o las fumigaciones con agroquímicos, también constituye parte de los temas que proponen compartir.

Además, en los programas se presentan otras temáticas como las preocupaciones de los centros de estudiantes, la alimentación saludable y la actividad física o los modos en que se festeja el Día del Estudiante. Hay lugar para saludos y también para compartir batallas de rap o canciones de rock en vivo cuando algunos de ellos son músicos o tiene amigos a quien invitan a la radio.

El ciclo de radio también permite compartir producciones en que el taller de radio *se junta* con otros espacios curriculares. Por ejemplo, en 2019 se realizó un trabajo con el espacio de Historia Argentina y Formación Ética y Ciudadana para investigar sobre la historia del voto en nuestro país. En un año de elecciones, el proyecto buscó que pudieran reflexionar sobre la importancia del derecho a votar. Observábamos que los estudiantes manifestaban cierto desconocimiento sumado al desinterés o fastidio cuando se hablaba de votar. A partir de ello se realizaron cuatro subtemas a través de los cuales debieron investigar en archivos, realizar entrevistas, seleccionar cómo narrarlos a través de un guión, grabarlo y editarlo. Los ejes fueron la historia de la ley Sáenz Peña, la historia del

voto femenino; el voto de los jóvenes cuando se reinició la democracia en 1983 y por qué se habilitó el voto a los 16 años.

Con el espacio de Física del ciclo orientado de Ciencias Naturales se realizaron distintos contenidos en que hablaban sobre la ciencia en la vida cotidiana. A partir de ello contaron, por ejemplo, cómo se utilizan los espejos cóncavos y convexos en distintas situaciones y para qué sirven. Esto demandó seleccionar algunos contenidos para compartir, que pudieran investigar y encontrar los modos de poder contarlos para que sea claro y se adapte al lenguaje radial.

Otro de los trabajos que se realizó estuvo vinculado con la lectura del *Martín Fierro* de José Hernández. Luego de una lectura compartida del poema gaucho con el espacio de Literatura Argentina y del Taller de Radio, en el que se fue realizando una contextualización y mediación para poder comprender el vocabulario, se preparó un programa en el que los estudiantes contaron algunas de las características de esta novela y se lo comparó con cuál o cuáles serían los géneros en que los jóvenes podrían expresar la denuncia sobre las situaciones de exclusión en la actualidad. A partir de ahí compartieron un rap que escribieron comparando el *Martín Fierro* con la actualidad.

La posibilidad de encontrar nexos para trabajar entre espacios curriculares, así como entre la escuela y la universidad son diversas y muy valiosas, aunque requieren de un esfuerzo por buscar los modos de articular entre los distintos actores para poder salir del espacio propio de cada uno para ensayar *entres* que permitan contar en conjunto.

A modo de cierre, y parafraseando a Quiroz (2001), trabajar en la escuela con la radio puede ayudar a aportar múltiples miradas, puede asimismo contribuir al encuentro de la tradición y la modernidad, de lo escolar con la comunidad, de local y de lo regional con lo nacional y transnacional. Esto puede aportar a mejores experiencias escolares, pero también a fortalecer la participación ciudadana y la expresión de la diversidad a través del ejercicio de hacer radio para contribuir a poner en movimiento el derecho a comunicar.

5. BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, Maite (2013). *Escritura e invención en la escuela*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- HUERGO, Jorge (1997). *Comunicación/Educación: ámbitos, prácticas y perspectivas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata.
- KAPLÚN, Mario (1985). *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL, CESAP, Radio Nerderland.
- QUIRÓZ, María Teresa (2001). «La formación del comunicador social en tiempos de crisis». *Revista Diálogos de la Comunicación*, vol. 63, año 14, pp. 62-63. Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- TERIGGI, Flavia (junio, 2008). «Los cambios en el formato en la escuela secundaria argentina: por qué son necesarios, por qué son tan difíciles». *Revista Propuesta Educativa*, vol. 1, año 15, n.º 29, pp. 63-71. Argentina: FLACSO.

EJE 2

LO QUE DICEN LAS RADIOS

Víctor Fleitas

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación y las ciencias son dos vastos ríos de llanura que, a su paso, configuran paisajes diversos, cobijan y son transformados por expresiones peculiares de una flora y fauna cambiante, constituyen realidades en tránsito a las que se refieren una serie de cartografías que se modifican y que obligan a navegar siguiendo sus determinaciones en el preciso momento en que se las corrige y actualiza. Cada cual, con su régimen de ejercicio del poder, la comunicación y las ciencias suelen jugar a la prestidigitación con sus arroyos, riachos, islas y arenales: así, como por acto de magia, se esfuman de las agendas ciertas problemáticas y enfoques que luego, caprichosamente, reaparecen. También se despliegan en torno suyo dimensiones míticas, habitadas por relatos de viajeros, fábulas, cuentos con y sin moraleja y, a la vez, protocolos que conviene observar si la idea es evitar el naufragio.

Parece claro que, aunque los nombremos de la misma manera desde hace años, las cuencas de la comunicación y las ciencias son áreas culturales mutables, cuyas claves organizativas no conviene naturalizar. Intervenidas por la presencia de diferentes comunidades humanas pueden ser objeto tanto de depredación como de contemplativo goce hacia lo dado. Por momentos se nos puede presentar como un reino que parece acoger por igual al que está dispuesto a constituir cebaderos que aseguren un provecho constante y a aquellos otros que cultivan la experiencia de improvisar e incluso de no seguir la corriente o ir contra lo establecido.

Nos enfocaremos en lo que ocurre en una de sus numerosas uniones, específicamente en ese lago en el que ambos cursos de agua (la comunicación y las ciencias) mezclan sus corrientes esmeraldas y azulinas para formar una masa crítica que alimenta distintos saltos. Empezaremos la travesía desde el análisis de una propuesta radiofónica, el programa *Más vale bueno conocido* (MVBC), con la pretensión de producir aportes reflexivos que superen lo instrumental y estrictamente disciplinar, sin desconocer que el ecosistema de medios es un conjunto en permanente reacomodamiento que ha integrado a la radio, aunque en la convivencia la haya transformado. Pero también, sin dejar de tener en cuenta que hacer ciencia es un fenómeno que ha ganado en complejidad y que, sobre todo en el cruce con la lógica del financiamiento empresario, ha generado nuevas tensiones éticas mientras ha potenciado las posibilidades investigativas, fundamentalmente en los aspectos vinculados a los dispositivos, sistemas y aplicaciones tecnológicas.

A esto nos referimos cuando indicamos que, si bien los nombres *comunicación, radio, ciencias* o *sociedad* resuenan desde hace décadas (y a veces más), aluden en la actualidad a fenómenos no asimilables a las condiciones en que se desarrollaron en el pasado y, por eso mismo, vale la pena estudiarlos.

2. UNA HISTORIA MÍNIMA

El proyecto de realizar el programa de radio llamado *Más vale bueno conocido* estuvo animado por la decisión de reflejar algunas zonas del quehacer científico de la región cuyo epicentro es la provincia de Entre Ríos. Asumimos, en ese sentido, el derecho de ir contra la corriente, en tanto y en cuanto, pareciera que una norma no escrita de los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales promueve la conveniencia de privilegiar planteos infundados que logren extendidas simpatías, movidos por una especie de sentimiento antiintelectual que a veces es sutil y otras veces absolutamente brutal, en toda la vasta acepción del término.

Sin embargo, no asumimos la tarea desde una perspectiva corporativa que, chuscamente, podría sintetizarse en el propósito de defender a los científicos (y por extensión a las instituciones que los cobijan) a capa y espada. Explicaremos mejor esta aparente contradicción.

En un punto, nuestra época puede explicarse por la puja entre quienes aceptan y valoran que ellos mismos u otros miembros de la comunidad se expongan a un proceso de coevaluación o evaluación por pares (lo que demanda advertir un problema, estudiarlo, fundamentar las conclusiones en producciones anteriores y/o en la propia observación y quedar sujeto a la revisión y calificación de expertos) y otra corriente, más anónima pero terriblemente extendida, constituida por los cultores del *sentido común*, pontífices ligeros de una concepción del mundo absorbida acríticamente, absolutamente heterogéneo y, sin embargo, presentado como dado o naturalmente decantado.

Esos colectivos están integrados, a grandes rasgos, por quienes aceptan que la realidad es un todo complejo y, por lo tanto, promueven cambios participativos, probablemente más lentos, pero también más sustentables; y los que se amparan en la teoría de los hechos consumados para garantizar su cuota de poder y, en algunos influyentes casos, la maximización del beneficio: la más alta renta en el menor tiempo posible no importa a qué costo. Justamente, desde el lustre que parece dar el éxito económico, la popularidad ramplona que puede generar la industria del entretenimiento y el resentimiento/odio hacia lo que caracterizan como las élites del conocimiento, un grupo variopinto plantea que son socialmente más relevantes aquellas impresiones compartidas por muchos, aunque estén equivocadas y provoquen graves consecuencias humanas, sociales y ambientales.

Proponemos que esa expresión de antiintelectualismo sea pensada en términos de disputa cultural y, por lo tanto, política. En efecto, con una épica de pies de barro, vinculada a una versión de corto alcance de igualdad individual, se disfraza la animadversión hacia lo académico, especialmente cuando los investigadores critican los cambios económicos y tecnológicos que provocan exclusión o no buscan resolverla.

Más allá de estos asuntos, es conveniente que se advierta que, por acción u omisión, ciertas actitudes del genéricamente llamado mundo académico han producido una distancia o no han aportado lo suficiente para achicar la brecha que lo separa no solo del ciudadano de a pie, sino de las esferas de decisión en los gobiernos.

A la mirada prejuiciosa sobre las ciencias aporta también la presencia de empresas privadas y corporaciones que financian atractivos sistemas de

becas, instalan laboratorios o los equipan, organizan o auspician congresos y jornadas y permiten incluso la asistencia a estos eventos o apadrinan determinadas iniciativas. Estas acciones presentadas como desinteresadas, justificadas incluso como contraparte de la denominada responsabilidad social empresaria, pueden constituir formas de intervenir en la orientación de los proyectos de investigación, en la consolidación de los equipos, en la carrera de sus integrantes y hasta en la perspectiva epistémica, sino de las casas de altos estudios al menos de algunos de sus equipos.

Que estas elementales referencias aquí realizadas sirvan para advertir algunas claves que se presentan en la dinámica relación entre ciencia y sociedad. Agregamos solamente que estos asuntos aparecen desplegados y analizados en profundidad en un material de lectura inevitable, cuya autora es Carina Cortassa (2012) e incluye, junto a consideraciones ensayísticas, los resultados de un estudio empírico.

3. RADIOGRAFÍA

En lo formal, el programa *Más vale bueno conocido* es un semanario que dura una hora y se emite por Radio UNER Paraná. Convertidos en recortes de RadioCut, los materiales tienen una segunda forma de circulación: los grupos de contactos de los protagonistas de los episodios, a quienes se les comparte lo realizado; en general, cada cual lo pone a consideración en su muro de Facebook. Además, el programa tiene su propio muro en Facebook, en el que también suelen publicarse notas de interés científico y eventualmente gacetillas.

El eje organizador de *Más vale bueno conocido* es una entrevista en profundidad que, de acuerdo al resultado obtenido, puede ocupar dos, tres o los cuatro bloques. Una característica de los guiones es la fuerte presencia del entrevistador que no solo da el pie a los testimonios sino que, al retratar y describir, al comparar, al acotar y contextualizar, pero también al preguntar de determinada manera, apuesta a que la entrevista se constituya en una excusa para el encuentro (no necesariamente el acuerdo) de visiones, experiencias de vida, trayectorias y formaciones, con la aspiración de que los oyentes repliquen ese escenario de respeto de las posiciones y de transmisión de inquietudes de una manera que sirva para pensarse y reflexionar sobre el entorno próximo.

Luego, según la ocasión, el menú de cada semana de MVBC puede ser completado con comentarios de películas, series, obras de teatro o libros desde una perspectiva que subraye la presencia del debate científico en la trama, a través de las referencias a teorías, categorías, perspectivas, nociones, teoremas y autores.

Otra alternativa expresiva explorada en MVBC ha sido la realización de cuentos breves en los que los protagonistas son científicos y científicas y en los que, más allá de especificidades propias de cada círculo erudito, se puede apreciar que los dilemas de la existencia son comunes a las distintas profesiones u ocupaciones y no hacen distinción de niveles de ingreso, educación o edad.

Son formas de materializar las ideas que sostienen la propuesta de MVBC: los científicos y científicas son ante todo seres humanos y sus historias de vida no son tan diferentes a las del común de los mortales; la ciencia atraviesa nuestra cotidianidad –teórica y prácticamente– y se nos filtra hasta en propuestas culturales: no es un evento ajeno que se desarrolla lejos, en ambientes circunspectos, que no nos afecta; por último, los dilemas y desafíos, los sueños y los deseos de los investigadores son, esencialmente, muy parecidos a las de cualquier vecino y, por lo tanto, no hay nadie que –por su condición– tenga vedado el acceso a este mundo maravilloso.

4. EXTENSIONES

El programa MVBC ha sido centro de práctica para estudiantes avanzados de las carreras de comunicación social y educación, de la Facultad de Ciencias de la Educación, de la UNER.

En paralelo, a través de una beca de formación, el Sistema Integral de Radios de la UNER, la FCedu y la Editorial de la UNER vienen confluyendo en una línea de trabajo que permite que distintos autores, editores o curadores de EDUNER sean entrevistados desde MVBC para que aparezca reflejado, junto a sus inquietudes teóricas y políticas, los avatares de la transformación de un material escrito en un libro académico.

Los testimonios se registran en general con grabadores de periodista, los guiones se locutan en los estudios de la FCedu, se editan en computadoras personales y se comparten por Google Drive con la radio que, por

su parte, aporta la realización de los cortes que conforman la artística y, naturalmente, la integración de la propuesta a su programación.

Actualmente, la tarea es llevada adelante por dos docentes de comunicación social (Leonardo Mare y Víctor Fleitas), una graduada (Mónica Borgogno) y dos estudiantes (Valeria Robin y Facundo Orcellet). Hasta hace poco, como extensión de la designación de auxiliar docente en el Taller de Especialización I: Audio, editó Santiago Da Rocha y, antes, en el comienzo del ciclo, Aldo Rotman.

Como se intuye, las cosas están dadas de una manera tal que, el día que los realizadores decidan dejar de hacerlo, el ciclo sencillamente fenecerá.

Desde 2016 en que empezamos a soñar con *Más vale bueno conocido* nos fijamos como prioridad humanizar la imagen construida en torno a los y las científicas, porque entendíamos que esas referencias aparecían estereotipadas, circunscriptas a un sujeto limitado a ser parlante de una discursividad académica, una especie de *paper* que respira, con aspecto humano. Y, por otra parte, pretendíamos colaborar con que se vuelva visible un área de la cultura que suele pasar desapercibida. Así, el interés está puesto en producir un relato anclado en un aquí y ahora, que es como decir que reflejamos sobre todo la actividad científica y la vida, los sentires y el pensamiento de los científicos de la región de influencia de la UNER.

Es una iniciativa modesta, por cierto; encarada con dedicación y fuerza de voluntad. Entre las satisfacciones, aparece el hecho de que los programas de MVBC hayan servido como material para el análisis en cátedras vinculadas a la problemática de la ciencia, la epistemología y la metodología.

Por fuera de estos detalles, para quienes lo hacen, MVBC es una oportunidad de encontrarse y seguir juntos, para aprender de los otros, para compartir lecturas y materiales diversos y para confirmarse en las decisiones de emprender el reto de vivir. No es solo un espacio de realización de materiales sonoros, también es parte de una estrategia para fortalecer la formación y fundamentar las discusiones sobre las implicancias de la comunicación y la comprensión pública de las ciencias, el lugar del saber y el hacer científico en la sociedad y la potencialidad de las articulaciones entre ciencia, artes y cultura de masas. Este texto que ahora está siendo leído es, precisamente, heredero de todos esos procesos.

5. PERSPECTIVAS

Al mismo tiempo, entendemos que en la dinámica de producir y comunicar conocimientos se juega mucho más que la mera circulación de materiales referidos a proyectos de investigación o innovación. La tarea de MVBC no consiste en defender con uñas y dientes un territorio ganado, una prerrogativa, un privilegio (ser parte del campo donde se diseña y construye el desarrollo científico tecnológico); se trata, fundamentalmente, de proponer un modelo de país sin excluidos de antemano.

Asumimos, en ese sentido, que la Reforma Universitaria de 1918 no se realiza en una sociedad que tolera que la historia de la universidad haya sido –y aún lo sea en determinadas circunstancias y espacios– la historia de una reproducción de prerrogativas. Tenemos por cierto que un privilegio no es universal: es sin otros, a pesar de otros y frecuentemente contra otros. Nos moviliza pensar, junto a Tatián (2017: 4), que «una importante veta reformista es esta: el tránsito de la universidad como privilegio o reproducción de privilegios a la universidad de construcción de derechos».

También estamos de acuerdo con su planteo de que la autonomía no puede asumirse como «un resguardo de las borrascas de la historia, ni una inmunización de los problemas sociales, de los dramas populares, de las injusticias que sacuden la sociedad a la que pertenece la universidad», sino que:

En sentido pleno, la autonomía es en primer lugar un compromiso, que piensa la producción de conocimiento y la transmisión amorosa del conocimiento que es la educación en un contexto siempre difícil, no solamente en 1918 sino también ahora.

En el mismo sentido, «la recuperación de la docencia como oficio de transmitir conocimientos, sobre todo a estudiantes de primera generación que provienen de sectores populares, es hoy una tarea altamente política de inspiración reformista». Y también lo es:

Una investigación descentrada del mainstream que imponen los poderes económicos, una investigación «autónoma» en sentido pleno que produce

lo que Marx llamaba «conocimientos improductivos» (esto es, no subordinados al Capital). Es decir, una Universidad que, además de preparar profesionalmente a las personas, produzca conocimientos inútiles desde el punto de vista del régimen de acumulación económica, un conocimiento que «no sirve» para las demandas del mercado laboral es [...] poner su cometido a la altura de la incómoda herencia reformista, que en mi opinión o es emancipatoria o no es nada.

Inscribimos, entonces, la producción, realización, puesta al aire y circulación de MVBC en un polígono de fuerzas al que concurren las nociones de hegemonía, contrahegemonía y resistencia de Antonio Gramsci, pero también los aportes de Mijaíl Bajtín, para quien la lengua era la superficie de un conflicto, la expresión sensible de las relaciones sociales y políticas de poder. De todos modos, sostenemos que la defensa del tipo de conocimiento que produce la universidad no «lima la criticidad de lo que incluye» (López, 2019: 23).

6. PROPIA COSECHA

Luce razonable que las radios universitarias sean los espacios predilectos para la comunicación de un tipo de contenidos propio del saber y la práctica académica. No tiene sentido práctico balbucear un desarrollo al respecto cuando otros colegas lo han caracterizado de manera conveniente, al producir un ajustado estado del arte, un punteo preciso en torno a las posibilidades que ofrece el discurso radiofónico y un mapeo meticuloso del ecosistema de medios. Citamos específicamente el trabajo de los investigadores Casajús-Martín Pena (2016), Casajús-Giorgi (2017), Grynspan (2018) y Adame-Giorgi (2018).

No obstante, permítasenos recomendar la lectura atenta de un *paper* de Canavire (2016), con la que estas consideraciones parecen estar en sintonía.

La reflexión sobre la experiencia de haber emprendido MVBC y el repaso de estas contribuciones citadas, nos ha empujado a realizar nuestros propios desarrollos, los que a continuación compartimos.

7. DELIMITAR

La comunicación pública de las ciencias es una noción nuclear, en el sentido de que encierra perspectivas, estrategias, programas y líneas de acción que, en su conjunto, expresan un entramado de objetivos en los que el manto de lo científico se tiñe de político, artístico, económico, cultural y ciudadano.

Hay una diferencia notoria, epistemológica, con perspectivas que proponían la *divulgación* o la *popularización* de las ciencias. Sin embargo, curiosamente, cuando abordamos la vida, la obra y la labor de los científicos y científicas, en más de una ocasión evitamos que nos despeinen los vientos desobedientes de la *comunicación pública* y elegimos, en los hechos, el gel de la *divulgación* que engomina los abordajes y el fijador de la *popularización* que empobrece los tratamientos. Proponemos detenernos un poco en estas distinciones.

En efecto, ya no se trata de pensar que, en una zona precisa de la sociedad, como si se tratara de un barrio con privilegios de acceso o en eventuales ciudades universitarias, se desenvuelve un mundo con reglas propias, probado fácticamente, metodológicamente indiscutido, altamente protocolizado, autoregulable por la acción sistemática de una comunidad de pares, controlado y vigilado para evitar excesos, expuesto a pruebas, a contrapruebas y a evaluaciones múltiples, imparciales y seguras como la del doble ciego.

Ese malentendido suele considerar que, en otro enclave de la sociabilidad, subsisten los ciudadanos de a pie, envueltos en la rutina del diario perdurar, no irreflexivos pero ensimismados en las lógicas precavidas –a veces, prejuiciosas– de sus microuniversos, con sus tradiciones a cuestas, atrapados en situaciones problemáticas y en laberintos de invisibles paredes que los empuja a insistir en prácticas infructuosas, que necesitan entonces del auxilio de entendidos externos para desentrañar los jeroglíficos de lo que los aqueja, ya sea un malestar, una disfunción, una anomalía, la insatisfacción o sencillamente el sometimiento.

En el marco de esa dinámica tácita, luego, estos expertos, retirados a sus espacios de introspección –también conocidos como laboratorios o gabinetes– entran en una especie de trance tecnocrático a partir de la puesta en diálogo de lo observado, la propia formación y la producción académicamente justificada.

Las autopistas y puentes levadizos que permiten achicar las distancias existentes y saltar los obstáculos entre estas dos dimensiones (lo científico y lo no científico) vienen a estar representadas por las tecnologías. Estos dispositivos a los que aludimos deben ser entendidos no solo en su acepción más habitual (los aparatos, los instrumentos, lo inerte), sino que están comprendidos en otra más amplia que incluye también las relaciones administrativas, sociales, políticas y económicas; los dispositivos de transmisión y corroboración; los entornos humanos y los de la naturaleza construida; las culturas en ebullición y conflicto; las formas de la organización y la institucionalidad; los mapas de poder; los protocolos de actuación; los circuitos de acreditación y legitimación de los saberes y prácticas; las maneras decantadas de validación; los *corpus* teóricos que permitan abordar un objeto de estudio con una mayor precisión y un sinnúmero de implicancias más terrenales propias de la naturaleza humana, con la paleta de colores y matices que van del colaborar al conspirar.

Ese modelo que reconoce y naturaliza asimetrías entre los que portan (cierto) conocimiento y los que no (los legos) responde a una matriz conceptual, una manera de entender el mundo y por lo tanto una forma determinada de ideología que, en otras instancias, lleva a pensar que existen jerarquías entre las periferias y los centros (a nivel regional, a nivel nacional, a nivel continental, a nivel mundial) de unas características tales que, *per se*, el conocimiento producido en enclaves con mayor tradición vendría a ser más valioso o confiable que los estudios realizados en espacios cuya historia es más breve o aún está por escribirse.

Ese sin sentido está montado y nos atraviesa; es una marca que nos legó el eurocentrismo y lo tergiversa todo. Muchas veces, ese desatino nos lleva a pensar que lo producido lejos debe tener mayor autoridad que lo investigado de manera local, por hombres y mujeres que viven a la vuelta de casa, a quienes vemos de entrecasa haciendo las compras en el supermercado o jugando con los hijos en el parque o la plaza.

8. REPLICADORES

Si no problematizamos nuestras prácticas como comunicadores de la ciencia, corremos el riesgo de reproducir ciertos modelos mentales. Por ejemplo, cuando aplicamos de manera no reflexiva criterios decantados

por el uso y la costumbre, lo que nos lleva en ocasiones a replicar formas de ver el mundo que incluso pueden estar en las antípodas de lo que decimos pensar sobre él.

En efecto, Van Dijk propone analizar las situaciones desde una visión social y comunicativa. Lo hace con una mirada microsociológica: declara que una interfaz sociocognitiva opera como mediadora entre el proceso de producción y la enunciación del discurso, de manera tal que –por la acción recurrente y sistemática de la cultura– entre lo que hacemos y aquello en lo que decimos creer puede haber distancias, a veces enormes.

Así, pese a que de la boca para afuera muchos estarían tentados a criticar sin más, tanto la idea de la unidireccionada *divulgación de las ciencias* (los conocimientos circulan de lo completo a lo que está en vías de completud) como en la discriminadora idea de la *popularización de las ciencias* (el saber con todas las letras está en poder de un grupo circunscripto que debe pensar cómo transmitir de manera sencilla una información compleja a colectivos dominados por el pensamiento mágico), lo cierto y lo concreto es que estas dos visiones atraviesan las producciones y los ciclos de difusión dedicado a las ciencias, incluso los radiofónicos.

Ante este panorama, sostenemos que el papel del comunicador no es el del mensajero que va hasta la república de las ciencias para tomar una de las piezas del rompecabezas de la corte del saber y transformarla en materiales accesibles, de esos que se cantan al borde de los caminos y en aldeas próximas al feudo. Es cierto que el comunicador de las ciencias transmite, pero también cuestiona, vincula, relaciona, pregunta y repregunta, incomoda, emplaza, critica.

Téngase en cuenta que la ciencia aplicada ha servido para curar, para bienestar y para matar (si se reclaman ejemplos, ahí está la industria bélica, las producciones contaminantes, la de los medicamentos o la de los alimentos), ha permitido recuperar lo que parecía devastado y también ha ayudado a destruir incluso bienes comunes insustituibles. Así como la biotecnología, la nanotecnología, la física experimental o la inteligencia artificial, entre otras ramas del conocimiento científico, reciben el viento de cola del negocio de la compra y venta de armas, hay tecnologías de avanzada para destrozarse los entornos naturales en busca de riqueza no renovable y también saberes que, aplicados adecuadamente, han servido

para esclavizar, para dominar, para disciplinar pueblos y culturas completas, no para liberarlas.

Sin ir más lejos, hay investigaciones que, en lugar de plantearse por qué la civilización está provocando daños portentosos al delicado mecanismo de relojería del planeta, producen avances notables en la genética de las semillas que les permiten prosperar en condiciones adversas, por ejemplo, cuando una región pasa de fértil a ser víctima del cambio climático. Es una visión instrumental del papel del científico y la actividad científica, qué duda cabe.

Pero no es un caso aislado. La base de sustentación de cientos de emprendimientos por el estilo, en las ciencias duras y blandas, no es producto de una toma de posición crítica ante la realidad, ante eso que ocurre y provoca un perjuicio notorio o invisible, para cuestionarlo hasta que cambie para mejor: se apoya más bien en una serie de *tips* que ayudan a sacar provecho del conocimiento que se tenga de los entresijos en los subsistemas de apoyo y promoción público y privado. Y suelen ser llevadas adelante por personas que hicieron su carrera sobre la base de esfuerzo y sacrificio, dedicándose al cien por cien, transformando en tiempo de estudio los momentos de disfrute y hasta postergando proyectos personales, en un contexto en que los que provocan el daño a escala regional y global financian los sistemas científico-tecnológicos.

9. DESACOPLE

Hay otro aspecto interesante en la relación del comunicador y las ciencias. Como se sabe, los procesos de legitimación de los aportes que realizan los y las investigadoras tienen su complejidad. Una vez aprobados, los proyectos son evaluados mediante informes parciales y finales. En paralelo, sobreviene la escritura de *papers* para distintas publicaciones –en versión papel y digital– y la exposición de avances y conclusiones mediante ponencias en congresos y jornadas: son instancias adecuadas para que los equipos compartan con la comunidad de pares su experiencia y reciban advertencias, alertas, comentarios, observaciones y contribuciones.

Un informe final, sobre todo si recibe devoluciones elogiosas de parte del tribunal, puede convertirse en libro y, entonces, comienza un peregrini-

nar erudito que puede derivar en que otros decidan retomar lo estudiado, valorar los aspectos considerados o partir de algunos de ellos para profundizar análisis y búsquedas, lo que eventualmente pueden incorporar lo originalmente producido a un sistema de citas de autoridad.

Como se advierte, los mecanismos de validación –que por otra parte no son exactamente iguales en las tradiciones de los distintos campos o disciplinas– suponen siempre secuencias temporales amplias, generosas. En cambio, el comunicador de las ciencias se asoma a un instante de todo ese proceso y no cuenta con las herramientas suficientes ni las posibilidades reales para abrir un juicio definitivo acerca de la materia o la problemática abordada, ni la metodología utilizada; no puede discernir si la muestra estuvo bien seleccionada o si *el caso* es representativo; tampoco está en condiciones de confirmar que las conclusiones estén debidamente sustentadas ni puede ponderar el aporte específico. Y, sin embargo, suele haber un deslumbramiento hacia lo que el investigador transmite, lo que puede estar dando cuenta de cierta idealización propia del imaginario según el cual en la república de las ciencias se produce saber siempre verdadero, luminoso, esclarecedor, mientras que fuera de esos límites reina la penumbra, incluso en la práctica comunicativa.

Preferimos sostener que el comunicador debe estar menos atento al producto que al proceso que lo constituyó; no es tanto en el punto de llegada donde debe poner el acento sino en la delimitación del arranque y en el itinerario seguido. Para que no queden dudas, afirmamos que es un fenomenal movilizador del pensamiento la descripción de la situación problemática y el diagnóstico de base conceptual que se hubiera construido, pero es mucho más potente aún repasar de qué manera se buscan respuestas para las preguntas planteadas; cómo se materializa el diálogo con referentes de la comunidad científica y con sus experiencias; qué estrategias vinculares se da el equipo para amalgamar un sentido de pertenencia. Lo dicho: el proceso, más que el producto.

Precisamente, es en la forma en que se asume el recorrido –no en la estación de arribo– donde se despliega una metáfora valiosa: un grupo de personas, de distintas condiciones y no necesariamente concurrentes posiciones epistémicas y políticas, acuerda y sostiene en el tiempo un modo de organización y funcionamiento para enfocarse de manera sistemática, metódica, respetuosa de los protocolos legitimados –pero a la vez

cuestionadora, abierta a la producción de nuevos sentidos– al estudio de un asunto que –de forma directa o indirecta– tiene relevancia humana e implicancias sociales.

10. PINTA TU ALDEA

Otro asunto típico de las incumbencias del comunicador de las ciencias es cómo dar cuenta de esa combinación peculiar que refleja la especificidad de lo estudiado (en el que recobra valor el estado del arte) con aquellos otros aspectos que universalizan la experiencia y permiten que pueda ser aprehendida por personas y grupos de otros campos, de distintas formaciones y trayectorias y además por no científicos. Quien más, quien menos, todos nos enfrentamos a problemas permanentemente y buscamos qué tratamiento darle, lidiamos con la frustración, estamos atentos a qué han hecho otros que se plantearon un dilema parecido y analizamos/probamos si sus métodos y estrategias son aplicables a nuestro caso.

En la misma sintonía, la pieza de comunicación debe reflejar aquellos aspectos que relacionan lo abordado con un devenir experto y también los elementos que lo trascienden y lo vuelven único y genérico a la vez, porque toda experiencia lo puede ser, en algún sentido. Lo paradójal es que eso extraordinario es lo que tiene de corriente y, en ese sentido, facilita la transmisividad entre interlocutores diversos. «Nuestra cultura concibe la lógica y su razón como si fueran facultades “universales” de un género humano homogéneo, propiedades de la biología humana independientes de la cultura y los avatares del vivir», plantea Denise Najmanovich (Lizcano, 2009: 11), antes de sugerir que vale la pena «poner en duda tan sacrosantas creencias, que de tan presentes se han tornado invisibles, al punto que hasta es preciso ponerlas en evidencia».

Entonces, el oficio del comunicador no consiste en empobrecer hasta límites académicamente tolerables los desafíos y dilemas científicos para que los legos (disciplinares o epistémicos, de las partes o el todo) puedan seguir una conversación entre especialistas, sino emplazar, incidir y demandar amigablemente al investigador para que acepte el reto de abandonar los límites lingüísticos y epistémicos de la tribu y salga a recorrer el mundo que está un poco más allá, con el que se topa en la verdulería, mientras espera el turno de atención, en una manifestación, en el ómni-

bus o cargando combustible, en una cena familiar o en una reunión de padres en la escuela.

Esa propensión a dar cuenta de los resultados como si fueran un acontecimiento espectacular, a deslumbrarse por la aplicabilidad inmediata de un protocolo o una innovación, o intentar rodear de un halo de maravillosa novedad a un emprendimiento o proyecto y, en consecuencia, agotarse en el despliegue de adjetivaciones grandilocuentes, puede estar reflejando un imaginario en el que la subestimación y la sobreestimación se enredan en la parodia del *yin* y el *yang*. En cambio, señalamos que es más estimulante zambullirse en un proceso cuya dinámica debiera resolverse en la habilidad del productor y el realizador para crear un espacio público en el que los destinatarios de la comunicación de las ciencias (las audiencias) puedan sentirse en condiciones de formular preguntas pertinentes no solo para fascinarse, quedar hipnotizados o sentirse impulsados al aplauso repentino ante un acto de prestidigitación oral, escrito o audiovisual.

Aquí es donde, nuevamente, la comunicación de las ciencias se llena de política y nuestras visiones sobre los sistemas y las perspectivas políticas (éticas y epistémicas) inundan las formas de hacer comunicación.

Es que, en comunicación, hay algo del paratexto, del metalenguaje que comunica de manera más poderosa aún que la propia transmisión de paquetes de datos estadísticos o conceptuales: las inflexiones de la voz, los gestos corporales, las formas de la mirada, las interpelaciones de sí y de los otros, la gestión de la palabra, las maneras en que interviene. Hay algo de lo que no podemos dudar: en lo que produce el comunicador, va el mundo que lo habita. Puede sonar inquietante, pero es absolutamente real. Preguntarse por los nervios ontológicos que organizan el trabajo y que, en definitiva, lo movilizan como sujeto político, es vital para un comunicador; se dedique o no a las ciencias, porque esas decisiones configuran las situaciones de enunciación, dejándoles marcas indelebles. Reflexiona Emmánuel Lizcano:

Aquel a quien se convenza nunca será un acordado sino un vencido, por mucho «con» que le pongamos. Será alguien a quien hayamos dejado ya sin razones y que así, desvalido, accederá a convenir con el resto con el mismo rostro de abatimiento con que se entrega el derrotado. ¿Es casualidad que el

régimen político racional por excelencia, la democracia, se muestra en todo su esplendor cuando unas elecciones «se ganan» por mayoría aplastante o, como también se dice, por «abrumadora» mayoría? El «acuerdo» democrático, como el «acuerdo» racional, solo son posibles cuando alguien es aplastado o abrumado. Y es que propiamente, no son acuerdos sino victorias bélicas enmascaradas [...] A acuerdos (del latín *cor*, *cordis* = corazón) solo puede llegarse, literalmente, con el corazón, no con una razón concebida para «esgrimir» verdades. Por eso el acuerdo solo es posible conversando. Y conversar es muy distinto de –si no opuesto a– convencer. En la conversación las razones se conjugan con los sentimientos y los deseos; mientras que en la convicción las primeras abaten a los segundos, en la conversación hay un flujo en múltiples sentidos por el que varios vierten en un cierto punto de encuentro, mientras que el flujo de la convicción es unidireccional: la razón solo fluye del convencido al convincente, hasta que éste, cual vampiro mental, se queda con todo cuando, al fin, el otro concede: «¡Es verdad, tenías “toda” la razón!» (2009: 23-24).

El comunicador, con sus intervenciones, puede representar a esos otros (eventuales destinatarios) con los que un o una investigadora converse (del latín *conversari*, vivir en compañía) a partir de sus inquietudes personales, pero en un tipo de intercambio que se anime a superar los límites excluyentes de las jergas eruditas y se anime a explicar la práctica desde exigencias de mayor inclusión, incluso más panorámicas, no solo terminológicas sino también de perspectivas.

11. MULTICULTURALISMO

Esa voluntad de «vivir en compañía» –que podría aplicarse a escenarios micro, de relaciones o vínculos cercanos, próximos, interpersonales– impone condiciones a los que participan del convivio. Proyectada a escala social nos aproxima a las preocupaciones y propuestas que desgranara Alain Touraine (2012). Nos interesa remarcar esta perspectiva para despojar a la labor del comunicador de las ciencias de toda implicancia meramente pragmática o, mejor dicho, para incorporar los aspectos instrumentales de una práctica a una cosmovisión política: al operar, por acción u omisión, el comunicador de las ciencias crea un sentido y lo replica,

producto de una toma de posición que restituye un orden de prioridades a partir de lo cual configura lo visible, lo invisible, lo no visible y lo invisibilizado.

Contra todo relato que ponga el acento en supuestas supremacías, Turaine le asigna valor al reconocimiento de que nos iguala aquello que nos distingue y que, en ese sentido, solo podemos vivir con nuestras diferencias si nos reconocemos mutuamente como sujetos distintos. En su apuesta al multiculturalismo, el autor francés insiste en la necesidad de que la sociedad se funde en un principio universalista que permita la comunicación entre individuos social y culturalmente disímiles.

Es cierto que Turaine está preocupado por ciertos nacionalismos que, como forma de oposición a la globalización, combaten las culturas inmigrantes. Pero el campo científico también tiene nativos, residentes y extranjeros –legales e ilegales– y busca la manera de entregarles documentación/reconocimiento que permita advertir con claridad a qué grupo se está integrado. En ese sentido, se multiplican los diálogos posibles entre la obra de Turaine y la comunicación de las ciencias.

Muchas veces, también los investigadores expresan un sentido de pertenencia tribal, hiperinstitucionalizado, de cohorte, superespecializado, atravesado por las consignas y los protocolos a partir de las cuales sus proyectos son habitualmente evaluados: cuando esa parte se convierte en el núcleo comunicable, cuando esa noción anómala de metonimia atrapa a la discursividad desplegada, lo más importante pareciera constituirse en el afán por lograr la aprobación de hipotéticos expertos, de personajes calificados para colectivos súper específicos.

Así, al intentar exhibir habilidades en la apropiación y el uso de cierta nomenclatura, lo enunciado deviene en un ejercicio de ocultismo en el vocabulario, lo que comúnmente llamamos tecnicismo.

El esfuerzo del comunicador de las ciencias debe estar colocado en que se produzcan las interacciones de los especialistas no con auditorios legos (como se suele pensar) sino con colectivos atravesados por otras tradiciones y diferentes identidades. Esta actitud está en orden con la propuesta de aportar a un modelo político en el que los grupos no estén entabicados sino interrelacionados. De esa manera puede propiciarse que los signos de interrogación en el título del libro de Turaine (*¿Podremos vivir juntos?*) se transformen en signos de convencida exclamación.

Nos interesa en definitiva que el comunicador de las ciencias reflexione hasta establecer las características e implicancias que asumen las «metáforas que nos piensan», según el desafío de Lizcano (2009).

12. TOMAR NOTA

Es frecuente que el investigador, el científico o el extensionista manifieste cierta reserva y hasta temor hacia el papel del comunicador, en un contexto en el que los medios tradicionales y no tradicionales exhiben una inquietante tendencia a la espectacularización de los contenidos, la brevedad de los abordajes y la banalización de los problemas, que pasan a ser consecuencia de actitudes individuales. Además, también el especialista percibe cierta aversión hacia el rol social de los expertos, lo que lo puede poner a la defensiva y ser motivo de malentendidos.

En el otro extremo del péndulo, en el afán por diferenciarse, muchos comunicadores se extralimitan y con su forma de asumir la práctica profesional dicen creer que en la ciencia está siempre lo verdadero, lo que también es discutible. El riesgo es que aquellos investigadores y estos comunicadores produzcan piezas encriptadas, dominadas por un lenguaje técnico, cerrado, que no aportan demasiado a los entendidos y casi nada al resto. En la misma actitud caen los científicos que se comportan ante los grabadores, micrófonos y cámaras como si los estuviera evaluando el más exigente de los tribunales y temieran que al ser espontáneos, naturales, alguien pueda pensar que simpatizan o se dejan llevar por alguna pseudociencia.

Hay formas de desanudar esa madeja. En ese sentido, el comunicador debe invertir tanto tiempo en documentarse y en preparar el encuentro con el entrevistado como en constituir el entorno que le permita al científico sentirse en confianza, rodeado de personas que lo respetan (incluso aunque no compartan sus posturas y búsquedas) y que se muestran interesadas en colaborar para que se exprese cabalmente.

El comunicador no puede olvidar que está conversando con un ser humano, que proviene de una familia y probablemente haya formado otra; que tiene sueños y frustraciones y que busca cómo afrontar unos y otras; que lo atraviesan vaivenes anímicos y puede hacer gala de un sentido del humor, de acidez, de sarcasmo, de epifánica lucidez; y, de hecho, que

puede ser portador de temores y de convencimientos; amante de cierto cine, de determinada música, aficionado a placeres y a gustos específicos; que tomó decisiones, al que le quedan cuentas pendientes, que posee una historia, vínculos personales, ideas políticas y que ha realizado apuestas personales, incluso equivocadas. Ahora, si la palabra del investigador se circunscribe a transmitir datos estadísticos y conceptuales sobre el trabajo que lleva adelante, si no es más que la síntesis de un proyecto, un *expediente o un paper*, un acto administrativo más, su expresión pierde potencia emotiva y existencial y se limita a ser la materialización de una transmisión tecnocrática que deshumaniza a los interlocutores y, por extensión, aleja a los destinatarios.

En el mismo sentido, es saludable advertir que la trayectoria de una persona suele ser mucho más rica e interesante que aquello que indica su *curriculum vitae*: para el papeleo, el cv alcanza y a veces hasta sobra; para la comunicación de las ciencias lo valioso puede que no esté escrito, sino que está buscando quién lo cuente.

La habilidad del comunicador se juega en la capacidad para crear el clima que permita la emergencia de dudas paralizantes y de cómo se elaboraron, de convicciones que probablemente hundan sus raíces en anteriores vivencias incluso poco académicas, de los apoyos impensados, de los aportes invisibles de personas sencillas, de los gestos que transforman en serio, de la fuerza transmitida por referentes o por colegas, de las pequeñas traiciones, pero también de la presencia del factor azaroso, de la sorpresa, la sal y pimienta de la vida, que sugiere decisiones, trastoca, altera escenarios, aconseja, induce.

13. CAMINOS ALTERNATIVOS

La experiencia humana, que sobrepasa a la del investigador y la contiene, la decisión para seguir adelante pese a todo o para transmutarse en la adversidad, puede ser mucho más movilizante aún que el hallazgo, la innovación o el nuevo protocolo del que se quiera dar cuenta. ¿Desde qué metáforas pensamos, sentimos, organizamos, producimos, comunicamos; cuáles nos alientan a ir en busca de la próxima aventura?, es un paquete de preguntas con capacidad de mantener encendida la brasa de una conversación que trascienda lo disciplinar, aunque lo contenga. Que estos

aspectos aparezcan, que no sean invisibilizados ni minimizados, produce en un hipotético auditorio (lectores, oyentes, espectadores) un prestigio mayor que cualquier cita de autoridad: sencillamente, se le devolverá humanidad al protagonista de nuestras piezas. Las marcas de esa condición no solo lo igualan al resto pese a las notables diferencias que pudieran apuntarse, sino que hace disolver prejuicios y equívocos, derrumba los lugares comunes y hasta puede hacer florecer un interés desconocido por recorrer senderos similares.

Así las cosas, si bien el comunicador es quien debe establecer las zonas fértiles del intercambio, conviene que –en procura de un acuerdo fructífero– le comparta al investigador cuánto tiempo tendrá para explayarse, qué ejes temáticos piensa recorrer y cuáles serán las estaciones del trayecto; qué objetivos persigue. Y, asimismo, que quede abierto a sugerencias del interlocutor que, dicho sea de paso, muchas veces incide en cambios fundamentales en las estructuras y las estrategias del diálogo, enriqueciéndolo. Estos aspectos, además de dar cuenta de que el realizador o periodista ha tomado en serio su trabajo y ha indagado con interés y curiosidad, ayudan a que el cientista se ordene también y se disponga a hacer bien su parte del tácito contrato.

Es natural que el comunicador y el investigador o docente no acuerden de cabo a rabo qué es lo más relevante para compartir: tener diferentes puntos de vista no es un problema. Es bueno constatar que la relación entre ambos no necesariamente será armoniosa, siempre habrá cierta tensión en el vínculo, pero nada que no pueda tramitarse convenientemente. Esa negociación se escenifica es un momento clave en el que el periodista o comunicador científico debe estar particularmente atento para justipreciar, para ponderar y tomar decisiones que deriven en el mejor plan posible.

Las características que asuma el encuentro para conversar sobre estos asuntos, sumado a una atildada presentación del tema o del protagonista, irá convenciendo al científico de que será tratado con amable y firme respeto; bajará la guardia y, al relajarse, permitirá que afloren los aspectos más importantes de su experiencia, que es el telón de fondo sobre el que lucirán mejor sus búsquedas como científico.

La entrevista, en sus distintas variantes, suele ser un formato adecuado para plasmar estas inquietudes y un recurso frecuente para periodistas y

comunicadores. Pero en la realización de este tipo de conversación reglada, con roles establecidos de antemano, no termina todo. En la instancia de edición, el comunicador entenderá que su función no es confiar a ciegas en la memoria del cientista: al contrario, debe convencerse de que la de la edición es la instancia apropiada para chequear datos concretos, nombres de programas, de lugares y de personas, de facultades o institutos, referencias de la historia. No alcanza con el repetido «él o ella lo dijo así»: todo debe ser corroborado y, eventualmente, corregido. Nada más grave que replicar datos falsos o inexactos.

14. PARTICULARIDADES

Suele pensarse que lo específico de la comunicación científica es que trata con personajes peculiares: los investigadores. Se los suele caracterizar como sujetos que habitan una dimensión diferente, con nociones especiales del tiempo y de las urgencias. La afirmación es pobre, estereotipada, en tanto la experiencia indica que –como en todos los campos– hay cientistas reticentes, circunspectos y distantes; conversadores, compinches y entregados a la aventura impar del contar; reservados, taciturnos, algo inexpresivos y sin embargo enormemente capaces y dedicados; convencidos de que el motor es la apuesta a lo colectivo y confiados en el espíritu de superación individual; diletantes, chistosos y ocurrentes; obsesivos, desprejuiciados y desafiantes; provocadores, prudentes desinhibidos y alborotadores sin remedio; creyentes en la ciencia, en dios o en ambos, renegados de todo, militantes políticos; optimistas por naturaleza y pesimistas empedernidos; hinchas de un club, artistas, aficionados al deporte; jóvenes que parecen tener la edad de sus padres junto a otros que hacen del desenfado un culto; calculadores y despojados de todo interés por el beneficio personal directo; adultos piolas, abiertos, interesados en lo que traen de su mano los raros peinados nuevos y también cerrados en que todo pasado fue mejor; solos, en pareja y con familia a cargo, y un largo etcétera que, en rigor, no hace más que confirmar que muy probablemente se trate de personas comunes dedicadas a asuntos que tienen cierta complejidad, que se desarrollan en espacios fuertemente protocolizados y donde las instituciones tienen una notable presencia como escenario de formación, de incentivación de búsquedas, de acceso a financiamiento

y por lo tanto como facilitador de sueños, de asignación dispar de legitimidades y también de control o evaluación, según se vea, en medio de una cultura donde la rendición de cuentas no es un acontecimiento anecdótico.

No obstante, es constructivo preguntarse si hay algo específicamente propio de la comunicación científica. La respuesta a ese interrogante es afirmativa: la comunicación de las ciencias es una especialidad que, como es usual, aplica nociones, herramientas y estrategias generales a una realidad particular. A ese rasgo peculiar lo refleja la unión del oficio de periodista con la lógica que anida en el armado de los proyectos académicos. Dicho de otra manera, más tarde o más temprano deben sucederse las consultas sobre el problema de investigación, el estado del arte, la postura epistémica, la perspectiva conceptual y el dispositivo teórico, el diseño metodológico, la formación de capital humano, la posibilidad de transferencia y la estrategia para alcanzar los objetivos determinados, lo que incluye las alusiones a las etapas del proceso.

Un abordaje desde la comunicación de las ciencias necesariamente debe recorrer tres zonas de interés: el proyecto de investigación/extensión/docencia (muchas veces uno es el comienzo de los otros y se retroalimentan), la historia de vida del o de los protagonistas y la marcha misma del equipo en tanto experiencia humana y burocrática de integración y proyección. Variará el peso específico de cada término según los casos, pero estos ingredientes deben animar la ecuación de la comunicación de las ciencias.

Como vemos, se trata de un mundo apasionante al que se puede integrar cada cual con su estilo y que, como todo camino, se emprende dando los pasos de uno.

15. BIBLIOGRAFÍA

- ADAME REAL, Leonor y Noelia Giorgi (2018). «Semillas de ciencia: la investigación de la universidad a la sociedad». En: Martín-Pena, Daniel y Agustín Vivas Moreno (coords.). *Radios universitarias en marca*. Avellaneda: UNDAV Ediciones, pp. 209-221.
- CANAVIRE, Vanina (marzo, 2016). «Comunicando ciencia en el campo de las ingenierías: una experiencia en radio». *RIHUMSO*, vol. 2, n.º 8, año 4, pp. 47-64.

- Buenos Aires: Universidad Nacional de La Matanza. [Consulta: 10 de marzo de 2022]. Disponible en: <http://rihumso.unlam.edu.ar/index.php/humanidades/article/view/82/117>
- CASAJÚS, Lucía y Noelia Giorgi (2017). *Lo dijo la radio*. Avellaneda: UNDAV Ediciones.
- CASAJÚS, Lucía y Daniel Martín-Pena (2016). «La coproducción de contenidos en las redes de radios universitarias». En: Oscar Enrique Bosetti y Ricardo Miguel Haye (comps.). *Encrucijadas del nuevo milenio*. Avellaneda: UNDAV Ediciones, pp. 402-416.
- CORTASSA, Carina (2012). *La ciencia ante lo público*. Buenos Aires: Editorial Eudeba.
- GRYNSPAN, Rebeca (2018). «La radio universitaria: actor fundamental de la comunicación iberoamericana». En: Martín-Pena, Daniel y Agustín Vivas Moreno (coords.). *Radios universitarias en marcha*. Avellaneda: UNDAV Ediciones, pp 7-9.
- LIZCANO, Emmánuel (2009). *Metáforas que nos piensan. Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- LÓPEZ, María Pía (2019). «Batallas y hegemonías». *Página 12*. [Consulta: 27 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/diario/el-pais/1-169110-2011-05-30.html>
- TATIÁN, Diego (2017). «La Reforma Universitaria en disputa». *Alfilo*. [Consulta: 27 de septiembre de 2021]. Disponible en: <https://ffyh.unc.edu.ar/alfilo/la-reforma-universitaria-en-disputa/>
- TOURAINÉ, Alan (2012). *¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- VAN DIJK, Teun (1994). «Modelos de memoria. El papel de las representaciones de la situación en el procesamiento del discurso». *Revista Latina de Pensamiento y Lenguaje*, vol. 2, n.º 1, pp. 39-55.
- (2001). «Algunos principios de una teoría del contexto». *ALED, Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, vol. 1, Año 1, pp. 69-81.

¿CÓMO COMUNICAR LA CIENCIA? LO QUE DICEN LOS QUE HACEN TIPS PARA MEDIADORES

María Cristina Pauli y Gustavo Vázquez

1. INTRODUCCIÓN

El sistema científico, en general, prioriza la comunicación entre pares, de modo que las revistas científicas con o sin referato, los *papers* y las publicaciones de congresos son los lugares preferidos para dar a conocer los trabajos de la mayoría de las personas que hacen ciencia.

Pero este tipo de medios específicos de cada disciplina no son accesibles al gran público, que es el destinatario de ese conocimiento generado, y muchas veces quedan afuera del propósito democratizador del conocimiento.

Algunas personas de la ciencia asumieron el desafío de contar lo que hacen, o lo que saben a las personas de a pie. Carl Sagan o Isaac Asimov son algunos de los más conocidos, y si miramos tranquera adentro podemos destacar el trabajo del extinto René Favaloro, de Fidel Shaposnik, de Alberto Rojo, Diego Golombek y José Edelstein, entre muchos otros.

También algunos y algunas periodistas aceptamos el desafío de comunicar públicamente la ciencia, asumiendo en este caso el rol de mediadores entre quienes producen conocimiento y la comunidad a quien está destinado este conocimiento, que, a la vez, es la que sostiene el sistema científico a través de sus impuestos y aportes.

En particular abordar este desafío en la radio supone poner a disposición las muchas posibilidades de que dispone el lenguaje radiofónico. Trabajar desde la síntesis en un lenguaje simple y accesible sea, quizá, el mayor reto a la hora de comunicar ciencia.

Para algunos que piensan a la radio como objeto de estudio, comunicar la ciencia por radio es una recontextualización, es decir la reconstrucción del mismo conocimiento para una audiencia diferente.

En este artículo nos proponemos revisar algunas de esas prácticas, de quienes hacen ciencia y la comunican públicamente, y de quienes hacen periodismo sobre ciencia, para elaborar una serie de *tips* básicos. Lo haremos, tomando como punto de referencia, una serie de entrevistas realizadas en el ciclo *ADN Ciencia*, emitido por Radio Universidad de La Plata.

A partir de diálogos con Fidel Shaposnik, Alberto Rojo, José Edelman, Ana María Vara, Renato Dagnino, Melina Furman y Antonio Magione ponemos en debate formas, estilos, experiencias y recursos que nos permiten construir una serie de puntos claves a tener en cuenta a la hora de comunicar ciencia.

2. TIP 1: LA CURIOSIDAD

Fidel Schaposnik es doctor en Física, docente en la Universidad Nacional de La Plata e investigador superior de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Provincia de Buenos Aires.

Como físico teórico se dedica a la física de altas energías o física de partículas, cuyo campo de acción es estudiar fenómenos subatómicos y saber cuáles son los componentes más básicos de la materia y de la radiación. Los métodos de la física de alta energía son muy útiles también para trabajar en problemas de materia condensada, en materiales superconductores o aisladores topológicos, como se llaman ahora. Pero, además, se interesa en problemas de cosmología; porque estudiando las partículas que llegan a la Tierra, y la radiación cósmica, podemos saber un poco del origen del universo; es decir cómo evolucionó, cómo fue el principio, si es que hubo un principio.

El doctor Schaposnik, además, es autor de *Qué es la física cuántica* y fue presentador del ciclo de la TVU *Ciencia D1*, producido por la Facultad de Ciencias Exactas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

Al preguntarle por su experiencia como comunicador reconoce que la tarea le resultó amena:

A mí me divirtió mucho y aprendí un montón, sobre todo pensando que el desafío siempre es el mismo, cómo mostrar de forma atractiva algunas cuestiones que lindan con lo abstracto, porque si uno piensa en términos de la física teórica, de la mecánica cuántica o de la belleza de las matemáticas, es todo un desafío intelectual poder decodificar eso que para los científicos es tan común y trasladarlo, decodificarlo para aquel que en su rutina sintoniza un canal universitario.

Los animales superiores, como por ejemplo el mono o nosotros, tenemos algo que se llama curiosidad y es cuestión de despertarla, nada más.³⁰

Sostiene el investigador.

En este sentido como comunicadores debemos replantearnos algunas formas de abordar los temas o de presentar nuestras notas, no es lo mismo decir «hoy vamos a hablar sobre nanomateriales» que arrancar diciendo que «es posible que un pequeño submarino circule por nuestro torrente sanguíneo». A veces buscar figuras que despierten interés en escuchar es el primer paso para abrir una puerta al conocimiento que puede brindar nuestro entrevistado.

3. *TIP 2: HABLARLE AL NIÑO QUE FUIMOS*

Alberto Rojo es doctor en Física, graduado en el Balseiro y actualmente profesor en la Universidad de Oakland. Como guitarrista y compositor ha compartido escenario con Mercedes Sosa. En la actualidad participa en un ciclo de divulgación por canal Encuentro.

Cuando le preguntamos cómo llegó al mundo científico, recordó que se vinculó con la ciencia de chico, leyendo a los divulgadores, leyendo a Asimov, al mismo Einstein, a tipos que escribían para los chicos o para gente que no es experta en la ciencia, en un lenguaje accesible y, a la vez, con un registro literario.

Ahora, cuando ya me pude construir mi propia historia de física en la ciencia, le escribo a ese chico que era yo, contándole lo interesante que es

30. Extractos del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

la física y tratando de explicar, y a la vez explicarme a mí mismo, porque cuando uno escribe divulgación yo creo que una de las cosas más interesantes es que tenés que entenderlo muy bien para explicárselo a alguien que no conoce el costado técnico del asunto

¿Qué es hablarle a un niño? Algunos pueden pensar que un niño es alguien que no entiende nada y tienen la tentación de simplificar el relato al extremo de la estupidez. En la primera etapa de la vida se va construyendo conocimiento como quien construye una casa, comienza a apilar ladrillos que le permiten llegar a instancias más complejas como colocar el techo.

La niñez se caracteriza por una avidez de conocer, de querer experimentar, de hecho, los bebés comienzan tocando todo lo que está a su alcance y se lo llevan a la boca para experimentar.

En este mismo sentido, Melina Furman,³¹ bióloga, máster y doctora en Educación de la Universidad de Columbia, investigadora del CONICET y profesora de la Escuela de Educación de la Universidad de San Andrés, nos contó que, según sus investigaciones realizadas en las escuelas, han comprobado que cuando niños y niñas tienen la oportunidad de ponerse en los zapatos de quien investiga, haciéndose preguntas, experimentando, observando y debatiendo, esas ganas de saber y esa mirada científica del mundo no solo se sostiene, sino que se va haciendo cada vez más fuerte. Y también lo contrario, cuando la ciencia que aprenden en la escuela es una ciencia de memoria, de contenido acabado, donde tienen que aprenderse definiciones y datos, el interés se desvanece.

Desde la radio deberíamos proponernos destacar el real espíritu científico que es un espíritu más creativo, aventurero, que da ganas de averiguar más y que tiene mucho que ver con lo que le pasa a la infancia con el juego y los descubrimientos.

4. TÍP 3: ARTE, BELLEZA Y PASIÓN

Alberto Rojo también es autor de libros de divulgación como *Borges y la física cuántica* y *El azar en la vida cotidiana I y II*, ambos editados por Siglo XXI.

31. Ver: <https://www.radiouniversidad.unlp.edu.ar/adn-ciencia-18feb2019/> 18 de febrero de 2019

¿Qué une a la literatura con la ciencia?

Borges es nuestro gran escritor, es un escritor muy pero muy leído para quienes trabajan en ciencia. Prácticamente no hay un físico o una física que no haya leído a Borges, a pesar de que Borges no sabía nada de física. Sin embargo, tenía una mentalidad racional, un espíritu irreverente y un lirismo tan profundo. Yo creo que es uno de los grandes artistas que combina de manera magistral el lirismo con la precisión. Esa precisión y ese desparpajo en cierta medida que tiene Borges con la ciencia hace que él se anticipe a ideas científicas en su literatura³² [afirma Rojo].

José Edelstein, es físico, egresado del Balseiro, profesor de la Universidad de Santiago de Compostela y autor del libro *Antimateria, magia y poesía y Einstein para perplejos*.

En su paso por los micrófonos de *ADN Ciencia* explicó que su propuesta es escribir textos literarios con temáticas científicas. Propone hacer producciones disfrutables, que enciendan motivaciones para gente joven. «Escribo para gente que le gusta la literatura, mi lector o lectora ideal es el que cree que no le gusta la física y que al acabar el libro se da cuenta de que sí le gustaba».³³

Edelstein no se reconoce como divulgador, sino como comunicador que comparte lo que a él le apasiona.

A partir de estas experiencias podemos pensar en recurrir a cuentos, poemas o canciones, y hasta a algún gol inolvidable que nos emocione, para, a partir de esos recursos, poder hablar de leyes de la física, de química, de psicología, de salud, de antropología o de cualquier otra disciplina. Solo hay que disfrutar del arte en estado de alerta comunicacional.

5. TIP 4: PROTAGONISTAS

El doctor Antonio Mangione es biólogo, especialista en ecología. Docente e investigador en la Universidad Nacional de San Luis

32. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

33. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

¿Qué mecanismos, políticas y formas podríamos establecer y pensar para que el conocimiento sea público? se pregunta Antonio Mangione ¿Es posible vivenciar la ciencia?

Para el biólogo:

la ciencia es comunicada como si fuera inmaculada, no tiene errores; los investigadores son inmaculados, no tienen intereses, solo se deben a sus investigaciones. No estoy siendo irónico, estoy tratando de retratar estos estereotipos. Algunas son encumbradas personas que están al servicio de la sociedad, y la ciencia es una cuestión absolutamente compleja, hay una lucha por el poder dentro de los ámbitos académicos y esto no está en la comunicación de la ciencia.³⁴

Como comunicadores tenemos el desafío de presentar a quienes hacen ciencia como personas comunes, que cocinan, hacen deporte, escuchan la música y atienden a sus hijos, sufren y gozan como cualquier mortal.

Pero también debemos tener claro que la ciencia no es solo una cuestión de científicos. En muchas ocasiones participan de los desarrollos y descubrimientos personas idóneas, baqueanas y conocedoras del lugar, observadoras aficionadas, y estos participantes de los procesos de investigación deben ser incluidas en nuestros programas, dándole la posibilidad de compartir sus saberes.

El tema que habría que responder o analizar es quiénes son los expertos. ¿Yo soy el experto? ¿Quiénes son los expertos? ¿Solo los profesores universitarios que tienen proyectos de investigación en alguna universidad? ¿O puede ser algún dueño de un tambo perdido por ahí en alguna parte de la sierra que ordeña cabras para producir quesos? ¿Ese también es un experto? ¿Cómo podemos reconocerlo como experto?³⁵

se pregunta Mangione pensando en su propio programa de radio.

34. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

35. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

Un claro ejemplo, y en astronomía abundan, es el reciente caso de Víctor Buso, el cerrajero rosarino que logró fotografiar el nacimiento de una estrella supernova desde la terraza de su casa. Es decir, para muestra vale un botón.

6. *TIP 5: PREGUNTAS*

En la búsqueda de herramientas para ir desmarañando temas complejos, para que puedan ser comprendidos por nuestras audiencias, Antonio Magione nos propone apostar a la pregunta.

La idea es partir de cuestiones cotidianas y hacernos las preguntas sencillas, que nos permitan llegar al conocimiento científico más profundo. ¿Cómo funciona un candado? ¿Cómo se fabrica? ¿Por qué se fabrican candados? ¿De dónde se saca el material? y ¿cuánto gana el operario que lo hace? A partir de estos interrogantes se pueden desprender respuestas desde diferentes disciplinas y abordajes.

Estas son discusiones, temas que no son generalmente comunicados. Y eso me parece que tiene que ver también con el hecho de que el periodismo científico, los comunicadores y las comunicadoras de ciencia no están empapados todavía, pero estamos aprendiendo, en las problemáticas, esa filosofía y epistemología que nos enseñan en la universidad a veces se cae al precipicio cuando podría caer y derramar en estas preguntas. Y a mí me parece un desafío y hay que llevarlo adelante.³⁶

sostiene el biólogo puntano.

7. *TIP 6: IDEAS Y PALABRAS*

Renato Dagnino es profesor titular del Departamento de Políticas Científicas y Tecnológicas en la Universidad de Campinas, Brasil.

Entrevistado para el programa nos plantea un tema conceptual a tener en cuenta a la hora de hacer comunicación pública de la ciencia,

36. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

para empezar deberíamos hablar de tecnociencia y no de *ciencia y tecnología* porque si algún día hubo esa separación, hoy ya no existe. En mi entender, esa separación entre ciencia y tecnología es una construcción ideológica para hacer que la sociedad crea que existe un conocimiento científico neutral, no contaminado por valores, y una tecnología que sí puede utilizar ese conocimiento para el bien o para el mal. Y eso no es verdad, sobre todo cuando la dinámica tecnocientífica global está claramente dominada por las empresas con finalidades de ganancias, donde las investigaciones de desarrollo militar son fundamentales y donde no hay ninguna preocupación por la cuestión ambiental.³⁷

En este sentido la selección de las palabras que usamos, entendiendo la significación que tienen, marcan desde donde estamos pensando el problema.

Aquí creemos oportuno hacer un apartado para la perspectiva de género, que no debe ser solo una decisión entre la x, la @ o la e, entre decir investigadores e investigadoras o equipo de investigación, sino que este eje debe transversalizar nuestras producciones.

El lenguaje utilizado se constituye como un instrumento que expresa nuestro pensamiento y construye sentido, es un vehículo de cultura que refleja la sociedad de cada momento histórico. Si pretendemos conseguir una sociedad más igualitaria, coinciden especialistas, tenemos que promover y utilizar un lenguaje no sexista (Chaher y Santoro, 2007: 141).

8. TIP 7: COMUNICADORES Y COMUNICADORAS

Ana María Vara, investigadora en estudios sociales de la ciencia y la tecnología, docente e investigadora en la Universidad Nacional de San Martín, es optimista respecto de las personas que comunican. Sostiene que estamos en una etapa de perfeccionalización en la Argentina y en América Latina.

37. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

Tenemos personas que se especializan, que se identifican con esa orientación, tanto si son periodistas de información como si vienen de otras áreas científicas, de las sociales, de las humanidades, de las exactas, naturales, etc. Hay una comunidad que busca además perfeccionarse. Hay tres titulaciones de posgrado en universidades nacionales: una especialización en la Universidad Nacional de Córdoba que depende de la Facultad de Astronomía Física y de la Facultad de Ciencias de la Información; también una especialización que se creó en el 2011 en la Universidad Nacional de Río Negro, que empalma en una maestría en Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología; y en 2015 se abrió la especialización en la Universidad de Buenos Aires que tiene una dependencia de tres facultades: la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, Filosofía y Letras y Sociales,³⁸ [detalla Vara].

La investigadora reconoce que hay un trabajo creciente de las tareas de investigación en el área de comunicación pública de la ciencia.

Estamos en un momento auspicioso y creo que el hecho de que este-
mos formados como comunicadores de la ciencia y comprometidos tam-
bién políticamente, en un sentido de proyecto de país la mayoría de los
comunicadores, es una garantía para pensar que vamos a atravesar este
momento.³⁹

Con esta esperanza creemos que, como radialistas, debemos apostar
a la formación permanente, generandole espacios de capacitación crea-
tivos, que nos permitan repensar nuestras producciones a la luz de la
experiencia. Y en eso estamos.

38. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata. Curso que se da dentro de la Maestría en Ciencia, Tecnología e Innovación.

39. Cita extraída del Ciclo ADN Ciencia, emitido por Radio Universidad de La Plata.

9. BIBLIOGRAFÍA

- CONTRERAS PULLIDO, Paloma y Macarena Pareja Cuéllar (2013). *Más ciencia. Cómo trabajar la divulgación científica desde las radios universitarias*. Salamanca: ARU.
- CHAHER, Sandra y Sonia Santoro (2007). *Las palabras tienen sexo*. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones.
- FURMAN, Melina (2018). *Guía para criar hijos curiosos. Ideas para encender la chispa del aprendizaje en casa*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores

AHORA QUE SÍ NOS VEN... ¿NOS ESCUCHAN?
EL LUGAR QUE OTORGAN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS
A LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Elizabeth Andrea Furlano y Florencia Basso

1. INTRODUCCIÓN

La ponencia aborda, desde un análisis descriptivo, el lugar que ocupa la perspectiva de género en la grilla de contenidos de las radios universitarias argentinas, a cuatro años de la primera marcha del *Ni Una Menos* y en el marco de la octava presentación del Proyecto de Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE), en el Congreso Nacional en 2019. Dos movimientos que visibilizan la lucha de las mujeres argentinas contra las violencias machistas y por el aborto legal, seguro y gratuito, en la segunda década del siglo XXI.

En este sentido, el paradigma feminista propone la visibilización de los derechos humanos de las mujeres y disidencias sexuales en todos los ámbitos especialmente en el ámbito comunicacional.

El enfoque, o perspectiva de género, es considerado para tener en cuenta el lugar y el significado que las sociedades dan al varón y a la mujer en su carácter de seres masculinos o femeninos (La Serna, 2011). Mientras que el género es un concepto cultural, la perspectiva de género es el dispositivo que permite a la sociedad discernir y denunciar los condicionamientos culturales que oprimen a las mujeres y promueve las iniciativas que permiten liberarse de ellos, orientándose hacia la igualdad entre hombres y mujeres (La Serna, 2011).

De esta manera, al aplicar la lupa feminista y la perspectiva de género al diseño de las grillas de programación de contenidos de las radios universitarias argentinas, que integran la Asociación de Radiodifusoras

Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA), nos proponemos identificar ¿qué lugar ocupa en la grilla de las emisoras universitarias el actual movimiento de mujeres, en tanto actor clave impulsor de cambios estructurales y propuestas de igualdad? ¿Son las radios universitarias el parlante de los derechos de las mujeres de cada comunidad donde se encuentran? ¿El movimiento feminista tiene lugar en las radios universitarias?

Si desglosamos la propuesta diaria/semanal de cada radio, ¿cómo aparece la perspectiva de género? ¿Es transversal a la programación, se focaliza en una franja horaria o programa específico, o no aparece? Sabemos que las condiciones de producción de cada radio universitaria del país son diferentes y antagónicas, no solo porque responden al principio de autonomía de cada institución, sino también por la coexistencia de emisoras de alta calidad con radios que cuentan con lo estrictamente necesario para salir al aire. En este marco, la conformación de grupos de trabajos colaborativos a nivel federal potencia las iniciativas individuales y otorga mayor presencia social de las emisoras en el mapa nacional. *El hilo violeta* –nuestro caso de análisis– es un programa que surgió a partir de redes de intercambio con el objetivo de contribuir: a la visibilización del movimiento *Ni Una Menos*, al empoderamiento de las mujeres y al desarrollo y sustentabilidad de las emisoras integrantes de la red. Este análisis nos permitirá reflexionar sobre el cambio de época en materia de género en los contenidos radiofónicos universitarios, pero también sobre la necesidad de formación en estas temáticas entre los profesionales de la comunicación de nuestras emisoras.

Dice Irina Bokova en el Prólogo de *Indicadores de género para medios de comunicación*:

El desarrollo sostenible, los derechos humanos y la paz solo se pueden lograr si mujeres y hombres gozan de amplias e iguales oportunidades para vivir en libertad y con dignidad. La igualdad existe cuando mujeres y hombres tienen igualdad de acceso a la educación de calidad, a los recursos y al trabajo productivo en todas las esferas y cuando tienen la posibilidad de compartir el poder y el conocimiento sobre esa base. La igualdad de género se debe entender como una necesidad práctica y como un requisito ético (UNESCO, 2014).

2. PRESENTACIÓN

Este trabajo surge en el marco de la convocatoria realizada por las XIII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo bajo el lema «Radios De(s)generadas, medios y modos diversos de producir y escuchar».

El foco de atención se centró en los contenidos que emiten las radios universitarias y con perspectiva de género. En este sentido, nos interesaba indagar en qué medida caló el discurso feminista, la llamada marea verde, o la presencia de identidades disidentes en la generación de contenidos propios de cada radio universitaria en este año 2019.

Este buceo por las páginas web de las emisoras universitarias y especialmente las nucleadas en ARUNA, nos llevó a detectar otros indicadores vinculados a la temática, como ¿cuántas mujeres hay en las áreas de decisión en las emisoras? La existencia o no de operadoras técnicas y musicalizadoras, más allá del lugar que históricamente las mujeres han tenido como locutoras, productoras o coconductoras de programas conducidos por varones.

Con una mirada crítica y feminista también tratamos de identificar de qué manera se promociona cada radio en su propia web, respecto de la misión y función del medio en y para la comunidad.

Seguramente, después de observar las capturas de pantalla de las diferentes radios que traemos como ejemplo, se podrá analizar de qué manera mejorar el vínculo con las audiencias, pero también reconocer que las radios universitarias, en general, no cuentan con un buen *marketing* en los sitios oficiales de cada universidad, lo cual dificulta no solo el acceso a los reproductores *online* de las emisoras, por ende a la escucha y las agendas propuestas por cada medio sino que, además, si la temática géneros y sexualidades forma parte de la programación, no aparece de manera clara. Como tampoco la transversalización de esta en la programación semanal.

Este rastillaje, que fue realizado durante el mes de junio del corriente año, nos permitió, identificar que el 16 % de las radios (Figura 1) emiten al menos un programa con perspectiva de género. Se trata de una producción de carácter federal y horizontal, que surgió como propuesta desde Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF), luego del 32º Encuentro Plurinacional de Mujeres (edición 2018) que se realizó en la ciudad de Trelew, Chubut. La propuesta radial de producción colectiva se denomina *El hilo violeta*.

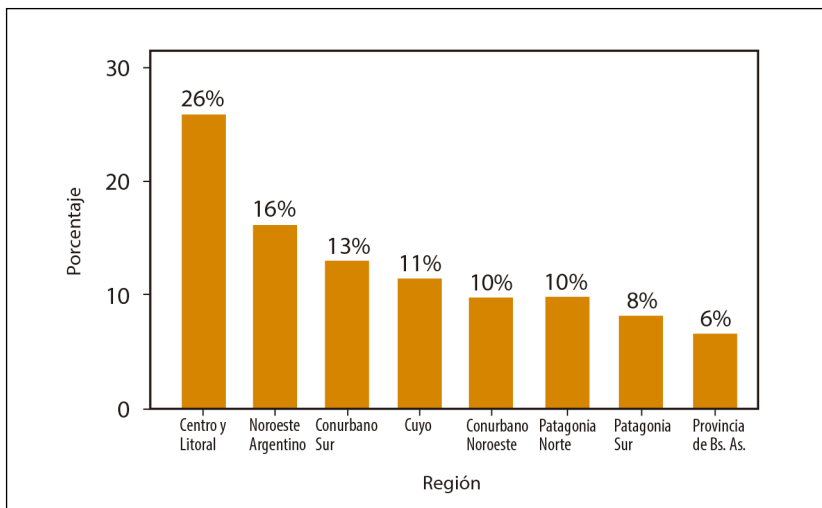


FIGURA 1. Emisoras por región. Fuentes: Relevamiento radios Aruna - CIN Informe presidencia Gastón Colaprete 2017

FUENTE: elaboración propia.

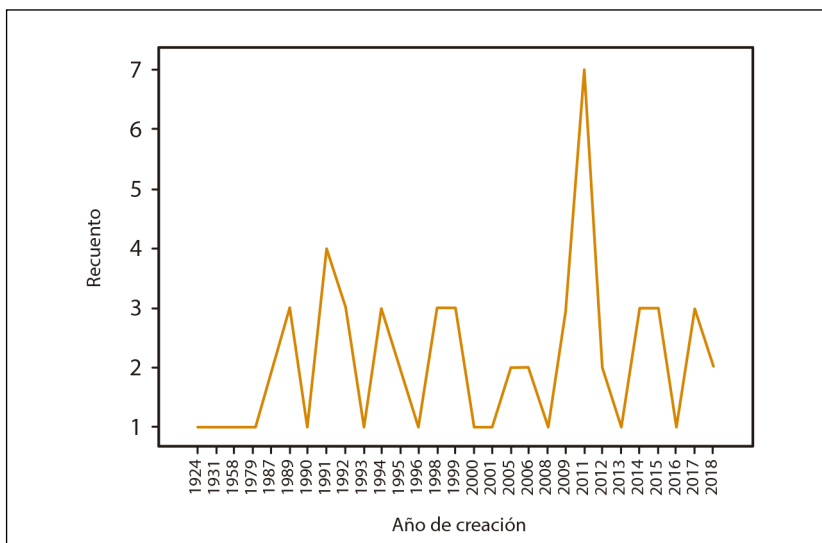


FIGURA 2. Emisoras por año de creación

FUENTE: elaboración propia.

Tabla 1. Radios universitarias argentinas a junio de 2019

Provincia	Creación	Universidad	Emisora	Fuente
Buenos Aires	1924	UNLP	AM1390	radiouniversidad.unlp.edu.ar
	1989	UNLP	FM107.5	radiouniversidad.unlp.edu.ar
	1991	UNLU	FM88.9	radio.unlu.edu.ar
	1998	UTN	FM100.5	radiofrsn.casler.fm
			FM107.7	radioestudio.com.ar
	1999	UNDEF	FM87.5	fm.soldados.com
		UNLAM	FM89.1	fm891.com.ar
	2005	UBA	FM87.9	uba.ar/radiocuba
		UNMDP	FM95.7	mdp.edu.ar
	2006	UTN	FM88.3	latacno.com.ar
	2009	UNICEN	FM90.1	radiouniversidadolavarria.unicen.edu.ar
		UNLZ	Radiojaureche	radiojaureche.com.ar
		UTN	FM93.5	ftbb.utn.edu.ar
	2011	UNDAV	FM90.3	undav.edu.ar
		UNNOBA	FM89.7	unnoba.edu.ar
			FM99.1	unnoba.edu.ar
	2012	UNS	AM1240	radio.uns.edu.ar
	2013	UNGS	FM91.7	ungs.edu.ar/fm1radio
	2014	UNLA	FM92.1	megafonunla.com.ar
	2015	UNAJ	FM102.7	radio.unaj.edu.ar
	2016	UNQ	FM91.5	radio.web.unq.edu.ar
	2017	UNM	FM88.7	unm.edu.ar
Catamarca	1992	UNCA	FM100.7	unca.edu.ar/radio
Chaco	1994	UTN	FM91.1	radiouniversidad911.com.ar
	2015	UNCAUS	FM101.9	us7.malindigblastteam.com/2578
Chubut	1994	UNPSJB	FM92.9	facebook.com/RadioUniversidad931
Córdoba	1958	UNC	AM580	cba24n.com.ar/steamfm.html
	1979	UNC	FM102.3	cba24n.com.ar/steamfm.html
	1991	UTN	FM94.3	frc.utn.edu.ar
	1999	UNRC	FM97.7	unic.edu.ar/unc/radio/
	2001	UNC	FM88.7	radioaves.frc.unc.edu.ar
	2011	UNVM	FM106.9	fm.universidad.com.ar/la-radio/
Corrientes	1995	UNNE	FM99.7	medios.unne.edu.ar
Entre Ríos	1994	UTN	FM105.7	fm.universidad.wisla.com/fmuniversidadutn
	2011	UNER	FM100.3	si.uner.uner.edu.ar
			FM91.3	si.uner.uner.edu.ar
			FM97.3	si.uner.uner.edu.ar
Formosa	2006	UNaF	FM102.7	radiounaf.com.ar
Jujuy	1991	UNJU	FM92.9	unju-radio.com/
La Rioja	1996	UNLAR	FM90.9	radiounlar.com.ar
	2017	UNDeC	FM104.1	radio104.1.undec.edu.ar
Mendoza	1991	UTN	FM94.5	fm.utn.com.ar
	1992	UNCu	FM96.5	university.com.ar
	2008	UNCu	FM107.9	facebook.com/RadioAbierta1
Misiones	2014	UNaM	FM98.7	transmedia.unam.edu.ar
Neuquén	1987	UNCOCALF	FM103.7	universidadcalf.com
	2018	UTN	FM92.1	frc.utn.edu.ar
Rio Negro	1987	UNCOMA	FM89.1	antena-libre.com.ar
	2017	UNRN	raund.media	raund.media
Salta	1989	UNAS	FM93.9	radio.unsa.edu.ar
San Juan	1992	UNSJ	FM93.1	radio.unsj.com
San Luis	1990	UNSL	FM97.9	radio.unsl.com.ar
Santa Cruz	1999	UNPA	FM99.9	unpa.edu.ar/aproductos/envio
	2014	UTN	FM97.9	utnmedios.com
Santa Fe	1931	UNL	AM1020	lt10.com.ar
	1998	UNR	FM107.1	radio.unr.edu.ar
	2000	UNL	FM103.7	lt10.com.ar
	2018	UTN	FM97.3	universidadradio.com.ar
Santiago del Estero	1995	UNSE	FM92.9	radiouniversidad.unse.edu.ar
Tierra del Fuego	2012	UTN	FM93.5	radiouniversidad.com.ar
	2015	UNTDF	FM106.9	untfd.edu.ar/radioemisor
Tucumán	1989	UNT	FM94.7	fm947.universidad.com.ar

FUENTE: elaboración propia.

3. SOBRE LA METODOLOGÍA

Con el objetivo de identificar qué lugar ocupa la perspectiva de género en las radios universitarias argentinas, en el marco del debate por la Ley de Interrupción Voluntaria del Embarazo (IVE) y el *Ni UnaMenos*, analizamos el diseño de la grilla de contenidos de todas las radios universitarias a junio de 2019.

Se identificaron 62 emisoras, 12 de ellas pertenecientes a la Universidad Tecnológica Nacional (UTN). Cuatro emisoras emiten en AM, hay una radio de *podcast*, una radio web que no informa frecuencia y 54 emisoras que emiten por FM e Internet. Además, una emisora no aparece activa.

Las radios están divididas por regiones: centro y litoral, patagonia sur, patagonia norte, conurbano sur, conurbano noroeste, cuyo, noroeste argentino y provincia de Buenos Aires según la clasificación de ARUNA (Colaprete, 2017).

El trabajo se enfocó en el análisis de la programación informada en las páginas web de cada emisora o en la web de cada universidad y, en los casos donde esta información no apareció, se buscó a través de Internet la existencia de esta (por ejemplo, nota periodística sobre inicio o características de la programación 2019).

Los gráficos se realizaron tomando como indicadores la información oficial vinculada a quién ocupa los cargos gerenciales o de liderazgo en el medio universitario, la existencia o no de indicios que reflejen la perspectiva de género en la programación, por ejemplo fotos de los equipos de producción, presencia de pañuelos verdes/violetas, nombres de los programas, participación de militantes feministas, descripción del contenido de los programas, misión y función de las emisoras, día y horario de emisión y repetición, programas propios o externos, entre otras observaciones.

Además, se realizó una consulta a todos los directivos de las emisoras participantes de la red nacional, a través de un formulario *online* que pretendía profundizar respecto de la ocupación de cargos en los roles de operación técnica y conducción; sobre la capacitación/formación del personal en perspectiva de género, lamentablemente solo el 9,5 % de las emisoras respondió el formulario.

Las observaciones se realizaron tomando como referencias la propuesta de UNESCO en el «marco de indicadores para evaluar la sensibilidad en materia de género en las operaciones y contenidos mediáticos publicado en 2014».⁴⁰

TABLA 2. Emisoras con programas con perspectiva de género

		¿TIENE AL MENOS UN PROGRAMA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO?			TOTAL
		SI	NO	S/D	
REGIÓN	Centro y Litoral	6 %	14 %	6 %	26 %
	Conurbano Noroeste	1 %	8 %	1 %	10 %
	Conurbano Sur	1 %	8 %	3 %	12 %
	Cuyo	1 %	9 %		10 %
	Noroeste argentino	1 %	8 %	7 %	16 %
	Patagonia Norte	3 %	4 %	3 %	10 %
	Patagonia Sur	2 %	1 %	6 %	9 %
	Provincia de Bs. As.	1 %	5 %		6 %
TOTAL		16 %	58 %	26 %	100 %

FUENTE: elaboración propia.

40. Documento accesible desde <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pfo000231069>

TABLA 3. Emisoras con programas con perspectiva de género por día de emisión

REGIÓN		¿INFORMA AL MENOS UN PROGRAMA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO?			TOTAL
		SI	NO	S/D	
Centro y Litoral	Día hábil	16 %	33 %	14 %	63 %
	Fin de semana	9 %	20 %	8 %	37 %
	Total	25 %	53 %	22 %	100 %
Conurbano Noroeste	Día hábil	6 %	46 %	9 %	61 %
	Fin de semana	2 %	31 %	6 %	39 %
	Total	9 %	77 %	14 %	100 %
Conurbano Sur	Día hábil	8 %	38 %	15 %	61 %
	Fin de semana	2 %	27 %	10 %	39 %
	Total	10 %	65 %	25 %	100 %
Cuyo	Día hábil	9 %	51 %		60 %
	Fin de semana	3 %	37 %		40 %
	Total	11 %	89 %		100 %
Noroeste Argentino	Día hábil	7 %	29 %	24 %	60 %
	Fin de semana		22 %	18 %	40 %
	Total	7 %	51 %	42 %	100 %
Patagonia Norte	Día hábil	14 %	29 %	17 %	60 %
	Fin de semana	14 %	14 %	11 %	40 %
	Total	29 %	43 %	29 %	100 %
Patagonia Sur	Día hábil	13 %	10 %	37 %	60 %
	Fin de semana	7 %	7 %	26 %	40 %
	Total	20 %	17 %	63 %	100 %
Provincia de Bs. As.	Día hábil	10 %	50 %		60 %
	Fin de semana	5 %	35 %		40 %
	Total	15 %	85 %		100 %

FUENTE: elaboración propia.

TABLA 4. Programas con perspectiva de género por horario de emisión

REGIÓN		¿INFORMA AL MENOS UN PROGRAMA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO?			TOTAL
		SI	NO	S/D	
Centro y Litoral	Mañana	2 %	13 %	6 %	21 %
	Tarde	6 %	11 %	4 %	21 %
	Noche	8 %	9 %	4 %	21 %
	Sábado	3 %	12 %	3 %	18 %
	Domingo	6 %	9 %	4 %	19 %
	Total	24 %	54 %	22 %	100 %
Conurbano Noroeste	Mañana		17 %	3 %	20 %
	Tarde	6 %	11 %	3 %	20 %
	Noche		17 %	3 %	20 %
	Sábado	3 %	14 %	3 %	20 %
	Domingo		17 %	3 %	20 %
	Total	9 %	76 %	15 %	100 %
Conurbano Sur	Mañana		15 %	5 %	20 %
	Tarde	5 %	10 %	5 %	20 %
	Noche	3 %	12 %	5 %	20 %
	Sábado		15 %	5 %	20 %
	Domingo	2 %	13 %	5 %	20 %
	Total	10 %	65 %	25 %	100 %
Cuyo	Mañana	3 %	17 %		20 %
	Tarde		20 %		20 %
	Noche	6 %	14 %		20 %
	Sábado	3 %	17 %		20 %
	Domingo		20 %		20 %
	Total	12 %	88 %		100 %
Noroeste Argentino	Mañana	2 %	11 %	7 %	20 %
	Tarde	2 %	9 %	9 %	20 %
	Noche	4 %	9 %	7 %	20 %
	Sábado		11 %	9 %	20 %
	Domingo		11 %	9 %	20 %
	Total	8 %	51 %	41 %	100 %

Continúa en página siguiente >>>

Patagonia Norte	Mañana		17 %	3 %	20 %
	Tarde	9 %	6 %	6 %	20 %
	Noche	6 %	6 %	9 %	20 %
	Sábado	6 %	6 %	9 %	20 %
	Domingo	9 %	9 %	3 %	20 %
	Total	29 %	43 %	29 %	100 %
Patagonia Sur	Mañana	3 %	4 %	13 %	20 %
	Tarde	10 %	3 %	7 %	20 %
	Noche		3 %	17 %	20 %
	Sábado	7 %	3 %	10 %	20 %
	Domingo		3 %	17 %	20 %
	Total	20 %	16 %	64 %	100 %
Provincia de Bs. As.	Mañana	5 %	15 %		20 %
	Tarde		20 %		20 %
	Noche	5 %	15 %		20 %
	Sábado	5 %	15 %		20 %
	Domingo		20 %		20 %
	Total	15 %	85 %		100 %

FUENTE: elaboración propia.

4. EMPODERADAS

Una referente de la militancia feminista como es Luciana Peker,⁴¹ suscribió meses atrás un artículo donde afirma que:

Los feminismos; Ni Una Menos; el Paro nacional por el femicidio de Lucía Pérez; los paros internacionales de mujeres; la marea verde [...] generaron prácticas de resistencia, reflexión y movilización durante los años que el macrismo impuso la doctrina de la resignación y la anestesia social (Peker, 2019).

41. Luciana Peker es una periodista argentina especializada en género. Desde 1998 forma parte del equipo del suplemento semanal *Las 12* del periódico nacional argentino, *Página/12*. Es columnista de género en Radio Nacional y forma parte del colectivo Ni Una Menos.

Esta cita resume, sin duda alguna, que el movimiento de mujeres en nuestro país es un actor político clave, impulsor de cambios estructurales para la sociedad en su conjunto y de las propuestas de igualdad que, desde hace varios años, promueven diferentes colectivos y organizaciones en defensa de los derechos de las mujeres. Pero que, en el marco de la crisis económica y social, la emergencia por femicidios y travesticidios que vive el país, el movimiento de mujeres se destaca por encima de otros movimientos como pueden ser los vinculados a los derechos humanos, cambio climático, ambientales o pueblos originarios, por mencionar algunos. Siendo estos últimos los temas que caracterizan los contenidos radiofónicos de las principales emisoras socioeducativas, comunitarias o las universitarias de acuerdo con el buceo bibliográfico realizado.

Por otra parte, cabe destacar que, en el ámbito de las universidades argentinas, en 2015 se creó la Red Interuniversitaria por la Igualdad de Género y contra las Violencias, la cual surge como un movimiento de feministas universitarias organizadas. Recién en mayo de 2018 fueron Gabriela Diker y Sandra Torlucci, rectoras pioneras, las que dieron las discusiones necesarias para que dicha red pudiera ingresar en el Consejo Interuniversitario Nacional (CIN), la actual RUGE.

En este mismo sentido, en el 81º Plenario de Rectoras y Rectores del Consejo Interuniversitario Nacional celebrado en Córdoba en el primer trimestre de 2019, el CIN adhirió a la llamada Ley Micaela.⁴² En ese encuentro participó Néstor García, papá de Micaela, la joven asesinada en 2017 en Gualeguay, Entre Ríos, que era una activa participante del movimiento Ni Una Menos, contra la violencia de género y por los derechos de las mujeres. Ante el pleno de rectores, su padre expresó «Hoy nuestros futuros dirigentes se forman en las universidades y por eso es fundamental que tengan perspectiva de género. Que se sumen a la Ley Micaela es el primer paso».⁴³ Allí, el CIN recomendó que sus instituciones miembros adhirieran a esta normativa a nivel nacional.

42. Ley Micaela, es en realidad la Ley Nacional n.º 27 499 que obliga a todas las personas que trabajan en los tres poderes del Estado Nacional a recibir capacitaciones en temas de género y violencia contra las mujeres. Siendo el Instituto Nacional de las Mujeres quien debe certificar la calidad de las capacitaciones que elabore cada organismo.

43. <http://noticias.unsam.edu.ar/2019/04/22/ley-micaela-autoridades-de-universidades-del-cin-se-formaran-en-perspectiva-de-genero/>

Sostiene Alton Grizzle, especialista del Programa de Comunicación e Información de la UNESCO:

En tanto mujeres y hombres se reúnan como iguales, los medios de comunicación, independientemente de la tecnología empleada, al desempeñar su tarea de reflejar la diversidad social, deberán ser los que formen la opinión acerca de la igualdad de género y de los estereotipos (UNESCO: 2014).

5. EL MOVIMIENTO FEMINISTA

El movimiento de mujeres no es nuevo. Sabemos que en la historia de las luchas de la mujer y su empoderamiento han existido tres olas desde 1900 hasta el siglo XXI.

La primera se ha creado en torno al sufragio femenino, el derecho a voto de la mujer, cuyo inicio fue en los Estados Unidos en 1845 y que comienza a concederse en diversos países alrededor de 1920. La segunda ola corresponde a los movimientos sociales por la liberación de la mujer, que han surgido en Reino Unido, Estados Unidos y otros países en la década del sesenta. Dichos movimientos establecían una agenda más amplia que la del derecho al voto. Abogaban por un amplio espectro de fenómenos socioculturales que obstaculizaban la libertad de las mujeres frente a la de los hombres, y abordaban temas como la representación de la mujer en la publicidad y los medios de comunicación, la desigualdad en materia de salarios y las oportunidades de carrera. La tercera ola va más allá de dichos elementos y es relativa a los roles de todas las personas en la construcción del género. Su principal preocupación se refiere a cómo dichos roles pueden perpetuar desigualdades y limitar la decisión y expresión individuales (UNESCO, 2014).

En este sentido, toda la bibliografía existente sobre los medios de comunicación y su responsabilidad en el empoderamiento de la mujer da cuenta de la implicancia que estos han tenido en la segunda y tercera ola.

El surgimiento de las TIC, el acceso de la mujer a todos los niveles de educación o el surgimiento de medios sociales han facilitado «la incorporación de información y conocimientos relativos al género» (UNESCO, 2014). Por lo que la UNESCO afirma que «mientras existan la desigualdad

y estereotipos de género en las estructuras sociales y mentales de las personas, los medios de comunicación tendrán la posibilidad de propagarlos y perpetuarlos o de mejorarlos» (UNESCO, 2014).

Esta afirmación es, entre otras, la que nos alertó respecto de qué estamos haciendo en nuestras emisoras universitarias para propagar los conocimientos relativos al género. ¿Qué estamos haciendo, en nuestras prácticas laborales cotidianas, para generar más conciencia ciudadana sobre lo que implica comunicar con perspectiva de género? ¿Cómo nos estamos ocupando desde nuestras radios para eliminar desigualdades y romper estereotipos?

Si bien la información recolectada es preliminar –parcial, y aún no se ha analizado el contexto local e histórico de cada organización radial/universidad– es evidente que en materia de igualdad de género, la participación de la mujer y de las identidades disidentes en la toma de decisiones en nuestras radios, así como la incorporación de contenidos con perspectiva de géneros en las grillas de nuestras emisoras, es aún materia pendiente en más del 80 % de las emisoras nucleadas en ARUNA (red del CIN).

Creemos que este relevamiento servirá de parámetro para futuras comparaciones; así como para el diseño y articulación de políticas y estrategias regionales, que potencien el hacer de las radios universitarias «para poner en escena el pensar, el sentir de grupos invisibilizados o estereotipados, muchas veces por imperio del prejuicio».⁴⁴

6. REPASANDO CONCEPTOS

Tal como afirma la investigadora española Isabel Sáez Pérez «la radio, gracias a su accesibilidad, ha sido siempre un medio recurrente en diferentes iniciativas de comunicación. Es un medio barato y fácil de usar, por lo que, desde su invención, se ha visto ligada a proyectos sociales» (Sáez Pérez, 2012).

44. XIII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo. Eje 4: Radio, movimientos de mujeres y nuevas identidades de género. La potencialidad de la radio para poner en escena el pensar, el sentir de grupos invisibilizados o estereotipados, muchas veces por imperio del prejuicio.

Desde sus orígenes la radio se ha consumido mayormente en el ámbito privado, y han sido las mujeres su principal público, pero no las generadoras de los mensajes. Con el advenimiento de las FM y luego las radios por Internet, se crearon programas o emisoras con una programación exclusiva para mujeres, pero desde un enfoque comercial, consumista, del culto a la belleza, autoayuda, temas de salud familiar o escolar, entre otros ejes, reforzando los estereotipos de género.

Los contenidos con perspectiva de género han sido relativamente pocos en la historia de la radiodifusión argentina. Sabemos que algunos contenidos se destacaron por el desempeño de sus conductoras como ha sucedido con los programas donde estuvieron Paloma Efron conocida como *Blackie*, Tita Merello, Liliana Daunes, Marta Merkin, Betty Elizalde, María Isabel Sánchez, Marina Esther Traveso recordada como Nini Marshall por sus personajes de Cándida o Catita; también Graciela Mancuso, Nora Perlé, Magdalena Ruiz Guiñazú y hasta la misma Eva Duarte (Evita), entre otras.

En la actualidad, desde la comunicación y tal como lo dispone la Ley n.º 26 522 (2009) de Servicios de Comunicación Audiovisual, en su artículo 3, inciso M, se debe: «Promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual». Recordemos, también, que la misma norma establece en el título VIII, artículo 148, que: «Las emisoras universitarias deberán dedicar espacios relevantes de su programación a la divulgación del conocimiento científico, a la extensión universitaria y a la creación y experimentación artística y cultural». No habría entonces una especificidad sobre este tema en particular para nuestros medios.

Siguiendo este marco teórico, la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas (1995), puso el énfasis en el protagonismo clave de los medios de comunicación para promover la igualdad de género en todas las esferas.

Así, la ONU convocó a todas las partes a «unir fuerzas para evitar estereotipos sobre la mujer y desigualdad de acceso y participación de la mujer en todos los sistemas de comunicación, especialmente en los medios de difusión» (UNESCO, 2014). Pero no fue hasta 2010 cuando para demostrar su compromiso con la igualdad de género y el empoderamien-

to de la mujer, la Asamblea General de la ONU estableció la organización ONU Mujeres. Es desde entonces que la UNESCO lleva adelante una serie de acciones que promueven el intercambio mundial sobre la importancia y la necesidad de crear indicadores de sensibilidad al género para las organizaciones de medios de comunicación.

Con relación a las organizaciones de medios de comunicación, el Informe Mundial sobre la Condición de la Mujer en los Medios de Comunicación indica: «Los hombres ocupan la gran mayoría de los cargos directivos y gerenciales en las siete regiones, en un 74,1 % y un 72,7 % respectivamente» (UNESCO, 2014).

7. HABLAR DE GÉNERO Y NOTICIAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO, ¿ES LO MISMO?

Carlos La Serna nos dice que:

El género, como categoría social, es una de las contribuciones más importantes del feminismo a la sociedad contemporánea. Surge para explicar las desigualdades entre hombres y mujeres, poniendo el énfasis en la noción de multiplicidad de identidades, en donde lo femenino y lo masculino se conforman a partir de una relación mutua, cultural e histórica (La Serna, 2011: 54).

La cuestión del género, dice el autor:

Ha penetrado en el pensamiento y en las prácticas de diversos actores, mientras que la perspectiva de género, refiere a los marcos teóricos que pueden ser adoptados para el desarrollo de programas o políticas, y que permite reconocer las relaciones de poder que se dan entre los géneros, bajo el supuesto de que se trata del dominio de los varones como grupo social, discriminatorias para las mujeres pero también perjudiciales para el varón; que estas relaciones han sido construidas social e históricamente y que son constitutivas de las personas; finalmente que atraviesan todo el entramado social, articulando con otras acciones sociales como las de clase, etnia, edad, preferencia sexual y religión (La Serna, 2011: 73).

En síntesis, y parafraseando a La Serna (2011), diremos que la mirada de género no está supeditada a que la adopten las mujeres, ni está dirigida exclusivamente a ellas. Es decir que las políticas que toman en cuenta los aspectos de género se basan en el reconocimiento de que las prácticas y las organizaciones en sus rutinas, requieren nuevos procedimientos para superar la desigualdad.

La perspectiva de género,

Es el dispositivo que permite a la sociedad discernir y denunciar los condicionamientos culturales que oprimen a las mujeres y promueven las iniciativas que permiten librarse de ellos, orientando hacia la igualdad entre hombres y mujeres (La Serna, 2011: 129).

Al observar las grillas de contenidos y la información contextual de las emisoras universitarias argentinas (emisoras que difieren en sus modos de gestión, con historias y presupuestos de funcionamiento dispares, con realidades territoriales disímiles) observamos la existencia de programas que se abordan con perspectiva de género y se presentan como una pieza más de la programación, pero no se informa de la misma manera si esta perspectiva atraviesa toda la programación diaria/semanal en la radio.

Esa información no se despliega en las webs institucionales, salvo casos excepcionales como Radio UNaM Transmedia, Radio UncoCalf, Radio Revés UNC. En ocasiones, la información aparece en la ficha técnica de algunos programas como *Aprendiendo a volar* de RADIO UTN 88.3 Avellaneda que destaca «Programa con fuerte énfasis en la temática de género para generar conciencia sobre lo nocivo de vivir y naturalizar una sociedad patriarcal»⁴⁵, o el programa *Viva la diferencia*, de Radio UNCUYO 96.5, que describe «El abordaje de la diversidad sexual, los derechos y la igualdad, desde un espacio donde la diferencia es parte de nuestra identidad»⁴⁶, por mencionar algunos.

Al preguntarnos por las acciones que fomentan la igualdad de género dentro de los medios universitarios, prestamos especial atención a los espacios de toma de decisión, no solo en cuanto a cargos jerárquicos, sino

45. Radio UTN 88.3 Avellaneda <http://www.latecno.com.ar/programacion/>

46. Radio Universidad UNCUYO - FM 96.5 – Mendoza.

también en los roles de operación técnica y el nivel de capacitación en perspectiva de género con el que cuenta el personal de las emisoras universitarias. Para ello enviamos por correo electrónico a todos los directivos de las emisoras nucleadas en ARUNA un breve cuestionario:

LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS ARGENTINAS DE FRECUENCIA MODULADA

Mencione su dirección de correo electrónico

¿Podría indicar por favor la identificación de la emisora y universidad a la que pertenece?

¿Podría indicar por favor su formación de base o profesión?

¿De qué manera se aborda la perspectiva de género en la programación de su emisora?*

- ☐ Programa propio con día y horario asignado
- ☐ Programa externo con día y horario asignado
- ☐ Micro semanal con día y horario asignado
- ☐ Artísticas rotativas con teléfono de orientación
- ☐ Especialista de la emisora o programa
- ☐ Temática transversal en toda la programación
- ☐ No se aborda la temática feminismo/género
- ☐ Otras

En caso de que la emisora cuente con una persona responsable en temas de género, ¿podría indicar por favor su formación de base o profesión?*

- ☐ Comunicador/a Social
- ☐ Locutor/a
- ☐ Periodista
- ☐ Otra profesión
- ☐ Desconozco

A junio de 2019, ¿cuenta la emisora con profesionales de la comunicación formados en perspectiva de género?*

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Desconozco

A junio de 2019, ¿cuántas mujeres operadoras/técnicas hay en su emisora?

- ☐ Ninguna
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ Más de 3

A junio de 2019, ¿cuántas mujeres conductoras de programa hay en su emisora?*

- ☐ Ninguna
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ Más de 3

A junio de 2019, ¿cuántos hombres operadores/técnicos hay en su emisora?*

- ☐ Ninguno
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ Más de 3

A junio de 2019, ¿cuántos hombres conductores de programas hay en su emisora?*

- ☐ Ninguno
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ Más de 3

¿Considera Ud. que los programas de tinte feminista/género, promueven nuevas audiencias?*

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Desconozco

¿Ha incorporado la emisora el lenguaje inclusivo en los servicios de noticias (boletín, flash, panorama, etc.)?*

- ☐ Si
- ☐ No
- ☐ Desconozco

Recibir una copia de mis respuestas

Solo cinco emisoras respondieron la encuesta, a saber: FM UTN 94.5 FRM; la Radio UNSE; Mestiza Radio (UNAJ), AM 1240 de Universidad Nacional del Sur y FM La UNI 91.7. Por lo que la muestra no resultaba representativa para el cotejo. Ante la falta de respuestas procedimos a analizar radio por radio desde la web. La información recogida respecto de la programación y la dirección de los medios se muestra en la Figura 3:

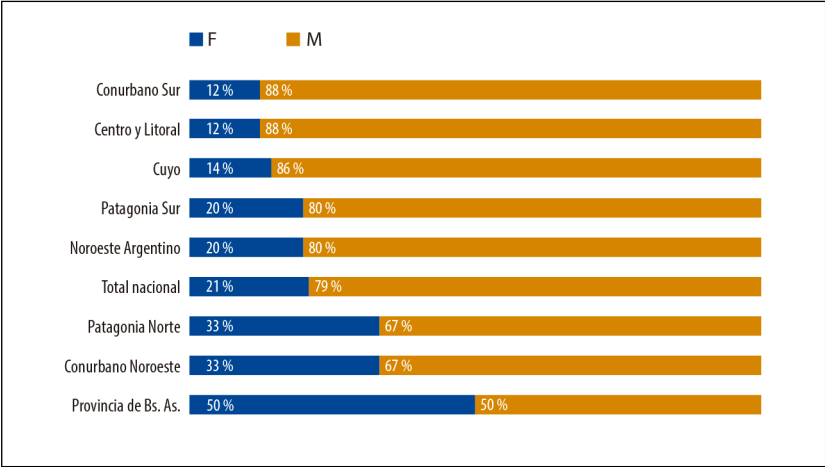


FIGURA 3. Roles decisores por región y género

FUENTE: elaboración propia.

Sobre la proporción de mujeres con roles decisores o cargos de liderazgo en los medios universitarios, se procedió a la revisión de los organigramas de las emisoras y la información arrojó que, sobre un total de 62 emisoras, 11 de ellas son coordinadas por mujeres (en su mayoría comunicadoras sociales) el equivalente al 21 %. Mientras que 49 son coordinadas por varones, una emisora tiene coordinación mixta.

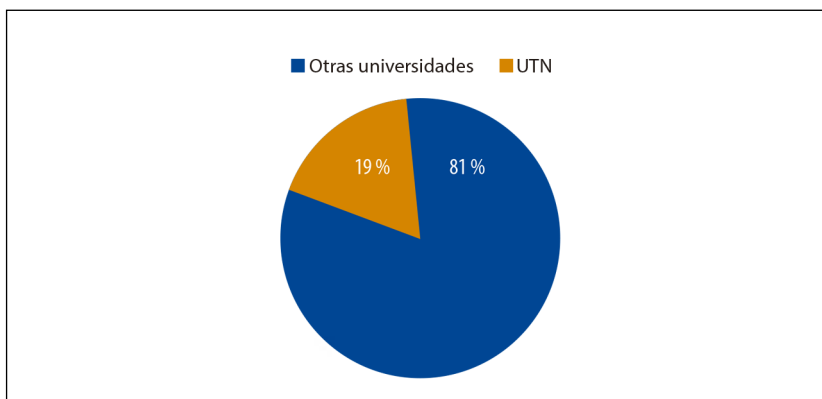


FIGURA 4. Radio UTN

FUENTE: elaboración propia.

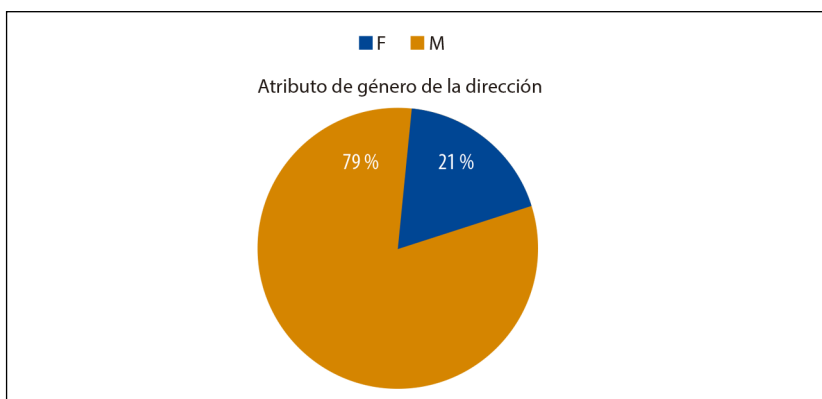


FIGURA 5. Dirección de contenidos, roles decisores

FUENTE: elaboración propia.

8. EL HILO VIOLETA: UNA EXPERIENCIA FEMINISTA Y COLABORATIVA

Como quien teje una trama colectiva, el programa *El hilo violeta* es una producción de carácter federal y horizontal. Surgió como propuesta desde Radio UNTDF, luego del 32º Encuentro Plurinacional de Mujeres (edición 2018) que se realizó en la ciudad de Trelew, Chubut. De aquel

encuentro participaron periodistas, productoras, locutoras y comunicadoras de las radios universitarias argentinas.

La propuesta radial de producción colectiva *El hilo violeta* comenzó a emitirse en febrero de 2019 con la urgencia de contar lo que nos sucede como sociedad en clave de género. Se diseñó como un ciclo de 32 programas de 30 minutos cada uno. Pero solo el primer programa tuvo esa duración, ya que todos los siguientes se maquitaron en 58 minutos, en virtud de la cantidad de material que envió semanalmente cada radio participante.

La producción fue pensada con el objetivo de dar visibilidad a contenidos con perspectiva de género, presumiendo que en muchas emisoras del país los mismos no contaban aún, en pleno siglo XXI, con un lugar preponderante en las grillas de programación.

El programa es realizado íntegramente por comunicadoras, locutoras, productoras y operadoras de las radios universitarias, algunas de ellas «cuestionadas por sus propios compañeros» por ejercer una comunicación con perspectiva feminista.⁴⁷

En relación a la estructura, *El hilo violeta* está dividido en bloques: uno dedicado a noticias de todo el país y la región, otro donde se selecciona una entrevista de la semana con presentación y cierre de la radio universitaria generadora del contenido, en tercer lugar se da paso a la reflexión y análisis de un tema abordado por especialistas, un segmento de datos, un informe y, por último, la sección denominada «Agenda violeta» donde se mencionan actividades relacionadas a la temática de todo el país. También forma parte del contenido una recomendación de libros, series, películas, obras de teatro con perspectiva de género, en algunas ocasiones relatado por las oyentes que envían el material vía WhatsApp.

Entre los ejes temáticos se destacan la divulgación de la Educación Sexual Integral (ESI), infancias trans, la realidad actual en el plano laboral y sanitario de mujeres trans, travestis, personas no binarias, las distintas formas de entender la maternidad, las historias sobre violencia de género que se traducen en crueles estadísticas de femicidios a lo largo y ancho del país, las distintas legislaciones sobre paridad y su aplicación en las provincias como también las dificultades que encuentran las mujeres en

47. Comentarios emitidos en el grupo de producción de *El hilo violeta*, por una comunicadora que sufrió un destrato por ser feminista.

la actualidad para acceder a cargos electivos en distintas instituciones incluidas las universidades, aspectos de la economía argentina con mirada feminista tales como el llamado *pink tax* o impuesto rosa, la feminización de la pobreza, la trata y explotación sexual, entre otros.

TABLA 5. Porcentaje de radios que emiten EHV

% DENTRO DE TIPO		EHV		TOTAL
		NO	SI	
Tipo	AM	75 %	25 %	100 %
	FM	82 %	18 %	100 %
	Podcast	100 %		100 %
	Web	100 %		100 %
TOTAL		82 %	18 %	100 %

FUENTE: elaboración propia.

A junio de 2019, el programa era emitido por 11 radios universitarias de Argentina y se pretende que este número siga creciendo hasta llegar a la totalidad. Se trata de una decisión política de los directivos de cada emisora incluir *El hilo violeta* ya que el material es de libre circulación.

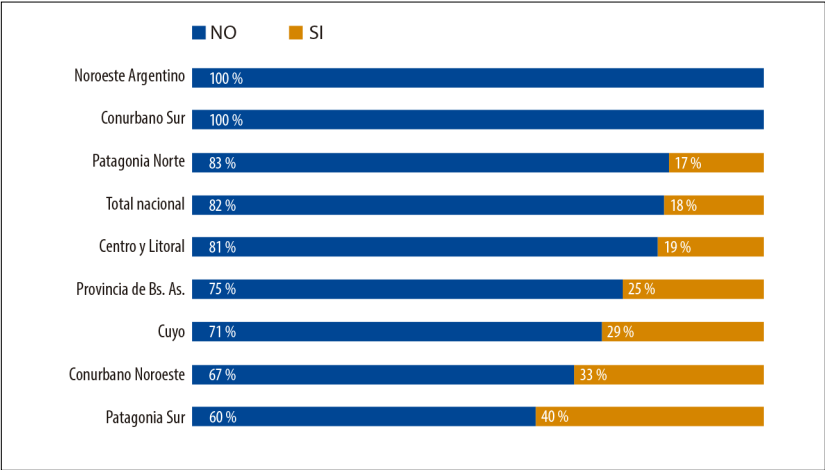


FIGURA 6. ¿Nos escuchan? Regiones donde se emite EHV

FUENTE: elaboración propia.

La participación de las trabajadoras en este programa es voluntaria, no existen jerarquías en el grupo de trabajo siguiendo la lógica horizontal del movimiento de mujeres y disidencias sexuales. Es una experiencia incipiente y colaborativa donde no hay remuneración para sus integrantes más allá de la recibida en cada radio, es decir, se concreta semanalmente con la firme convicción de estar aportando en la construcción de una agenda federal que entiende a la comunicación como un derecho humano.

En este sentido, resulta esencial para esta tarea el fortalecimiento de las redes ya existentes tales como ARUNA y la Red Universitaria de Género (RUGE) por mencionar solo algunas, para que las mismas sean protagonistas. Es a través ellas que la comunicación se convierte en una herramienta de difusión, generadora de opinión política desde donde nos posicionamos en la construcción de una sociedad más justa e igualitaria.

Desde nuestro lugar de mujeres trabajadoras en las radios universitarias comprendemos que el feminismo no puede constituirse como una actitud individual, por ello se sostiene el trabajo colectivo en cada emisión de *El hilo violeta* con el convencimiento de que el movimiento de mujeres de Argentina cuenta con la capacidad transformadora de derribar fronteras y categorías que nos han sido impuestas desde el sistema patriarcal, capitalista y heteronormado.

TABLA 6. Programación con perspectiva de género por región

REGIÓN		¿OFRECE AL MENOS UN PROGRAMA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO?			TOTAL
		SI	NO	S/D	
Centro y Litoral	Otro programa	21 %	53 %		74 %
	El Hilo Violeta	3 %			3 %
	s/d			23 %	23 %
	Total	24 %	53 %	23 %	100 %
Conurbano Noroeste	Otro programa	3 %	77 %		80 %
	El Hilo Violeta	6 %			6 %
	s/d			14 %	14 %
	Total	9 %	77 %	14 %	100 %
Conurbano Sur	Otro programa	10 %	65 %		75 %
	s/d			25 %	25 %
	Total	10 %	65 %	25 %	100 %
Cuyo	Otro programa	5 %	89 %		94 %
	El Hilo Violeta	6 %			6 %
	Total	11 %	89 %		100 %
Noroeste Argentino	Otro programa	7 %	51 %		58 %
	s/d			42 %	42 %
	Total	7 %	51 %	42 %	100 %
Patagonia Norte	Otro programa	26 %	43 %		69 %
	El Hilo Violeta	3 %			3 %
	s/d			28 %	28 %
	Total	29 %	43 %	28 %	100 %
Patagonia Sur	Otro programa	10 %	17 %		27 %
	El Hilo Violeta	10 %			10 %
	s/d			63 %	63 %
	Total	20 %	17 %	63 %	100 %
Provincia de Bs. As.	Otro programa	5 %	85 %		90 %
	El Hilo Violeta	10 %			10 %
	Total	15 %	85 %		100 %
Total	Otro programa	13 %	58 %		71 %
	El Hilo Violeta	3 %			3 %
	s/d			26 %	26 %
	Total	16 %	58 %	26 %	100 %

FUENTE: elaboración propia.

TABLA 7. Emisión del EHV por región a junio de 2019

REGIÓN	EHV		TOTAL
	NO	SI	
Patagonia Sur	60 %	40 %	100 %
Conurbano Noroeste	67 %	33 %	100 %
Cuyo	71 %	29 %	100 %
Provincia de Bs. As.	75 %	25 %	100 %
Centro y Litoral	81 %	19 %	100 %
Total Nacional	82 %	18 %	100 %
Patagonia Norte	83 %	17 %	100 %
Conurbano Sur	100 %		100 %
Noroeste Argentino	100 %		100 %

FUENTE: elaboración propia.

9. CONCLUSIONES

A lo largo de esta presentación intentamos ir respondiendo a nuestro interrogante inicial: Y ahora que si nos ven ... ¿Nos escuchan?

Este sondeo parcial nos permite afirmar que la perspectiva de género no está presente en todas las emisoras analizadas. No obstante, existe un notable desequilibrio entre regiones respecto de la cantidad de programas con la temática abordada ya que, mientras en algunas radios se contabilizan hasta cuatro programas semanales, en otras ninguno.

Respecto de qué grado de visibilidad ocupa el actual movimiento de mujeres, en tanto actor clave impulsor de cambios estructurales y propuestas de igualdad, diremos que, si tomamos en cuenta el horario de emisión, los programas con perspectiva de género prevalecen en la franja tarde-noche, y/o trasnoche de fin de semana. Surge aquí la inquietud respecto de los índices de audiencias en esos horarios.

Por otra parte, al abordar los modos de presentación/información de los contenidos radiales en las páginas web, diremos que más del 80 % de las emisoras universitarias no da cuenta de la transversalidad del tema en las grillas y se destaca la ausencia de programas con perspectiva de géne-

ro, pero sí predominan los que abordan las temáticas inclusión/discapacidad, derechos humanos, culturales.

Respecto de la ocupación de cargos en los roles decisores, solo el 21 % de las emisoras cuenta con mujeres en cargos jerárquicos. Lamentablemente, los directivos de emisoras universitarias no colaboraron en brindar la información respecto de mujeres técnicas/operadoras ni sobre si cuentan o no con personal formado en perspectiva de género.

Ante la pregunta ¿son las radios universitarias el parlante de los derechos de las mujeres de cada comunidad donde se encuentran? ¿El movimiento feminista tiene lugar en las radios universitarias? Considerando las emisoras que participan de la producción de *El hilo violeta* y su distribución geográfica, las radios que lo emiten y las que generan sus propios contenidos, pero no emiten EHV, diremos que menos del 20 % de las radios universitarias promueven una programación con perspectiva de género.

De acuerdo con los datos recabados, es en el Conurbano Noroeste y en provincia de Buenos Aires donde *El hilo violeta*, noticiero federal y feminista, cuenta con mayor presencia desde que comenzó a emitirse. En contraposición a esta situación, se presentan las regiones del noroeste argentino, conurbano sur, patagonia norte y centro y litoral del país donde en las grillas se priorizan otros productos radiofónicos.

En las zonas de cuyo y patagonia sur se presenta una aparente paridad con respecto a la proporción que ocupa *El hilo violeta* en la programación con respecto a otras propuestas radiofónicas.

Así como en cada encuentro, marcha o reclamo del movimiento de mujeres cantamos: «Y ahora que estamos juntas, y ahora que si nos ven, abajo el patriarcado se va a caer, arriba el feminismo que va a vencer», nuestro canto seguirá. Y seguirá creciendo en las radios universitarias por la convicción de sus trabajadoras, honrando a quienes nos precedieron y allanando el camino a las hijas de esta revolución. Sí, nos escuchan, si nos quieren escuchar.

10. BIBLIOGRAFÍA

- INFORME MUNDIAL SOBRE LA CONDICIÓN DE LA MUJER en los Medios de Comunicación.
- LA SERNA, Carlos (2011). *La cuestión de género en las políticas locales*. Universidad Nacional de Córdoba, Instituto de Investigación y Formación en Administración Pública, Programa de Investigación Modernidad y Políticas Sociales. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- LEY NACIONAL N.º 27 499
- PEKER, Luciana (17 de agosto de 2019). «De la calle a las urnas, la resistencia es feminista». *Página 12*. [Consulta: 11 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.pagina12.com.ar/212346-de-la-calle-a-las-urnas-la-resistencia-es-feminista>
- REVISTA ACTUALIDAD UNIVERSITARIA (Mayo/Junio 2019). Año IVII, n.º 78. Buenos Aires: Consejo Interuniversitario Nacional.
- RELEVAMIENTO DE RADIOS UNIVERSITARIAS POR REGIÓN. Presidencia Gastón Colaprete. Aruna-CIN 2017.
- SÁEZ PÉREZ, Isabel (2012). *La radio, un arma cargada de feminismo. Nuevos feminismos y medios de comunicación alternativa* (tesis de maestría). Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. [Consulta: 11 de marzo de 2022]. Disponible en: https://eprints.ucm.es/id/eprint/51257/1/21-2016-12-21-CIo7_W_Isabel%20Saez.pdf
- UNESCO (2014). *Indicadores de género para medios de comunicación*. [Consulta: 11 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000231069>

RADIO Y DEPORTES: UN VIAJE AL PASADO Y AL FUTURO

Ariel René Levatti

1. INTRODUCCIÓN

La radio en la Argentina, desde sus orígenes, tuvo cinco argumentos principales para construir y sustentar, en pocos años, una enorme popularidad: las noticias, la música, los radioteatros, el humor y las transmisiones deportivas. Por eso, a poco de cumplirse 100 años de la primera transmisión que inmortalizó a *los locos de la azotea*, resulta oportuno rememorar y analizar algunos hitos del periodismo deportivo radial y un puñado de acontecimientos inolvidables, que forman parte (indefectiblemente) de nuestra memoria colectiva. También, aportar una breve reflexión sobre las perspectivas futuras del periodismo deportivo radial y la especificidad del campo.

La ponencia se desarrolla a través de una veintena de textos breves, donde desfilan nombres y estilos de relatores, las primeras transmisiones en diferentes disciplinas, los inconvenientes que debieron afrontar los pioneros y jornadas memorables del deporte argentino. Lejos de la rigurosidad del lenguaje científico y sin grandes pretensiones literarias, pero con la mirada aguda y el oído atento, aquí se propone un recorrido apasionante por el túnel del tiempo y un boleto al futuro, donde la emoción será la principal compañera de viaje.

2. LA RADIO CON GUANTES

El 14 de septiembre de 1923, tuvo lugar la primera transmisión deportiva de la radio en la Argentina. Podría decirse que se trató de una *transmi-*

sión trucha, que consistió en la lectura teatralizada de flashes informativos provenientes de los Estados Unidos, donde el púgil argentino Luis Ángel Firpo (apodado *el Toro Salvaje de las Pampas*) desafió por el título del mundo al campeón norteamericano, Jack Dempsey. El combate fue promocionado como «la pelea del siglo» y terminó con derrota del argentino, tras un polémico desempeño arbitral. Pero la gran ganadora de la noche fue la radio, que asestó un golpe de nocaut. De allí en más, las transmisiones de boxeo serían una constante, en especial, las inolvidables veladas en el estadio Luna Park.

3. RELADORES ERAN LOS DE ANTES

No es cuestión de idealizar el pasado, ni menospreciar el trabajo, el profesionalismo o el talento de los periodistas deportivos actuales. Simplemente se trata de reconocer la creatividad, la osadía y el ingenio de aquellos pioneros que se lanzaron a la aventura de la crónica deportiva, en tiempos de precarias tecnologías, cuando estaba todo por inventar y cuando se debían hacer malabares para narrar los hechos que acontecían en un cuadrilátero, en una pista o en un rectángulo de juego.

4. EL PADRE DE LOS RELADORES DEPORTIVOS

Tito Martínez del Box fue un personaje absolutamente polifacético: actor, humorista, libretista, locutor, animador. Se inició en Radio Brusa como integrante de una orquesta de *jazz*. Se convirtió en el primer periodista que relató un partido de fútbol completo en Argentina: Sportivo Barracas vs. Estudiantil Porteño. Su principal éxito fue *Gran pensión el campeonato*, uno de los programas deportivos más populares de la historia, que nació en 1939 y se mantuvo trece temporadas consecutivas al aire. El formato, imitado hasta hoy, mezclaba la información, el humor y la polémica. Ya en el final de su carrera, del Box emigró y trabajó en Radio Caracas y en la televisión venezolana. No obstante, sus días de gloria quedaron emparentados para siempre con la radio.

5. EL ORIGEN DE DOS ESCUELAS O ESTILOS

Se llamaba Joaquín Carvallo Serantes, pero era más conocido por el seudónimo de Fioravanti. Trabajó en sus inicios en LT9 de Santa Fe y luego hizo escuela en Radio El Mundo y Radio Splendid. Dicen que su estilo era pulcro y formal, pausado, sin estridencias. Y se destacaba por el manejo de un lenguaje refinado, suave, flexible, florido. El gran locutor Antonio Carrizo evocó una vez: «Fioravanti toma el micrófono como si empuñara un guante de cabritilla». Eduardo *Lalo* Pelicciari se inició en Radio El Espectador, de Montevideo, pero saltó a la fama en Radio Rivadavia. Su estilo era más informal, espontáneo, campechano, desprejuiciado. Fioravanti y Pelicciari, lejos de competir, constituyeron en las décadas de 1940 y 1950, alternativas muy diferentes que los oyentes escogían según sus propias preferencias.

6. COMO SI ESTUVIERAS AHÍ

En 1948, la radio fue testigo privilegiada de un acontecimiento notable: la maratón de los Juegos Olímpicos de Londres, cuando el atleta argentino Delfo Cabrera se adjudicó la prueba casi sobre la línea de llegada, en el mítico Estadio Wembley. Significó una medalla dorada y, según cuenta la leyenda, uno de los relatos deportivos más emocionantes de la historia de la radio.

7. ¡COCHE A LA VISTA!

Existen sobrados motivos para considerar a Luis Elías Sojit entre los relatores deportivos más destacados en estos casi 100 años. Entre otros méritos, se lo considera el inventor de las transmisiones automovilísticas, en los tiempos en que el viejo y venerado Turismo de Carretera convocaba multitudes en jornadas épicas y caminos polvorientos. En ese contexto, sobre todo en los comienzos, transmitir por radio una carrera constituía una verdadera proeza técnica y un trabajo de riesgo. En el interior del país, particularmente en nuestra región, también encontramos periodistas pioneros que dejaron una huella imborrable, como Martín Bustamante, Enzo Volken, Ricardo Pallero y Raúl Ramis.

8. NOCHES DE LUNA

Los recordados duelos entre Gatica y Prada; las multitudes aclamando a Nicolino Locche, Pascual Pérez, Oscar Ringo Bonavena y Carlos Monzón; los relatos de Ulises Barrera y los comentarios de Horacio García Blanco; conforman un mapa sonoro que permite reconstruir el ADN cultural de varias generaciones de argentinos. Si hasta el escritor Julio Cortázar solía explicar que su pasión por «el noble deporte de los puños» nació cuando escuchó por primera vez (en una transmisión de radio) el nombre de Justo Suárez, *el Torito de Mataderos*.

9. HOMBRES Y MÁQUINAS

La época de oro de la radio coincidió con los años cumbres de la rivalidad entre Fangio y los hermanos Gálvez. Los Gálvez eran sinónimo de Ford. Humildes mecánicos de La Boca representaban a la gran ciudad: la elegancia en el vestir era uno de sus atributos («¡pitucos!», les decían con sorna sus adversarios). El *Chueco* de Balcarce, en cambio, tenía un aire más campechano y, hasta el momento de su partida a Europa, siempre corrió para Chevrolet. Fangio vs. Gálvez. Y en el medio, la radio. ¿Hace falta decir algo más?

10. ¿POR QUÉ LE HABRÁN PUESTO CABALLOS?

Hasta los años 50, las carreras de caballos fueron el mayor espectáculo deportivo de la Argentina. Esto era así porque, a diferencia de lo que sucedía en otras latitudes, en nuestro país las competencias hípicas despertaron el interés de los sectores populares. Y la radio se hizo eco, de muchas maneras. En 1925 aparece el tango «Leguisamo solo», con letra y música de Modesto Papavero. Inspirado en el famoso jockey uruguayo Irineo Leguisamo, fue estrenado ese mismo año por Tita Merello, aunque la versión que más se difundió por la radio es la que grabó poco después Carlos Gardel. Ya en los años 70, una recordada publicidad del licor de caña Legui se constituyó en otro coletazo del enorme suceso que tuvieron, juntos, el *turf* y la radio.

11. ¿ESCUCHARON BIEN?

Ocurrió el 30 de noviembre de 1952. Más de 100 000 almas enmudecieron en el Hipódromo de San Isidro. Y miles de corazones más se paralizaron a través de la radio. Fue algo insólito, terrible, impensado. Una dupla invencible y amada, mordía el polvo de la derrota. Yatasto («el caballo del pueblo peronista», un *crack* irrepetible que hasta entonces había perdido solo dos carreras) y su jinete, el maestro Leguisamo (el ídolo popular, el que ganó a lo largo de su trayectoria más de tres mil grandes premios) se debieron conformar con un amargo tercer puesto. La gente no lo podía creer. ¿Estaba el caballo en óptimas condiciones o se trató de un error del jinete? Las radios anunciaron la derrota, ante el asombro de la audiencia, como si se tratara de la invasión marciana relatada por Orson Welles o del triunfo imposible de los uruguayos, conocido como *el maracanazo*.

12. LA TARDE QUE MUCHOS ROMPIERON LA RADIO

Bernardino Veiga fue otro de los grandes relatores de fútbol que conoció nuestro país. Ganó popularidad por haber seguido durante décadas la campaña de Boca Juniors. Actualmente, el palco de periodistas de *La Bombonera* lleva su nombre. Los hinchas xeneises atesoraron durante años el recuerdo de un relato: el penal que Antonio Roma le atajó al brasileño Delém en 1962. Esa jugada le dio el campeonato al conjunto de *la ribera* y postergó las ilusiones de River Plate, cuya sequía de títulos alcanzaría a 18 años. Técnicamente hablando, el relato es considerado magistral, por la forma en que Veiga levanta su voz por encima del griterío de la multitud enardecida.

13. LA INFLUENCIA EN EL HABLA POPULAR

Durante décadas, la radio no fue solamente información, música, deportes y entretenimiento. Fue también un fenómeno social y cultural con múltiples derivaciones. Me acuerdo de que mi padre, por ejemplo, más de una vez para referirse a una persona de dudosa reputación en el comercio o los negocios, acostumbraba a decir: «Este tipo es más rápido que Emiliozzi». La frase nos recuerda que, en los años 60, tras la muerte

de Juan Gálvez y el eclipse de su hermano Oscar, los hermanos de Olavarría, Dante y Torcuato Emiliozzi asumieron el reinado del TC. Dante, el más veloz, llevó 42 veces al triunfo a su célebre *galera* Ford. La radio, por supuesto, corría detrás, sin perderse detalle.

14. Y UN DÍA LLEGÓ LA SPICA

En la década del 60, cuando Independiente, Racing y Estudiantes levantaron la Copa Libertadores, Radio Rivadavia de Buenos Aires, con los relatos de José María Muñoz, los comentarios de don Enzo Ardigó y la locución comercial de Jorge *Cacho* Fontana, alcanzó picos de audiencia imposibles de superar. Según mediciones de la época, el 85 % de las radios encendidas durante las transmisiones de fútbol, sintonizaban la voz de quien fue reconocido como «el relator de América».

15. HOMBRE AL AGUA

Si montar una transmisión deportiva supone siempre para la radio sobreponerse a dificultades logísticas y técnicas, el problema se complejiza aún más si se trata de una transmisión que debe hacerse sobre el agua. Esto viene a cuento de la Maratón Santa Fe-Coronda, considerada por los especialistas como «la competencia de natación de aguas abiertas más linda del mundo», solo comparable con la famosa Capri-Nápoles. Con relación a este evento la radiofonía santafesina registra dos grandes hitos. Uno lo marcó Carlos Larriera, nadador santafesino que fue el vencedor de la primera edición en 1961 y que después cubrió la competencia, innumerables veces, como periodista. El otro recuerdo es amargo y triste: en medio de una de las primeras transmisiones de la maratón, la embarcación que trasladaba a los periodistas de LT10 sufrió una descarga eléctrica y falleció al instante don Jaime Víctor Tepper. Uno de los estudios de la emisora hoy lleva su nombre, como un homenaje a aquellos pioneros y soñadores, que no midieron riesgos ni esfuerzos para expandir los horizontes y las posibilidades de la radio.

16. RELATOS SALVAJES

El relato de Osvaldo Caffarelli en el momento justo de la definición de la pelea entre Carlos Monzón y Nino Benvenuti en Roma, es uno de los relatos más electrizantes de la historia del boxeo en nuestro país. El santafesino oriundo de San Javier se consagraba campeón del mundo venciendo al monarca italiano, contra todos los pronósticos. Un joven Ricardo Porta y un experimentado Pedro Oscar Roteta fueron dos periodistas santafesinos que formaron parte de un pequeño grupo de compatriotas que esa noche fueron testigos de una de las hazañas más grandes e impensadas del deporte argentino.

17. ENCESTANDO, LA RADIO APRENDE

Las transmisiones de básquetbol merecen un párrafo aparte. El tema me trae gratos recuerdos de la infancia, cuando seguíamos con gran nerviosismo, a través de la radio, la disputa de los viejos campeonatos argentinos de básquet (como decían los relatores: «El más argentino de los campeonatos»). Grandes equipos como Capital Federal, Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, Tucumán y Santiago del Estero, se disputaban arduamente el título, año tras año. Los expertos en periodismo deportivo suelen decir que la tarea del relator de básquetbol es la mejor escuela, pues la dinámica del juego obliga al narrador a desarrollar destrezas como: la agilidad mental, la facilidad de palabra, la fluidez del léxico y el manejo de emociones de alto voltaje.

18. MUÑOZ VS. VÍCTOR HUGO. «PELIGRO DE GOL» VS. «TATATÁ»

El Gordo supo aprovechar el cambio de hábitos que significó la aparición de la radio portátil. Le demostró a la audiencia que su relato corría a la par de la pelota, o incluso delante de ella, anticipando lo que podía llegar a suceder. Las conexiones en cada estadio y la información al instante fueron otras de sus innovaciones. El uruguayo supo aprovechar el guiño del destino, aquel día inolvidable en el Estadio Azteca. Le demostró a la audiencia que su relato podía ser una pieza artística única, singular, a la altura de la obra de arte verdadera: el segundo gol de Maradona a los in-

gleses. Años después de ese momento cumbre, Víctor Hugo reconoció: «El relato de fútbol me presenta una contradicción muy grande. Amo las voces bien colocadas, los tonos y los silencios. Pero trabajo en algo que es alboroto puro, neurosis y grito pelado».

19. EL SOLITARIO (DETRÁS DEL VIDRIO)

La fauna del periodismo deportivo radial está conformada por distintas especies: relatores, comentaristas, vestuaristas, locutores, operadores, productores. Pero hay una figura que a veces resulta injustamente olvidada: el periodista de estudios centrales. Este personaje se asemeja al n.º 5 del fútbol o al pívot del básquet. Suele ser el alma de la transmisión, el bombero que, de manera solidaria, corre presuroso para asistir a un compañero, para cubrir un bache o salvar un imprevisto. Otras veces se luce con el dato curioso, la estadística certera o la información precisa. Tan esforzada y meritoria tarea, sin embargo, es castigada con el encierro eterno entre cuatro paredes, lejos del verde césped, las tardes de sol y el entusiasmo de las tribunas.

20. LA GUINDA

Hugo Trédici es locutor, periodista y melómano. Fanático de Los Gatos, Almendra, Pescado Rabioso y del club San Lorenzo de Almagro. En la década del ochenta, cuando la frecuencia modulada aún estaba en pañales en Santa Fe, fue el creador de un gran éxito radial: el programa *La guinda*, que se emitía los sábados en la vieja FM9. La propuesta tenía la particularidad de lograr una simbiosis perfecta entre dos públicos bien diferentes. Por un lado, los fanáticos del *rugby*, que podían informarse de los resultados de las ligas regionales y de la Unión Argentina. Y, por el otro, los amantes del rock, ansiosos por descubrir nuevas bandas. Para muchos de nosotros, muchachos del interior, fue la ventana que nos permitió asomarnos a un mundo nuevo, donde convivían los *trys*, *tackles*, *scrums*, con nombres de clubes raros como Alumni, San Isidro, San Cirano. Pero también sonaban en ese mítico programa de radio, bandas nuevas que mezclaban *rock*, *reggae*, *new wave*, *punk* y *ska*, entre ellas una estrambótica que era liderada por un tal Luca Prodan y un tal Roberto Pettinato.

21. EL DEPORTE Y LA RADIO: ¿Y AHORA QUÉ?

Hoy que el deporte está en todas partes, en todas las pantallas, las 24 horas, los 365 días del año, es oportuno preguntarnos sobre el futuro del periodismo deportivo en radio y sobre la «especificidad del campo». Me parece que dos factores pueden ser claves: la segmentación de la audiencia y la especialización. Las disciplinas más profesionalizadas y las grandes ligas, se llevan todas las luces. Será cuestión, entonces, de enfocar para otro lado: los deportes menos masivos, los campeonatos más modestos, las realidades del interior, las categorías inferiores. Por último, creo que el periodismo deportivo en general, y el radiofónico en particular, debería asumir el desafío de un abordaje más integral de la actualidad, para que nunca más el deporte sea testigo cómplice del horror o la cortina de humo que nos tape el bosque y nos cierre los ojos.

22. TIEMPO ADICIONADO

En la llamada época de oro de la radio, «cuando todo era nada y nada era el principio» (como diría Vox Dei), las primeras transmisiones deportivas, al igual que el radioteatro, enseñaron el camino y demostraron que la radio podía ser la pantalla más grande del mundo y el teatro más desorbitante para la imaginación. Lo fascinante es que esa magia de la radio aún persiste, por caso, cada vez que un aficionado al fútbol, frente a la pantalla, enciende el receptor buscando el relato vibrante y las emociones fuertes que solo puede brindarle la radio, y no la imagen fría, anodina y desnuda de la televisión.

23. BIBLIOGRAFÍA

- ALABARCES, Pablo; Roberto Di Giano y Julio Frydenberg (1998). *Deporte y sociedad*. Buenos Aires: EUDEBA.
- APO, Alejandro (2007). *Y el fútbol contó un cuento*. Buenos Aires: Alfaguara.
- ARNHEIM, Rudolf (1980). *Estética radiofónica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- BOSETTI, Oscar (1994). *Radiofonías*. Buenos Aires: Ediciones Colihue.
- BRECHT, Bertolt (1981). «Teoría de la radio». En Bassets, Lluís. *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

- CORTÁZAR, Julio (1995). *Confieso que he vivido y otras entrevistas*. Buenos Aires: LC Editor.
- CHEREP, Claudio (2000). *El pulpo*. Santa Fe: Centro de Publicaciones de la Universidad Nacional del Litoral.
- FABBRI, Alejandro (2006). *El nacimiento de una pasión. Historia de los clubes de fútbol*. Buenos Aires: Capital Intelectual Ediciones.
- FLEITAS, Víctor (2015). *Historias de aire: hacia una radio que sea fiesta de los sentidos*. Paraná: EDUNER.
- HAYE, Ricardo Miguel (1995). *Hacia una nueva radio*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- (2000). *La radio del siglo XXI*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- HORA, Roy (2014). *Historia del turf argentino*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- KAPLÚN, Mario (1978). *Producción de programas de radio*. Quito: CIESPAL.
- LEVATTI, Ariel (1992). «Hombres y máquinas: la historia del TC», en *Revista Nueva Entrevista*. n.º 4, p. 17. Santa Fe.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio (1997). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: AMARC.
- PORTUGAL, Mario y Héctor Yudchak (2008). *Hacer radio*. Buenos Aires: Galerna.
- RONCOLI, Daniel (2006). *Resaca de potrero y otros cantos al fútbol*. Buenos Aires: Ediciones del Jilguero.
- SACHERI, Eduardo (2009). *Los mejores cuentos de fútbol*. Buenos Aires: Galerna.
- ULANOVSKY, Carlos (2000). *Días de radio*. Buenos Aires: Espasa.
- VALDANO, Jorge (1995). *Cuentos de fútbol*. Selección y prólogo de Jorge Valdano. Madrid: Editorial Santillana.
- VANGELISTA, Sergio (1993). *Reportajes a 95 celebridades del deporte*. Buenos Aires: ERREPAR.
- VIOLA, Pablo (1999). *Los destacados del siglo XX: acontecimientos y protagonistas del deporte nacional e internacional*. Buenos Aires: Editorial Albatros.

DE DISEÑAR INTERPELACIONES A CONSTRUIR AUDIENCIAS APORTES DE LOS RECURSOS EXPRESIVOS, EL HUMOR Y LO BURLESCO

Enrique Santiago Martínez Luque

1. INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo abordaremos la cuestión del humor en el discurso radiofónico como dispositivo de interpelación y constitución de audiencias. Para abordar dicho objeto exploraremos tres enfoques que intentaremos que se presenten de manera concurrente a lo largo del trabajo. En primer lugar, posicionaremos conceptualmente la cuestión en el marco del abordaje del discurso radiofónico, sus recursos, límites y posibilidades. Desde allí, avanzaremos en pensar el hacer radiofónico y una posible analítica de este desde una concepción sociodiscursiva. En esa línea, sostenemos que toda producción radiofónica implica un trabajo discursivo, de construcción de figuras enunciativas en las cuales nuestras audiencias potenciales podrán reconocerse o no. En dicho plano, proponemos pensar la articulación de distintos estilos y recursos humorísticos como potente herramienta que permite perfilar con nitidez dichas imágenes discursivas de potencial identificación.

En segunda instancia, a modo ilustrativo, presentaremos algunos resultados pertinentes a la temática de este trabajo producto de una investigación propia en torno al discurso radiofónico de dos emisoras FM de la ciudad de Córdoba orientadas a franjas de sectores medios bajos y bajos. Estas emisoras apelan de manera regular y sistemática al humor como estrategia central de interpelación a sus audiencias. A través de la revisión de algunos de sus estilos y recursos humorísticos intentaremos dejar sentado la potencia de estos, así como abordar su sentido específico en

pos del desarrollo de un sistema interpelativo productivo en relación a las audiencias prefiguradas.

Por último, y sin ánimo de generalización, nos interesa repensar algunos aspectos de los procesos de enseñanza y aprendizaje del hacer radiofónico en vínculo con la cuestión del humor, desde una perspectiva sociodiscursiva.

2. DISCURSO Y LENGUAJE RADIOFÓNICO: UNA APROXIMACIÓN POSIBLE

Para este trabajo entenderemos al discurso radiofónico (Mata y Scarafia: 1993) como todo aquello que es emitido por una emisora, articulado alrededor de los elementos básicos del lenguaje propio del medio, es decir las palabras, la música, los efectos de sonido y la ausencia de cualquiera de estos elementos, el silencio. Todo aquello que es voluntaria o involuntariamente emitido, no solo se estructura en torno a la sucesión de sonidos y su ausencia, sino que también reconocemos que está constituido por una serie de regulaciones del ámbito social, cultural y discursivo general, por un lado, y propias del dispositivo tecnológico, por otro lado.

Este primer conjunto de regulaciones puede entenderse desde las concepciones de hegemonía y hegemonía discursiva que podemos referenciar en autores como Antonio Gramsci y Marc Angenot, respectivamente. El segundo conjunto de regulaciones, de manera distinta, puede ser vinculado a las posibilidades y límites de la radio como tecnología de comunicación. Desde este punto de vista, con Fernández (2004), marcamos que cada medio de comunicación se construye con ciertas potencialidades, pero también con determinadas restricciones para su posibilidad discursiva, es decir para articular ciertas materias significativas y no otras, en pos de construir expresión y comunicación. Como se hace evidente, no son equivalentes las posibilidades y restricciones discursivas y expresivas de la radio a las de, por ejemplo, la tv, la prensa u otros medios. Las potencialidades de albergar cierto tipo de recursos discursivos, y no otros, limitan, en esta línea, de manera fundamental los sistemas de interpelación de cada medio específico.

En este marco conceptual general, entenderemos que el discurso radiofónico se caracteriza por dos grandes aspectos.

En primer lugar, se diferencia nítidamente de otros lenguajes mediáticos por su característica de instantaneidad y fugacidad. Vinculada especialmente a sus condiciones tecnológicas actuales de producción, al mismo tiempo que se emite es posible receptor el discurso radiofónico. Así, la toma directa, sin mediaciones, es el efecto tecnológico que ha posibilitado un verdadero salto cuali-cuantitativo de igualación de temporalidades entre las esferas de la producción y la recepción, sin el cual no podría existir lo que se conoce como «comunicación de masas» (Fernández, 2004: 14). Se puede hablar, así, del tiempo simultáneo de la radio.

Como sabemos, esta característica tecnológica-discursiva avala una gran versatilidad y adaptabilidad que define el medio y su posibilidad expresiva, con particular acento desde la década de los sesenta, etapa en la que se hicieron necesarias transformaciones adaptativas en relación con la tv. El aparato ya no podía convocar a ser oído, sino que más bien se adaptaba al oyente rigiéndose por la cotidianeidad de estos y definiéndose como acompañante y servidor (Mata, 1996). La ductilidad del medio, que ante eventos o demandas inesperadas rápidamente puede dar cuenta de estos abrazándose a los desafíos que la cotidianeidad de la ciudad y de sus audiencias le plantea, se convirtió en su principal fortaleza. Desde allí progresivamente la radio se insertó natural e inadvertidamente en los entornos de la vida cotidiana para convertirse en un miembro más del hogar. La omnipresencia del medio en las rutinas cotidianas llevó a un claro proceso de naturalización de su discurso, existencia y consumo.

Ahora bien, dicha condición de instantaneidad, acentuada por sus condiciones actuales de circulación y recepción, implica al propio tiempo la fugacidad de lo emitido. En ese sentido, no hay soporte accesible para lo expresado radiofónicamente más que la propia memoria y atención de los receptores, por lo que difícilmente se puede revisar, volver a acceder a lo emitido. Esta condición se profundiza articulada con el uso social dominante del medio, construido en torno a la flexibilidad de los soportes de consumo, la unisensorialidad que el medio demanda (Fernández, 2004; Vitoria, 1998) y su inserción en variadas rutinas cotidianas que –en general– no remiten a una atención exclusiva a la radio. La necesaria redundancia y relativa pobreza expresiva del discurso radiofónico actual intentan responder al desafío que crea la fugacidad.

En segundo lugar, el discurso radiofónico se compone con una serie limitada, aunque con diversas articulaciones posibles, de recursos que puede contener. Los elementos que lo constituyen, a partir de los cuales desarrolla sus posibilidades expresivas son, como hemos dicho, las palabras, la música, los efectos sonoros y el silencio. Si se nos permite la obviedad, se trata de un discurso solo basado en el sonido, que requiere de un único y particular sentido.

De modo particular, la música ocupa históricamente un lugar de relevancia en el discurso radiofónico. Justamente vinculado de manera específica a la movilización de lo emotivo, al acompañamiento de la palabra y a establecer ritmos del discurso, la radio buscó articular la música como un elemento central desde sus iniciales transmisiones. Como complemento o como contenido principal,⁴⁸ lo musical radiofónico motiva, ambienta y, más modernamente, construye separaciones entre los segmentos de los ciclos radiofónicos. En todos los casos la música es el eje vertebrador del discurso radiofónico actual.

En otro plano, a partir de la fuerte injerencia de las discográficas internacionales desarrollada durante la década de los sesenta, así como por la irrupción de la TV, la competencia entre las distintas emisoras de un mismo espacio o escenario radiofónico comenzó a construirse en base a la diferenciación y la distinción desde la oferta. El elemento protagonista y central de articulación de dichas operaciones distintivas fue, casi exclusivamente, la música. Desde entonces, la música ha sido claramente analizada como un elemento fuertemente movilizador, en el marco de ofertas más amplias, de procesos de identificación y reconocimiento (Barbero, 1987: 186; Ulloa, 1991) de determinados sectores sociales en las propuestas mediáticas. De este modo, este elemento del discurso radiofónico ha sido comprendido como espacio de distinciones y exclusiones identitarias.

A partir de sus investigaciones sobre los modos históricos de constitución de públicos de radio de nuestra ciudad, Mata ha marcado que la música se constituyó en la materia fundamental con que se moldearon y

48. Vitoria señala que la música puede ser utilizada como fondo sonoro; contraste de lo indicado por la palabra; apoyo y subrayado de títulos de programas; ambientación geográfica, social, histórica; y como evocación de situaciones de sucesos y situaciones (1998: 77).

propusieron las discriminaciones sociales entre las emisoras populares y no populares (Mata, 1996).

Por otra parte, con menor presencia en la actualidad, nos encontramos con los efectos de sonido y el silencio como elementos constitutivos del discurso radiofónico. Si bien el primero de estos elementos cumplió una función central en la época de oro de la radio, a través de su protagonismo en los radioteatros, narraciones y representaciones de distinto tipo, en la actualidad tendencialmente tiene una presencia marginal y eminentemente complementaria de los elementos centrales mencionados. De todos modos, en general, se acuerda en que sus funciones son las de ambientación y de ilustración de determinadas ideas y situaciones que se intentan transmitir.

Por su lado, el silencio también se presenta en la radio actual con un lugar menor y complementario. En esa línea, ante propuestas radiofónicas que priorizan un cierto barroquismo expresivo, este elemento carga el estigma de que su presencia es asimilable al error en la puesta en el aire –*baches* en el lenguaje profesional del medio– o a la ausencia de ideas del locutor.

Por el contrario, ya sea para acentuar ideas, remarcar sensaciones de duda o reticencia, para establecer el momento de un diálogo imaginario con los oyentes, de reflexión por parte del conductor o para usos de tipo poéticos,⁴⁹ el silencio es un elemento potencialmente fructífero para la retórica radiofónica. De todos modos, solo en algunas pocas propuestas el silencio es utilizado en toda su dimensión expresiva.

Por último, la palabra se muestra de manera conjunta con la música como el otro elemento protagonista del discurso radiofónico, tanto históricamente como en la actualidad. Así, tendiendo puentes con las tradiciones orales de amplias franjas sociales, pero también con la más cotidiana forma de comunicación como es el habla, la palabra radiofónica vehiculiza relatos, historias y hechos de la realidad circundante y lejana. De modo especial, desde sus inicios, la mediación radiofónica permitió romper las barreras espaciales y geográficas, y escuchar las voces de personajes públicos, de líderes políticos, de artistas aclamados, de deportistas. Escuchar estas palabras era construir representación en ese lugar, en ese ámbito.

49. Se lo puede utilizar como elemento de zeugma o de asyndeton (Vitoria; 1998: 94).

Posteriormente, y hasta la actualidad, la posibilidad de registrar la palabra de protagonistas, testigos, analistas de sucesos de distinto orden también habilita a la radio a romper con la barrera temporal. Mediante la articulación de esas palabras repone los hechos.

No obstante, el lenguaje hablado desde lo radiofónico no solo repone temporalidades y espacialidades, sino que, a través de la reposición de la oralidad cotidiana, encuentra su fortaleza en las posibilidades de movilizar, convencer, persuadir y generar emociones y reacciones.

2.1. DISCURSO Y ESTILOS RADIOFÓNICOS

En este punto, nos interesa subrayar una noción conceptual que articula los elementos mencionados y se muestra como parte del discurso del medio. Nos referimos al estilo radiofónico o los modos particulares de hacer radio por parte de los conductores. Este elemento ha sido verificado como un aspecto central a través del cual se articula la relación entre los conductores radiofónicos, los programas y las audiencias porque, en definitiva, en la radio moderna, se escuchan tipos de ciclos, géneros, pero en fuerte vinculación con estos modos específicos de hacer radio (Mata, 1993: 48). Por ello, a partir del estilo de los conductores, las emisoras buscan lograr adhesión por parte de los públicos a sus propuestas discursivas.

En particular, desde el punto de vista de la producción discursiva, nos interesa definir el estilo radiofónico como un modo específico de hacer radio, basado en la selección y combinación particular de los distintos recursos léxicos, fraseológicos, gramaticales de la lengua, en general (Bajtin, 1992: 248), y de los elementos del lenguaje radiofónico, en particular. De esta manera, atañe a los modos de producción y organización del discurso radiofónico, por un lado, y a los modos de interacción propuestos con las audiencias, por otro lado. Desde allí, junto con los géneros, que no revisaremos en este trabajo, construye los sistemas de previsibilidad, necesarios para una renovación cotidiana del vínculo entre radios y audiencias.

En este marco, el lugar que en cada propuesta ocupa la dimensión expresiva se vuelve reconocible para las audiencias en función de la nitidez o ambigüedad de determinados estilos radiofónicos. Así, en la radio

actual nos encontramos, con estilos más serios/informativos en los que lo expresivo se encuentra desplazado hacia otras figuras de enunciación, como las locutoras, por ejemplo; y aquellos estilos más descontracturados, de entretenimiento en los que lo expresivo ocupa un lugar central y explica gran parte de los mismos.

3. SOBRE LOS RECURSOS EXPRESIVOS Y HUMORÍSTICOS DE LA RADIO

Junto con Omar Rincón entendemos que la radio puede ser considerada, en potencia y siempre que así lo planteemos, como «un medio caliente». Y, si bien las formas de la radio nunca se han mantenido estables, dando lugar a deslizamientos y transformaciones, partimos de la idea de que la radio es un medio existencial «porque hace actuar la cultura oral, que dice que somos en la medida en que contamos la vida [...] que nos produce diálogo, que nos da el derecho a la palabra propia» y porque «comunica desde el humor y la ironía propias de la conversación de café» (Rincón, 2006: 67). En definitiva, porque tiene la potencialidad de dar cuenta y movilizar las múltiples dimensiones de la expresividad, desde la naturalidad de lo cotidiano. Ahora bien, para que ello sea posible, la radio, especialmente en algunas de sus vertientes y modelos narrativos, abraza la expresividad humana y la potencia para ser el medio propio de amplias mayorías: se asienta en el tono y compás de cada personaje y protagonista singular; en la emotividad manifiesta; en las temáticas íntimas; en la música que moviliza nuestros cuerpos; en la risa y el humor.

En este marco, y con el objetivo de ilustrar la potencia de lo expresivo y en particular del humor en radio, nos interesa desarrollar aquí una brevísima presentación de algunos resultados pertinentes al tema que nos ocupa, fruto de la investigación correspondiente a nuestro trabajo de campo para optar por el grado de magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea.

3.1. LO EXPRESIVO Y EL HUMOR EN LAS RADIOS ORIENTADAS A SECTORES POPULARES CORDOBESES: LOS CASOS DE FM SUQUÍA Y FM POPULAR⁵⁰

A partir de las concepciones del discurso presentadas en nuestra tesis de maestría (Martínez Luque, 2015) y retomadas en este trabajo, planteamos distintos aspectos de lo expresivo en radio entre los que se encontraban: a) recursos lingüísticos (habla coloquial, habla popular y lenguaje concreto); b) expresiones de emotividad hacia los destinatarios; c) recursos específicamente radiofónicos orientados a generar emociones o a remarcar aspectos expresivos (sonidos preeditados—voces, chistes, efectos de sonidos—; imitación de sonidos en vivo; cortinas musicales con sentido específico; canto o tarareo de las y los conductores; aplausos y silbidos en vivo; sonidos en vivo producidos con otros elementos como instrumentos musicales, cornetas o megáfonos) y, finalmente, d) recursos humorísticos.

Para este último aspecto, en el que nos centraremos a partir de este punto con mayor detalle, siguiendo a la estudiosa del humor Ana Beatriz Flores (2010), propusimos una clasificación inicial de los distintos recursos humorísticos entre los que se contaban: a) los chistes; b) la burla o lo burlesco; c) el doble sentido; d) la farsa; y e) el absurdo, entre otros recursos posibles.

50. Radio Popular y Suquía son producto del surgimiento extendido de las FM que se da desde principios de la década de los noventa en la ciudad de Córdoba, así como de las lógicas comerciales y la tendencia a la concentración mediática y empresarial que ya podían verificarse en el escenario de radios. Ambas radios surgen como parte de proyectos empresariales y comerciales más amplios, vinculados al mundo de los medios de la ciudad y a la producción industrial de espectáculos de cuarteto.

A diferencia de otras radios, lograron encontrar de manera particular un espacio propio de interpelación y de constitución de públicos de sectores populares de la ciudad a la par de modos de sustentabilidad económica y reproducción institucional. Además, tanto la Popular como la Suquía se introdujeron entre los grandes protagonistas de la radio de Córdoba y alcanzaron altos niveles de audiencia, relativamente estables en el tiempo.

A modo de síntesis, podemos señalar que estas emisoras construyen sus propuestas centradas en los modos marcadamente expresivos de sus conductores, la fuerte presencia del humor y la apelación a la alegría y la diversión permanente, estructurada en base a un ritmo radiofónico constante. El mismo es sustentado fundamentalmente por lo musical, que se constituye en el eje organizador de estas programaciones, desde donde se difunde, centralmente, música de cuarteto de producción local, ritmos centroamericanos y caribeños como el *reggaetón*, la salsa y la cumbia.

Esta propuesta de clasificación será revisada con mayor detalle hacia el final del presente trabajo.

3.2. EL HUMOR COMO ESTRATEGIA CENTRAL DE SEDUCCIÓN DE LA AUDIENCIA

El humor es un rasgo de enorme relevancia en la construcción específica de las propuestas radiofónicas de las emisoras con las que trabajamos en nuestra investigación. En particular, el uso de este tipo de recursos prevé la configuración nítida de los enunciadores en tanto figuras individuales siendo también central en la configuración de las estrategias de seducción e interpelación de estas propuestas. En esa línea, desde la articulación de una gama diversificada o relativamente acotada de recursos, cada conductor/a pone en juego distintos tipos de elementos humorísticos a través de los cuales logran inscribirse dentro de los rasgos dominantes de estos discursos, al tiempo que se recortan de manera diferenciada.

En este marco, el chiste y la broma adquieren una importante presencia, con especial fuerza en los ciclos centrales de ambas emisoras, como forma predominante de humor. A partir de distintos tipos de manifestaciones y alrededor de diversos temas, los enunciadores dibujan sus diferencias desde los modos en que los producen.

A lo largo de ambas propuestas, aunque con mayor variedad e intensidad en Radio Popular, esta forma de humor está presente transversalmente y funciona como aspecto definitorio de la imagen de cada enunciador. Por ello, forma parte central de sus estilos radiofónicos singulares, de sus particulares modos de hacer radio.

Ante mensaje de oyente que dice escuchar el programa «a los saltos» por cuestiones de trabajo: «¿Qué? ¿Dónde trabajas? ¿En un pelotero? Ja, ja, ja»
(*Para todos*. Radio Popular. 26-4-2010)

Por otra parte, dentro de lo humorístico, destaca también lo burlesco como aspecto de suma importancia. En esa línea, si bien adquiere especial presencia en determinados ciclos, la burla es parte central del estilo humorístico de los enunciadores más importantes de estas emisoras.

La presencia de esta forma de humor, una de las más primitivas y populares (Flores *et al.* 2010:20-22), se puede reconstruir a partir de las

chanzas, burlas o la puesta en ridículo del otro –coconductores, operadores técnicos, oyentes– y está relacionada con situaciones, temas o noticias tratados en los programas –especialmente los deportivos– o movilizada por mensajes leídos en vivo.

Pero también, siguiendo a Flores *et al.* (2010), hemos reconstruido la incidencia de lo burlesco desde las operaciones discursivas que incorporan elementos de la parodia como la imitación, la caricatura o la construcción de personajes estereotipados orientados a la ridiculización. Entre otras que revisaremos más adelante, se han podido relevar imitaciones ridiculizantes de personajes de la política, los medios locales y del mundo industrial del cuarteto.

En todos los casos, al igual que sucede con el chiste, las posibilidades y manifestaciones que adquiere lo burlesco van dibujando marcadamente las particularidades de cada sujeto enunciador, tanto en su costado expresivo como en los límites temáticos y morales que está dispuesto a respetar.

En esa línea, el modo en que el conductor Héctor Ciabattoni –*Para todos*, Radio Popular– articula un amplio arco de recursos expresivos humorísticos, dentro de los cuales destaca el chiste y lo burlesco, es especialmente ilustrativo. Particularmente este locutor, quizás el más dúctil y ágil en el manejo del humor, logra conjugar de manera eficiente diversas propuestas cómicas explotando las específicas características de la discursividad radiofónica en pos de constituir en una propuesta claramente diferenciada y atractiva. Así, desarrolla un ciclo en base a los recursos humorísticos mencionados, pero también incorpora de manera permanente aspectos de la farsa, a través de dramatizaciones humorísticas espontáneas sobre diversas situaciones –que muestran reminiscencias del radioteatro–, expresiones que articulan fuertes rasgos de la ironía, el doble sentido e incluso el uso del absurdo.

CIABATTONI: ¿Nos van a dar una manito en la última fecha?

PRATO: ¿La última fecha?

CIABATTONI: Sí. Dénnos una manito.

PRATO: Pero si a ustedes no les alcanza.

CIABATTONI: ¿Qué sabes de qué estoy hablando yo?

PRATO: No sé...

CIABATTONI: Y bue... entonces que...

PRATO: ¿Y vos qué sabes de lo que estoy hablando yo?

CIABATTONI: Pero si yo te hice una pregunta a vos...

PRATO: Y bueno decime de qué me preguntas.

CIABATTONI: Y por eso me sonó raro que no tiene nada que ver la respuesta.

No sé de qué está hablando usted.

PRATO: Si vos dijiste «nos van a dar una manito».

CIABATTONI: Sí, pero...

PRATO: Se refiere a usted y a algunos otros allegados tuyos.

CIABATTONI: Sí, ¿pero a quién?

PRATO: ¿Qué me preguntas vos?

CIABATTONI: Y bueno ¿entonces porque no me decís qué me preguntas primero? Ahora no te pregunto nada.

(Para todos. Radio Popular. 26-4-2010)

Pocos temas parecen merecer el respeto de la barbarie humorística de Ciabattoni: el fútbol, el alcoholismo de reconocidos personajes mediáticos, las prestaciones de servicios públicos provinciales y el papel de importantes gremios locales, el estado de las calles y paseos de la ciudad o los problemas –delicados o triviales– de los oyentes. Estas amplias y diversificadas posibilidades humorísticas y temáticas lo definen de manera clara.

CIABATTONI: Prato, vamos a hacer un programa que se llame tome y traiga.

¡Metemos un trago y seguimos con el programa! Auspicia Fernet Branca...

¡ohhh, que programón! ¿No?

PRATO: ¿Y el primer invitado del programa?

CIABATTONI: El *Burrito* Ortega, jajaja.

(Para todos. Radio Popular. 26-4-2010)

Desde este enunciador, pero como lógica general de estas propuestas, todo parece poder ser procesado a través del humor porque, en definitiva, este aspecto opera como espacio de encuentro entre enunciadores y destinatarios.

Por otra parte, también está presente la típica *gastada cordobesa*, como suele expresar el habla popular, especialmente como recurso de los enunciadores masculinos, aunque globalmente no adquiera gran relevancia, se desarrolla por medio de formas humorísticas tales que no admiten que

el otro se enoje y, por lo tanto, sin poner en riesgo la relación (Blázquez, 2010). Las *gastadas* que reconocemos en estos discursos se desarrollan fundamentalmente desde los oyentes hacia los conductores, pero, en muchas ocasiones, también encuentran ecos de respuestas de estos. Dicha receptividad sostiene las relaciones de reciprocidad y cercanía que desde la enunciación se proponen con el destinatario.

Mensaje de oyente reproducido en vivo: «¿Qué haces Winnie Pooh de barro? Dejate de *jode'* con Talleres, ¡son todos unos perros!». (A *todo volumen*. Radio Suquía. 29-06-2011)

En este caso la *gastada* se estructura en torno a las características físicas que se le atribuyen al conductor: excedido de peso y de tez morena.

Según Blázquez, en Córdoba, y especialmente para las distintas franjas de los sectores populares, aquellos que no aceptan ser *gastados* se proyectan poseedores de un capital simbólico mayor del que su interlocutor está dispuesto a reconocerle. Por ello, el que no respeta las dinámicas de la *gastada* no reconoce al otro como su igual o es caracterizado como un agrandado o carteludo (Blázquez, 2010: 307). Así, este aspecto se muestra como parte de un mecanismo, de específica operatividad, de reproducción de un tipo de vínculo e intercambio de equiparación simbólica y, de manera fundamental, es marca de pertenencia a una(s) comunidad(es) que reconocen estas modalidades de interacción burlesca como válida para sus relaciones comunicativas y fundantes de su sociabilidad.

3.3. LA IMPORTANCIA DE LO BURLESCO: PERSONAJES, MÁSCARAS E INTERPELACIONES. *POPULARCITO*

En el desarrollo de nuestro trabajo (Martínez Luque, 2015) prestamos especial atención a un personaje denominado Popularcito, presente en el ciclo *Para Todos* de Radio Popular. Se trata de una personificación que es interpretada en vivo por el conductor del programa, a través de un dispositivo tecnológico que le deforma la voz.

Como se podrá imaginar a partir de su designación, la identidad que se le atribuye a esta figura está pretendidamente vinculada a los sectores populares locales. En ese sentido, el desarrollo de *Popularcito* se configura a partir de una serie de equiparaciones, estereotipadas y hasta ridi-

culizantes, con estas franjas de población: se articulan exageradamente elementos del sociolecto de estos actores, se enuncian continuamente groserías de difícil digestión, como las de orden sexual y se lo presenta, dentro de los sujetos parte de la propuesta, como aquel que vive de manera más irracional el fútbol. Al mismo tiempo, y de manera fundamental, alrededor de *Popularcito* se construye un espacio especialmente receptivo y productor de burlas y gastadas con los oyentes. Se conforma, desde allí, como uno de los puntos de condensación de prácticas discursivas cómicas desjerarquizantes.

Mensaje atribuido a oyente: En la casa de la mamá de *Popularcito* hay un montón de hombres. ¿Que estarán haciendo con esa turra?

CIABATTONI: Hay un montón de hombres en tu casa, *Popularcito*, ¿qué pasó?

POPULARCITO: Eh... mi vieja, mi vieja, mi vieja, mi vieja, mi vieja, mi vieja, mi viejaaaa (canta melodía de serie televisiva Bonanza). Ciabattoni: ¿Y qué pasa con tu vieja?

POPULARCITO: Nada, tiene muchos amigos hombres.

(*Para todos*. Radio Popular. 27-4-2010).

POPULARCITO: Che, decile que no hable con la boca *iena*. ¿Qué e' lo que tiene en la boca Gastón Reartes?

(*Para todos*. Radio Popular. 1-5-2010)

Gastón Reartes es el operador radiofónico del programa. En este caso se juega con el doble sentido, entre lo sexual y la situación explícita de almuerzo en la radio.

De modo general, este personaje otorga una base de sustento para el aspecto humorístico y expresivo de la propuesta y brinda mayor variedad de recursos de este tipo. Por otra parte, permite constituir una interlocución trazada por la reivindicada calidad popular y plebeya de *Popularcito*.

En este marco, observamos que, a partir de su carácter burlesco y, en cierta medida, grotesco, *Popularcito* se muestra como una reveladora figura de identificación con lo que se dibuja como los sujetos populares cordobeses. A través de esta suerte de representación prototípica, altamente expresiva, pero no por ello menos efectiva de estos sectores, se pone en

funcionamiento lo que denominamos «dispositivo de homologación» (Mata y Scaraffa, 1993: 96). *Popularcito* pretende condensar modos de sociabilidad, de expresión, de comunicación y de interlocución que, si bien se presentan exagerada y simplificada, adquieren su fuerza en la visibilidad y validación mediática de parte de los modos expresivos de los sectores populares locales. Es decir, que se trata de un dispositivo discursivo que recupera estos modos de ser y expresarse como aspectos positivos de identificación y, desde allí, reniega de las voces prejuiciosas y condenatorias, propias de la Córdoba conservadora, que permanentemente juzgan negativamente a estos sectores.

3.4. LA FIGURA DEL OPERADOR O CÓMO ESCAPAR AL SILENCIO DE LA TÉCNICA

En segunda instancia, y en continuidad con lo anterior, quisiéramos recuperar la figura del operador radiofónico que, con algunas funciones similares, como el enriquecimiento del discurso radiofónico desde el humor, ocupa un espacio de relevancia en los discursos de las dos emisoras con las que hemos trabajado.

Con especial presencia en algunos ciclos, como los programas matutinos y vespertinos más importantes, la función circunscripta a la gestión técnica del discurso radiofónico abre paso a la emergencia de un enunciador que se consolida de manera singular explotando el repertorio de materias expresivas que este medio ofrece: sonidos, voces, expresiones y palabras de otros registradas y disparadas para su reproducción, cortinas específicas y efectos especiales. Todo parece valer como recurso para construir una posición de enunciación en el marco de un discurso que no solo no permite los silencios, sino que se funda en la densidad sonora muchas veces superpuesta, desordenada y excesiva.

El operador que dibuja su personaje desde las máscaras que construye con las voces de otros, desde sonidos que él mismo crea al recortarlos de conjuntos más amplios, adquiere entidad por su nombre o apodo particular. Así, desde ese borde, entre lo ajeno y lo propio, se pronuncia la palabra de esta figura que se erige en los límites del discurso emitido. Su personalidad se completa con una explícita adscripción a equipos del fútbol local y nacional y, en algunos casos también, por su gusto por determinadas bandas o solistas de cuarteto. Este movimiento de explicitación

de caracteres singulares que le son propios, lo incorporan en entidades comunes con otros, como locutores y oyentes. A partir de esto queda expuesto y pasa a formar parte del juego. Su posición en el contrato comunicativo propuesto lo permite y lo promueve, es promotor y objeto pasible de recursos humorísticos, de bromas y *gastadas*.

Desde esa posición de enunciación, que necesariamente implica un enunciador sin voz propia o con una de tipo acallada, se pronuncian los aspectos de corte eminentemente humorísticos y sin aparentes reglas más que el respeto por la fluidez, el ritmo de los ciclos y el carácter animado de sus intervenciones. Su presencia desordenada y muchas veces disruptiva, sus máscaras, sus burlas –todos elementos que no podemos dejar de vincular a estilos cómicos y ejes expresivos populares (Barbero, 1987; Bajtin, 1992)– proponen una figura que espera y, en cierta medida, respeta el espacio del conductor, pero que también invade, cuestiona desde el humor y escapa del silencio al que su sitio tecnológico, así como la ausencia de palabra, parece destinarlo. También es cierto que acompaña, asiente y traza miradas imaginarias cómplices mediante la introducción de silencios absolutos, de tipo picarescos.

En cualquier caso, y de modo más general, aquello que nos interesa subrayar es la importancia de las figuras de *Popularcito* y el operador radiofónico como puentes específicos de identificación con los sectores populares de la ciudad en tanto públicos de estas propuestas. En esa línea, a través de sus estilos interlocutivos burlescos, desordenados y atropellados, de las temáticas sobre las cuales intervienen, así como en la operatividad de las máscaras –como marca de las ambigüedades y los conflictos identitarios– se construyen nítidos dispositivos de homologación entre estos verdaderos otros enunciadores y los delineados sujetos populares cordobeses.

En este marco, como podemos observar, las diversas formas de humor revisadas –muy sucintamente– buscan enriquecer el discurso radiofónico y construir un campo fértil de establecimiento de relaciones próximas y de identificación entre enunciadores y destinatarios. Pero también, de modo más amplio, resultan operativas en proponer y construir un modo de vivencia, asimilación y procesamiento de los distintos temas que se suceden en una sociedad compleja y conflictiva como la cordobesa.

3.5. HACIA UNA CLASIFICACIÓN POSIBLE DE LOS RECURSOS HUMORÍSTICOS EN RADIO

Como toda clasificación, la misma siempre es injusta y, en cierto grado, ficticia. Sin embargo, a los fines expositivos, así como de una posible propuesta pedagógica, este tipo de ordenamientos logra cierta utilidad.

En función de lo expuesto, así como de aquellos aspectos que se encuentran más ampliamente desarrollados en nuestro trabajo (Martínez Luque, 2015) proponemos pensar los recursos humorísticos en radio desde las siguientes categorías:

1. Chistes o bromas: entendemos al chiste como una pequeña manifestación de carácter verbal que pretende suscitar la risa y que suele expresarse en prosa. Puede hacer referencia a acontecimientos y preocupaciones de la vida cotidiana, a algún contratiempo o incongruencia llamativa para un grupo de personas. Suele ser productivo si dialoga con aquello que la cultura de una sociedad entiende por divertido (Flores, 2009: 35).

En radio siempre depende de la capacidad de repentización de los participantes del ciclo ante cualquier vicisitud del desarrollo del programa; de situaciones humorísticas que se construyen en diálogo entre coconductores, aunque también puede tratarse de reelaboraciones de mensajes atribuidos a oyentes o contenidos previamente producidos.

2. Burla/burlesco: se trata de una de las formas más primitivas y populares del humor (Flores *et al.*, 2010). Puede vincularse con chanzas, burlas o la puesta en ridículo del otro –coconductores, operadores técnicos, oyentes– relacionada con situaciones, temas o noticias tratados en los programas. En la radio actual suele tener lugar en vínculo con temáticas deportivas o movilizadas por mensajes leídos en vivo.

Pero también, lo burlesco puede ser reconstruido en operaciones discursivas que incorporan elementos de la parodia como la imitación, la caricatura o la construcción de personajes estereotipados orientados a la ridiculización de sujetos públicos o de sectores sociales determinados. En la radio actual, se pueden relevar imitaciones ridiculizantes de personajes de la política, los medios locales, pero también de sectores sociales específicos como *los chetos* o *los negros*.

3. Gastadas: dentro del orden de lo burlesco entendemos a esta forma de humor como aquella que se basa en la degradación de alguien –ridicu-

lización– en el marco de una relación de cercanía y confianza. Se desarrolla por medio de formas humorísticas tales que no admitan que el otro se enoje y, por lo tanto, sin poner en riesgo la relación (Blázquez, 2010). Desde esta perspectiva la *gastada* es una operación discursiva humorística, como otras formas cómicas, que se basa en la equiparación e igualación entre los protagonistas: los enunciadores se configuran como sujetos involucrados en esos tipos de intercambio con sus destinatarios en igualdad de condiciones. En esta línea, su presencia está vinculada a reproducir la relación desde una ruptura de las jerarquías, prácticamente sin lugar para las mismas.

La *gastada* acerca a nuestras audiencias, las sitúa en un lugar activo y productivo, así como las equipara con los enunciadores, pero solo puede ser productiva si existen y se proponen relaciones de reciprocidad y cercanía desde la enunciación con los destinatarios.

4. Farsa: en su acepción moderna esta forma de humor se vincula con una breve composición tipo teatral con intención cómica. El humor y la risa son fruto de la articulación de una serie de recursos clásicos en la historia de la farsa: bufonadas y situaciones hilarantes, máscaras grotescas, payasadas, entre otros (Flores *et al.*, 2010: 64).
5. Absurdo: este recurso resulta humorístico por ser una suerte de presentación del sin sentido. Son formulaciones que carecen de intriga y orden lógico. Suelen presentarse como exponente de la dificultad de la comunicación humana centrada en gran medida en los malentendidos (Flores *et al.*, 2010).
6. Doble sentido: este recurso se vincula con el uso de frases o disparos cómicos –que, a su vez, pueden apelar a otros tipos de elementos como cortinas musicales o efectos de sonido– que pueden ser entendidos de dos maneras. Usualmente esta forma de humor juega con la ambigüedad en torno a temáticas sexuales, sociales o políticas. El doble sentido permite abordar temas tabúes sobre los cuales se propone un guiño a las audiencias, sin romper abierta o frontalmente los códigos de comportamiento social.

4. A MODO DE CIERRE: REPENSAR LAS PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS Y EL LUGAR DEL HUMOR

A la luz del presente recorrido quisiera marcar algunas cuestiones de orden pedagógico. Y es que muchas veces como docente de lenguaje y producción radiofónica cuestiono mi práctica; me conflictúa el modo en que, entiendo, estamos enseñando a la radio.

Como es obvio, mi propia experiencia no puede resultar generalizable a todos los trayectos personales y espacios institucionales de enseñanza/aprendizaje. Sin embargo, durante mis años de estudiante, profesional de la comunicación radiofónica –incluso dentro de la radio de nuestra facultad–, adscripto de cátedras y docente, he ido reconstruyendo algunas certezas, sobre el modo predominante en que enseñamos radio, que me gustaría compartir.

En esta línea, entiendo que, en muchos espacios y cátedras, enseñamos radio con base a un ideal del medio que prácticamente se encuentra inoperante o muy poco presente en la realidad y que implica, al menos, los siguientes aspectos:

- a) Un tipo de radio legítima: si bien entendemos que el medio es complejo y múltiple, notamos que desde un sinnúmero de espacios académicos enseñamos a producir con un acento fuerte en la radio como un hecho, predominantemente, artístico que muchas veces queda lejos de la realidad y rutinas cotidianas de los productores y de las audiencias.
- b) Estilos discursivos legítimos: en línea con lo anterior en nuestras prácticas docentes tendemos a valorar, legitimar y enseñar determinados estilos radiofónicos cuidados, nítidos, prolijos, que eludan el barroquismo expresivo; estilos que prediseñan una audiencia contemplativa, cuyo interés y práctica posible es escucharnos; estilos donde lo más importante es quien produce: la o el artista radiofónico.
- c) Recursos expresivos jerárquicamente organizados: desde esta mirada la palabra y la música se constituyen en elementos privilegiados mientras que el silencio, los efectos y el ruido logran meros lugares de complementación, de realce de aquellos aspectos privilegiados en sus formas indemnes, acabadas, completas; sin interrupciones, sin sobreescrituras sonoras.

d) Una radio centrada en el hacer productivo desplazando la realización con el otro: enseñamos a hacer radio, a escribir, a producir formatos artísticos e informativos, pero pocas veces tiene presencia la audiencia, de manera profunda, como aspecto ineludible de nuestras producciones. Nuestras decisiones nos conducen a priorizar pedagógica y didácticamente la producción discursiva propia, la calidad, la pertinencia y adecuación técnica del lenguaje del medio antes que una producción ligada a un diálogo –aún imaginario– con nuestras audiencias, con quienes, en definitiva, se construye efectivamente nuestro discurso radiofónico.

En este sentido, cuántos proyectos, cuántos teóricos, cuántas prácticas están orientadas a reconocer, a comprender, a diseñar dispositivos discursivos de interpelación radiofónica que hablen a esos otros, que construyan a nuestras audiencias, que estén orientadas a movilizarlas, a pensarlas desde el hacer.

Con mayor o menor claridad, con mayor o menor intensidad, desde los espacios académicos que he integrado e integro hemos resuelto enseñar un tipo de radio que se aleja de la radio popular, de la radio masiva. Por favor entiéndaseme bien: no observo aquí mala voluntad o falencias de formación; por el contrario, entiendo que enseñamos la radio que deseamos, la radio que entendemos es la mejor posible, desde nuestros intereses y miradas.

Ahora bien, ¿es esa la única radio posible de ser enseñada? ¿Acaso serían posibles y deseables estrategias pedagógicas que se articulen en relación con estilos radiofónicos diversos? ¿A audiencias radiofónicas perfiladas de modo distinto como sectores medios y sectores populares, por ejemplo? ¿Nos parece productivo enseñar a producir discurso radiofónico para emisoras de marcado perfil popular en sus audiencias? ¿Será posible pensar a nuestros egresados como profesionales competentes para enfrentar el desafío de producir desde perfiles radiofónicos y audiencias potenciales diferenciadas? ¿Será posible que esto lo aprendan en la universidad pública y abandonados a la asistematicidad de sus respectivos trayectos profesionales?

Como probablemente sea ya claro para el o la lectora, el solo hecho de realizar estas preguntas conlleva una respuesta posible a las mismas. Sin

embargo, la presente instancia no deja de estar guiada por la reflexión y la puesta en común de los dilemas docentes que nos atraviesan.

De todas maneras, estamos convencidos de que, desde las universidades públicas, debemos ser capaces de construir permeabilidad para conocer la multiplicidad de escenas expresivas que hoy construye la radio, en pos de dialogar con las mismas y construir propuestas pedagógicas que tensionen las formas y estilos que hoy se producen. Porque, en definitiva, escuchar y estar atentos a lo que la radio hace –predominantemente orientada por los actores del mercado– no equivale, bajo ningún punto de vista, a fascinarse con aquella realidad o, de modo distinto, a perder de vista las condiciones materiales de la misma y los objetivos político-institucionales que la guían.

Por el contrario, confiamos en que repensar el lugar del humor y sus distintos aspectos y recursos en el marco de los ideales académicos de la radio, primero, y en nuestras propuestas de formación, luego, sin dudas es un lugar de entrada significativo para reconstruir nuestro vínculo con lo que la radio es hoy. El humor y la risa en vivo construyen, sin dudas, uno de los momentos narrativos en que la radio, quizás, se vuelve más viva, más *caliente*, que enlaza con la emotividad de nuestras audiencias y, fundamentalmente, en el que las mismas se sienten habladas por nuestras propuestas radiofónicas. Es decir, que el humor se constituye en un enorme y potente dispositivo de interpelación de audiencias amplias.

Reconocer dicha potencia es un lugar de partida necesario, para avanzar con propuestas de enseñanza/aprendizaje de estilos, programaciones y programas que, a la vez de proponer expresividad, emotividad y humor, puedan promover ideales ciudadanos democráticos, por encima de los valores emanados desde los proyectos netamente comerciales. Sin dudas, dicha tarea pedagógica es un desafío tan mayúsculo como ineludible. Pero como alguien dijo alguna vez: «Nadie dijo que iba a ser fácil».

5. BIBLIOGRAFÍA

- BAJTIN, Mijaíl (1992). «El problema de los géneros discursivos». En: Bajtin, Mijaíl. *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI Editores.
- BLÁZQUEZ, Gustavo (2010). «Relaciones burlescas». En: Flores, Ana Beatriz (coord.). *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*. Córdoba: Ferreyra Editor.
- FERNÁNDEZ, José Luis (2004). *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires: La Crujía.
- FLORES, Ana Beatriz (2009). *Apuntes de teoría de los discursos sociales*. Córdoba: Escuela de Letras, Facultad de Filosofía y Humanidades.
- (2010). *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*. Córdoba: Ferreyra Editor.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Santa Fe de Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- MARTÍNEZ LUQUE, Enrique Santiago (2015). *Radios, música de cuarteto y sectores populares. Análisis de casos. Córdoba 2010-2011*. Córdoba: Editorial del Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
- MATA, María Cristina y Silvia Scarafía (1993). *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: ALER.
- MATA, María Cristina (1993). «La radio: una relación comunicativa». *Revista Diálogos de la Comunicación*, (35). Lima: Felafacs.
- (1996). *Cómo conocer la audiencia de una emisora: los debates de audiencia*. Quito: ALER.
- RINCÓN, Omar (2006). *Narrativas mediáticas o como se cuenta la sociedad de entretenimiento*. Barcelona: Ediciones Gedisa.
- ULLOA, Alejandro (1991). «La salsa en Cali. Cultura urbana, música y medios de comunicación». *Revista Diálogos de la Comunicación*, (20). Lima: Felafacs.
- VITORIA, Pilar (1998). *Producción radiofónica. Técnicas básicas*. Ciudad de México: Editorial Trillas.

EJE 3

IDENTIDADES, SUBJETIVIDADES Y MEMORIAS CONSTRUIDAS
DESDE LAS RADIOS

IDENTIDADES, SUBJETIVIDADES Y RESISTENCIAS AL BORDE. LA RADIO COMO ORGANIZADORA DE LA VIDA COTIDIANA

Mary Noemí Esther Gardella

1. INTRODUCCIÓN

En un encuentro de colectivos culturales del noroeste de nuestro país, las panelistas de una mesa sobre género son interpeladas por una mujer del público que, con claro acento santiagueño, pregunta sobre qué hay que hacer con chacareras como *La Telesita* o *El Kakuy*,⁵¹ que estereotipan a la mujer y que es música que se pasa permanentemente en las radios santiagueñas. La respuesta inteligente acerca de trabajar para que las tradiciones sean creación y no repetición, opera tranquilizadora para la primera parte de la pregunta; no se menciona el tema de las radios.

Sin pretender responder por la difusión/escucha en las radios de tal o cual música, la pregunta dispara interrogantes hacia varias cuestiones entre las cuales se ubica el lugar de las radios en la vida cotidiana de la gente y su rol en la naturalización de estructuras sociales y políticas que configuran representaciones colectivas de fuerte arraigo.⁵²

Como hecho cultural inserto en la comunidad que configura y de la cual forma parte, la radio se presenta como un proceso social, constitutivo de las interacciones cotidianas donde se desenvuelven procesos de significación. En el marco de fuerzas instituyentes que buscan transfor-

51. Ver *Leyendas del noroeste argentino* en el Diccionario de Mitos y Leyendas www.cuco.com.ar

52. Problemáticas que se trabajan en el Proyecto de Investigación PIUNT H617. *Las comunidades y sus discursos: construcciones desde la alteridad y la pertenencia. Los centros y las periferias*. Director Dr. Alexis Lucena y codirectora Dra. Elisa Cohen de Chervonagura.

mar las supuestas verdades de la sociedad y por fuerzas instituidas que buscan mantener lo establecido, estos procesos de significación están atravesados, en la actualidad, por lógicas neoliberales y contextos globalizados.

La escucha en las radios da cuenta de cierta búsqueda de entretenimiento y de que, tras esa búsqueda, se consumen productos en los que no siempre se dimensiona el sustancial valor simbólico de las representaciones del mundo que proponen.

Situación que interpela a preguntarnos si la radio se constituye en ese espacio posible o propicio para que los sujetos que configuran su audiencia se reconozcan junto a otros en esa comunidad imaginada para los modos de acercamiento deseados y en esa comunidad soñada para la construcción de sus vínculos cotidianos.

Este trabajo plantea un abordaje posible del tema a través del análisis y observación de las variables que constituyen en general a la radio, en escenarios político-culturales configurados por la pregnancia constitutiva de las lógicas neoliberales.

2. TRADICIÓN Y LENGUAJE RADIOFÓNICO

Los estudios que configuran la *teoría cultural* de Williams⁵³ aportan interesantes conceptos acerca de la cultura como el proceso social en que los hombres definen y configuran su vida; a esa cosmovisión la definen sencillamente como el modo en que concebimos la vida en general.

Al relacionar cultura con hegemonía, aclara que no son términos iguales en tanto solo el concepto de hegemonía permite ver las relaciones de dominación y subordinación que se dan en las sociedades. De manera que el concepto de hegemonía tiene un alcance mayor que el concepto de cultura por su insistencia en relacionar el proceso social total con la distribución del poder y la influencia en él. Para Williams, el concepto de hegemonía no solamente resulta decisivo en el sistema

53. Raymond Williams fue un intelectual galés, perteneciente al denominado *Círculo de Birmingham*. La originalidad de este autor consiste en que abordó sus investigaciones desde una perspectiva *marxista culturalista*, siendo muy consciente de las implicaciones de la cultura en los procesos históricos y el cambio social.

consciente de las ideas y creencias, sino en todo el proceso social vivido, organizado prácticamente por significados y valores específicos y dominantes que, al ser experimentados como prácticas, parecen confirmarse recíprocamente. Cuando no logramos distinguir entre las prácticas y las ideas que fundamentan a estas acciones –manifiesta Williams– sucede que esas acciones nos confirman las ideas: nos parece entonces que esas ideas son correctas.

Por lo tanto, lo cultural no constituye una superestructura en tanto la tradición y la práctica cultural son comprendidas como algo más que expresiones superestructurales, reflejo de una estructura social y económica configurada. Por el contrario, tanto la tradición como las prácticas culturales se hallan entre los procesos básicos de la propia formación.

En ese marco, sitúa a la tradición como la expresión más evidente de las presiones y límites dominantes y hegemónicos, como el medio de incorporación práctico más poderoso. La tradición es una versión intencionalmente selectiva de un pasado configurativo y un presente pre-configurado que resulta poderosamente operativo dentro del proceso de definición e identificación cultural y social. Es selectiva porque a partir de un área total posible del pasado y el presente –dentro de una cultura particular– ciertos significados y prácticas son seleccionados y acentuados y otros significados y prácticas son rechazados o excluidos. Por lo que toda tradición, antes que ser una mera supervivencia del pasado, constituye un aspecto de la organización social y cultural contemporánea del interés de la dominación de una clase específica. En pocas palabras: una versión particular del pasado que pretende conectarse con el presente; un sentido de predispuesta continuidad que ratifica siempre el orden contemporáneo.

Sin embargo, la tradición también es un proceso vulnerable ya que en la práctica debe descartar áreas de significación totales, reinterpretarlas, diluirlas o convertirlas en formas que sostengan o al menos no contradigan los elementos verdaderamente importantes de la hegemonía habitual. Es un pasado que ratifica el presente y brinda indicaciones del futuro.

De este proceso configurador, participan los medios de comunicación. Y sin la penetración abarcativa y lábil de las redes y la televisión, también la radio tiene especial participación en ese proceso. Lo hace desde la par-

ticular intensidad de la escucha y desde sus complejas formas discursivas. Dice Bosetti:⁵⁴

Como medio de expresión, por cierto, la radio es poseedora de un lenguaje específico y una técnica singular que posibilitan tanto la creación como el reciclamiento de variados géneros y formatos a partir de sus propios recursos acústicos. En ese sentido, preferimos puntualizar que en el invisible ecosistema radiofónico, *la palabra* es la palabra articulada, la oralidad, el signo convertido en sustancia sonora; que *los efectos sonoros y el silencio* son las representaciones acústicas capaces de brindarle sentido referencial, ritmo y significación a los relatos radiofónicos y que *los usos de la música* son las cadencias capaces de generar o evocar aquellas imágenes visuales personales intransferibles tramadas pacientemente no por los conceptos, sino por los mismos sonidos en movimiento (Bosetti, 2018: 32).

Como parte constitutiva del invisible ecosistema radiofónico, como lo denomina Bosetti, nos adentramos a pensar la música como la significación de cadencias capaces de generar o evocar aquellas imágenes visuales personales e intransferibles tramadas pacientemente *no por los conceptos*,⁵⁵ sino por los mismos sonidos en movimiento.

3. MÚSICA Y LENGUAJE RADIOFÓNICO

La música supone configuraciones como patrimonios de conocimientos o códigos culturales que –como lo expresa Umberto Eco– renuevan en el receptor contenidos que son capaces de estimular determinadas reacciones, situaciones, creencias. La música expresa ideas, sentimientos, contextualiza, significa, es decir, comunica. Hay una función estética y emotiva. Para Eco, precisamente el significado emotivo es un significado en el que la reacción desde el punto de vista del oyente o el estímulo desde el punto de vista del que habla es una descarga de emoción; se puede decir que la connotación emotiva es un hecho absolutamente idiosincrásico

54. Conceptos del prólogo al libro *Radio: ¿con la música a otra parte? De la galena a la era digital* de Ariel Levatti y Lea Lvovich (2013).

55. El resaltado no figura en el texto original.

sobre el cual no tiene competencia el análisis semiótico (Eco, 1977 citado en Sanguinetti, 2009).⁵⁶

Como elemento socializador y al mismo tiempo diferenciador de estatus o rol, la música constituye un entramado complejo de sentidos que tiene gran incidencia en las prácticas culturales. A través de ella se establecen determinadas normas de ser y estar en sociedad; como consumo cultural, identifica y cohesiona.

La música también es un estilo de vida, de vínculo social y fuerza espiritual que orienta a la gente en la búsqueda de autonomía y sirve como medio de expresión y pertenencia. Implica valores, ideales, creencias, los difunde, genera modelos e ídolos, inserta nuevos actores sociales y se generan nuevas creencias a través de la resignificación de la música.

En el entramado de música-tradición-lenguaje radiofónico, dos cuestiones ameritan ser consideradas: las particularidades y alcances de la música popular como el folclore y las particularidades y alcances de la música como elemento del lenguaje radiofónico.

Con relación a lo primero, observamos de qué manera, en el folclore, música y fiesta suelen marchar de la mano, tanto sea esta una festividad religiosa, pagana, alegre o incluso de duelo. Folclore en su sentido original, es decir como ese saber del pueblo transmitido oral o empíricamente, siendo opuesto a lo institucionalizado, a lo oficialmente impuesto o difundido masivamente por los medios de comunicación (Hepp, 1988: 160).⁵⁷

Imágenes emotivas ya socializadas por la tradición, suponen un *ethos* reconocible con una región, una época, pero fundamentalmente con una cosmovisión determinada. Una chacarera se convierte en el significante de su posible uso: baile y coreografía de determinada y particular manera. Sin lugar a duda, algunas cadenas sintagmáticas musicales son portadoras de sentidos históricos, sociales, míticos, vivenciales (Sanguinetti, 2009).

56. Para Eco (1977) los códigos culturales apoyados en los códigos del inconsciente estructuran determinadas configuraciones icónicas o iconológicas, retóricas o estilísticas, que convencionalmente se consideran capaces de estimular determinadas reacciones de expresar situaciones psicológicas.

57. Osvaldo Hepp estudió la historia y configuración de la música de cuarteto en Córdoba en su libro *La soledad de los cuartetos* (1988).

Quizás por eso para Bela Bartok⁵⁸ la música folclórica es popular y campesina, producto de una obra de elaboración concluida por un instinto de creación inconsciente y no influenciado por la cultura ciudadana (Hepp, 1988: 160).

Alguien quien también aportó estudios sobre la música popular es Simon Frith⁵⁹. Para Frith la música popular tiene importantes funciones, como las siguientes:

Dar respuestas a cuestiones de identidad: una especie de autodefinición particular para darnos un lugar en el seno de la sociedad. La producción de identidad es también la producción de no identidad en un proceso de inclusión/exclusión

Proporcionar una vía para administrar la relación entre nuestra vida emocional pública y privada. Las canciones no reemplazan nuestras conversaciones, pero logran que nuestros sentimientos parezcan más ricos y convincentes, incluso para nosotros mismos, que si lo expresáramos con nuestras propias palabras.

Dar forma a la memoria colectiva y organizar nuestro sentido del tiempo. Lo que nos da una medida de la calidad de la música es su presencia, su capacidad para detener el tiempo, para hacernos sentir que estamos viviendo en otro momento, sin memoria o ansiedad alguna sobre lo que ocurrió anteriormente o sobre lo que acontecerá después.

La música, sobre todo popular, es algo que se posee. Al poseer una determinada música, la convertimos en una parte de nuestra propia identidad y la incorporamos a la percepción de nosotros mismos. La intensidad con la que se establece la relación entre los gustos personales y la definición de uno mismo parece un elemento de la música popular: esta es posible, de un modo en que ninguna otra forma de cultura popular puede serlo. (Frith, citado en Pizarro y Sosa, 2009: 167 y 168)

58. Béla Viktor János Bartók, conocido como Béla Bartók fue un músico húngaro que se destacó como compositor, pianista e investigador de música folclórica de la Europa oriental. Es considerado uno de los mayores compositores del siglo XX; Liszt y él son considerados los grandes compositores húngaros. Bartók fue uno de los fundadores de la etnomusicología, basada en las relaciones que unen la etnología y la musicología.

59. Sociomusicólogo británico y ex crítico de *rock*, especializado en cultura musical popular. Docente de la cátedra de Música en la Universidad de Edimburgo.

En cuanto a la segunda cuestión, múltiples abordajes y estudios coinciden en el valor comunicativo y expresivo específico de la música en tanto elemento integrador del lenguaje audio. Los sonidos pueden encadenarse en un continuum determinado, formando sintagmas o textos sonoros que transmiten distintos mensajes y que causan variadas sensaciones en el receptor. Es decir, que pueden causar placer o displacer perceptual ya que esto sería en definitiva el objetivo de la música según lo explicitan varios autores y los mismos creadores musicales.

En el lenguaje radiofónico la música es la fuente sonora primordial en lo que hace a la creación de imágenes sonoras y a la generación de una multiplicidad de sensaciones y emociones. La música referencia, significa, relata, cuenta, produce sensaciones por sí misma acompañada por la palabra o los ruidos. Provoca emociones por placer y por evocación, transmite una cultura y una historia que la influencia desde su creación.

Ha sido muy estudiada la función de la música como componente del mensaje audio. Tanto Armand Balsebre⁶⁰ como Ricardo Haye⁶¹ dan cuenta de las particularidades de estas funciones: gramatical, descriptiva, expresiva, complementaria o de refuerzo y la función comunicante propiamente dicha. Y, si bien ambos coinciden en destacar de entre todas a las funciones expresiva y la descriptiva, la función comunicante propiamente dicha –es decir, aquella que remite al tema musical integral, completo– nos interpela hacia algunas preguntas pertinentes como las que se hacen Ariel Levatti y Lea Lvovich (2013) en sus estudios sobre la música en las radios de su región: ¿Cuáles son los criterios de selección de la música en radio? ¿La radio cumple o debería cumplir una misión educativa y formadora en relación a la música? ¿Se selecciona solo los temas musicales que los oyentes esperan escuchar? ¿Se oye o se escucha la música? ¿Es la música objeto principal o secundario en la programación radiofónica?

60. Armand Balsebre es catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona, donde ejerce desde 1979 como profesor de Periodismo Radiofónico y Creatividad Audiovisual. Las investigaciones desarrolladas tratan sobre el lenguaje radiofónico, la historia de la radio, la historia de la publicidad, la publicidad radiofónica y la credibilidad audiovisual.

61. Ricardo Haye es profesor de Comunicación Radiofónica en la Universidad Nacional del Comahue, estudioso de la radio y autor de numerosos libros sobre radiofonía. Integrante desde su inicio del Comité La Radio del Nuevo Siglo.

4. SUBJETIVIDADES Y LENGUAJE RADIOFÓNICO

Información y compañía siguen siendo en la radio, las variables de búsqueda que justifican en sus audiencias la opción de escucha.

Información que, como velocidad y novedad constante, opera en la caracterización de una cultura que resulta de las acciones y percepciones colectivas. Proceso en el que tienen una gran influencia los medios de comunicación y fundamentalmente las redes sociales.⁶² Proceso que construye subjetividades de temporalidades instantáneas.

Por otra parte, el tiempo, como variable sustancial para elegir por dónde y desde dónde informarse, estructura el consumo cultural. Pero si bien es cierto que las redes sociales son el medio de información predominante, hay una distinción notable cuando se trata de la credibilidad de lo que se ofrece. En ese rango, la radio junto a los diarios *online* resultan los más confiables.⁶³ Aun así, la radio no está despojada del flujo incesante de información, con un presente continuo donde lo que sucede como hecho noticioso no necesariamente se entrama en una historia y, por ende, no forma parte de esa experiencia.

Pasar de lo que se oye a lo que se escucha es lo que permite incorporar los acontecimientos a la propia experiencia. Para entramar en una historia no basta con oír una y mil veces lo mismo. Se necesita de la elaboración subjetiva socialmente articulada. El lenguaje radiofónico con sus tonos y matices de voces, sonidos musicales y silencios comunicantes construye subjetividad desde la escucha atenta y sensible de su audiencia radiofónica.

Pero no todo es información. Es innegable que la radio –como dispositivo de enunciación– posibilita el encuentro con otros más allá de los contenidos informativos y permite elaborar los acontecimientos como

62. Según la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales elaborada por la Secretaría de Cultura de la Nación, en 2013 solo el 9 % de la población del país se conectaba a Internet a través del celular. Hoy, más del 75 % lo hace diariamente para informarse. La encuesta se publicó en abril de 2018. www.cultura.gob.ar

63. La Universidad de San Andrés publicó a fines de 2018 un informe sobre una encuesta especial a cerca del consumo de la información en base a 1000 casos en todo el país. ESPOP (Encuesta de Satisfacción y Opinión Pública) www.udesa.edu.ar

forma de resistencia a la denominada sociedad del rendimiento.⁶⁴ Esa cercanía permite el desafío de subjetividades que desde un lenguaje radiofónico construyen instantes de rebeldías, resistencias o formas de organización con sus propias agendas; estallidos más que líneas temporales extensas y totalizantes; semillas de cierta autonomía transformadora más que bosques de aceptación del sistema. ¿De qué manera esas insistencias/resistencias configuran identidades o procesos de identificación a través o desde un lenguaje radiofónico alterado por las nuevas formas de relación que establecen las redes y la digitalización intensa de la vida en general?

Desde el concepto de comunidad como marco sociocultural a partir del cual se construyen sentidos compartidos por medio de procesos de comunicación permanentes que implican conflicto y consenso (Weckesser, 2008: 78), es posible pensar que, en la actualidad, la identidad del sujeto está en lucha permanente para no transformarse en un objeto cuyo único fin sea obtener ganancias; lucha para que sujeto y objeto se puedan diferenciar; para que el sujeto no se cosifique en sus relaciones. Así es como las identidades tienen formas lábiles y desvalidas que se intentan atenuar con el consumismo de objetos mercancías.⁶⁵

En tanto las identificaciones, que operan en el marco de las asociaciones y necesitan de la identidad para consolidarse, también están en el plano simbólico de la subjetividad. Pero mientras las identidades suelen ser firmes y duraderas, las identificaciones –que suelen ser múltiples– difieren con cada subjetividad.

En ese proceso de contexto globalizado en el que las identidades se licuan en identificaciones, los medios participan activamente. Desde sus intereses, construyen posicionamiento que supone pensamiento, acciones, emociones.

Precisamente la radio promueve identificaciones como contrato comunicacional a través de la producción y la programación radiofónica como hecho creativo. Si bien las identificaciones a un medio no son necesaria-

64. Para el filósofo Byung-Chul Han, la sociedad del rendimiento y la autoexplotación voluntaria es el resultado de un cambio de paradigma de dimensiones ontológicas. Ya no se trata de la sociedad disciplinaria de Foucault donde rige el no, sino de la maquinaria invisible global diseñada como libertad que empuja a cada individuo hacia su propia explotación.

65. En una visión desde el psicoanálisis sobre el ascenso de las derechas, Enrique Carpio analiza los nuevos modos del fascismo en las democracias occidentales.

mente identidad, la radio participa activamente en el juego dinámico de valoraciones y jerarquizaciones simbólicas y redefiniciones estéticas y de estilos que pueden posicionar a un sector de una manera u otra. Deseos e intereses que se propician, exclusiones y frustraciones que se fomentan, son formas de privilegiar una programación como contrato en tanto las identificaciones entre la institución radio y los escuchas receptores responden a la intencionalidad emisora de esa radio. En relación, especialmente, a la música, es evidente que dice algo de quien la elige. Y si esa música es la que se denomina popular, es evidente que en esa elección está en juego el concepto de lo popular no como un género, sino como ese hecho cultural ligado a la memoria histórica y a los saberes propios de un pueblo.

5. CONCLUSIÓN

La ofensiva neoliberal ha destrozado las grandes subjetivaciones colectivas. Para Agamben la época actual no se caracteriza por desarrollar procesos de subjetivación, sino formas particulares de de-subjetivación. En esos procesos de subjetivación/de-subjetivación, la identidad del sujeto se transforma en un objeto, en una cosa cuyo único fin es obtener rendimientos, materiales y simbólicos (Gnoli, 2018: 64).

La radio, en su devenir de permanente transformación e interpelada por las nuevas subjetividades y formas de relación que establecen las redes sociales y los nuevos dispositivos tecnológicos, cuenta con lenguajes y prácticas de producción que le permiten afrontar dos necesidades imperiosas de estos tiempos y que, a su vez, responden a las motivaciones del vínculo que establecen sus oyentes:

- ✓ Situar un suceso informacional como parte de procesos más amplios y profundos que ayuden a entender las causales, estructuras e implicancias de lo que se informa. No solo describir y narrar el hecho noticioso; no solo captar velozmente el instante en que sucede el hecho. Suceso informacional que necesita inclusive situarse en el marco de concentración mediática que caracteriza el momento y que constituye una clara amenaza al sistema democrático.
- ✓ Contar historias de vida como producciones de inclusión que limen los efectos mediáticos que trabajan amplificando situaciones aisladas, reforzando prejuicios y naturalizando desigualdades. Al transitar

nuestras vidas lo hacemos atravesados de significaciones. En ese atravesamiento hay historias marginadas y voces excluidas. Hay también sentido común, operador sintético de construcciones culturales masivas. Las historias de vida exigen una visión más compleja, múltiple y dispersa que escapa de las generalizaciones simplistas, elementales y banales de problemáticas que afectan a los sujetos.

La radio y sus lenguajes proporcionan recursos para formular juicios en el mundo cotidiano de sus oyentes. La producción radiofónica es un lugar de construcción, de disputa de sentido. Allí se define la construcción del capital social y la creación de lugares de encuentro, debate y conexión para fomentar el sentido de pertenencia al tejido social de una comunidad.

En ese contexto se puede situar a la música y sus tradiciones en tanto los dos planos –suceso informacional e historias de vida– configuran lo que va más allá de elementos del lenguaje radiofónico, funciones, formatos o programaciones: el ser y estar en el mundo atravesado por múltiples significaciones que instituyen al sujeto en comunidad. Información que subjetiva la vida cotidiana e historias de vida que informan la vida cotidiana pueden interpelar las tradiciones que ciertas músicas configuran como inamovibles e inmovibles.

De todas maneras, nada está dicho de manera definitiva, porque de lo que se trata es de no abandonar la pregunta sobre cómo entender los modos en que los sujetos tramitan, experimentan y dan forma a sus vínculos con la radio en tiempos de deterioro subjetivante y el lugar de la música en ese vínculo. Tampoco dejar de indagar acerca de los mitos y leyendas inscriptos en la memoria colectiva, la forma en que acentúan su efecto como respuestas cristalizadas cuando las emite la radio y el lugar de la música en esa inscripción.

O quizás, habría que seguir insistiendo en esa radiofónica concepción reticular más ligada a la gestión de la vida cotidiana en el seno de las prácticas colectivas transformadoras de la realidad. Algo de lo que la radio ha dado sobradas muestras en su centenaria vida.

6. BIBLIOGRAFÍA

- BOSETTI, Oscar (2018). «Dilemas de la producción radiofónica». En: Martín-Pena, Daniel y Agustín Vivas Moreno (coords.). *Radios universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones, pp. 29-50.
- CARPINTERO, Enrique (2019). «Los nuevos modos del fascismo en las democracias occidentales». *Topía*, n.º 85. [Consulta: 08 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.topia.com.ar/articulos/nuevos-modos-del-fascismo-democracias-occidentales>
- COHEN DE CHERVONAGURA, Elisa (2008). *Comunidades lingüísticas. Confines y trayectorias*. Volumen 2. San Miguel de Tucumán: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán.
- (2011). *Discurso e interdisciplina. Miradas, territorios y fronteras*. San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán y CONICET.
- FRITH, Simon Webster (1987). *Música y sociedad: la política de consumo, actuación y recepción*. Universidad de Cambridge.
- GARDELLA, Mary (2016). «Radios universitarias: proyecto político comunicacional y constitución del espacio público». En: Bosetti, Oscar Enrique y Ricardo Miguel Haye (eds.). *Radio, comunicación y nuevas tecnologías. Encrucijadas del nuevo milenio*. Avellaneda: UNDAV - Asociación de Radios Universitarias Argentinas, pp. 67-88.
- (2017). «Una aproximación a las tensiones creativas de la comunicación popular». *Tram[p]as de la Comunicación*, n.º 79. Universidad Nacional de La Plata. [Consulta: 04 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://www.revistatram-pas.com.ar/2016/12/una-aproximacion-las-creativas.html>
- GARDELLA, Mary y Claudia Villamayor (2015). «Radios universitarias: proyecto político comunicacional y constitución del espacio público». En: *Radios universitarias argentinas*. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Matanza, pp. 147-164.
- GNOLI, Antonio (28 de octubre de 2018). «Giorgio Agamben: “Credo che le città-tianomorendo”». *Repubblica*, pp. 64.
- HAN, Byung-Chul (2021). *No Cosas. Quiebres del mundo de hoy*. Buenos Aires: Taurus.
- HAYE, Ricardo Miguel (2000). *La radio del siglo XXI*. Buenos Aires: Ediciones La Crujía.
- HEPP, Osvaldo Teodoro (1988). *La soledad de los cuartetos*. Córdoba: Editorial Letra.
- LEVATTI, Ariel y Lea Lvovich (2013). *Radio: ¿con la música a otra parte? De la galena a la era digital*. Entre Ríos: EDUNER

- PIZARRO, Hugo y Sergio Sosa (2009). «La música: producto cultural». En: Sanguinetti, Susana (comp.). *Los sistemas expresivos del lenguaje audio* (2009). Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- PORTUGAL, Mario y Héctor Yudchak (2011). *Producción de radio*. Buenos Aires: Ediciones Continente.
- SANGUINETTI, Susana (2009). *Los sistemas expresivos del lenguaje audio*. Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba.
- WECKESSER, Cintia (2008). «Algunas especificaciones acerca del concepto de comunidad». En: Cohen de Chervonagura, Elisa (ed.). *Comunidades lingüísticas. Confines y trayectorias*. Volumen 2. Tucumán: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán, pp. 73-84.

MEMORIAS SONORAS, REGISTROS ESCRITOS E IMAGINARIOS SOCIALES SOBRE LU10 Y SU CONTRIBUCIÓN A LA IDENTIDAD REGIONAL

Jorge Arabito

1. INTRODUCCIÓN

Nos proponemos compartir reflexiones y resultados parciales obtenidos a partir del desarrollo de los proyectos de voluntariado universitario Azul en la Memoria de sus Voces y Radio Azul, la Memoria Continúa (seleccionados en las convocatorias generales de 2015 y 2016 de la Secretaría de Políticas Universitarias –SPU–), del proyecto de extensión Patrimonio Sonoro LU10 Radio Azul, seleccionado en la convocatoria 2016 de la Secretaría de Políticas Universitarias y del proyecto en vías de implementación Radio Azul, la Memoria Gráfica, de 2017. Se trata de proyectos abocados al acondicionamiento, catalogación, digitalización y difusión de los archivos sonoros de LU10 Radio Azul, emisora de AM ubicada en la ciudad bonaerense homónima. Estos proyectos surgen merced a una demanda de la actual Cooperativa de Trabajo Radio Azul, interesada en rescatar la memoria de la radiodifusora, contenida en cintas abiertas, casetes y discos almacenados en su sede desde los comienzos de las emisiones, en 1952, que luego fue ampliada a la documentación gráfica con el Proyecto Memoria Gráfica LU10 Radio Azul (subvencionado en el marco de la convocatoria 2018 de Proyectos de Extensión Universitaria, Cultura y Sociedad) que implica la digitalización de fotos, comunicaciones internas y externas y que involucra este trabajo.

La dimensión política de las voces, sonidos, discursos y música recuperados y digitalizados, sus condiciones de producción, de selección de contenidos a ser preservados, así como la ventana sobre la realidad local

y regional que construyen permite repensar parte de la propia historia de la radio, que es también la del tejido histórico local y de la urdimbre de la memoria de las audiencias, sumado al registro de la comunicación interna que devela el discurso no público de la emisora. Acercamos aquí algunas reflexiones sobre estos imaginarios sociales y su articulación con nuestros procesos de trabajo –que entendemos inéditos a nivel regional–, los desafíos atravesados y los resultados obtenidos hasta el momento con la intención de promover la réplica de nuestra experiencia en otros espacios socio-territoriales.

Esta ponencia se nutre de los resultados obtenidos a partir del desarrollo de múltiples acciones destinadas a la recuperación, puesta en valor y disponibilidad del patrimonio documental de LU10 Radio Azul, que comenzó sus emisiones regulares el 25 de octubre de 1952, como filial de LR3 Radio Belgrano y la Primera Cadena Argentina de Broadcasting S. A., bajo el lema «La voz del centro de la provincia». Amplió rápidamente sus filiales en Olavarría y Tandil. Se convirtió en un importante referente radial a nivel regional, con amplia llegada a comunidades rurales y pequeños pueblos más alejados y aislados, que encontraron en Radio Azul un medio de comunicación imprescindible (a veces el único) para la vida cotidiana. Después de casi cinco décadas de salir al aire con su programación en la frecuencia de 1320 KHz, Radio Azul atravesó en 1998 una crítica situación que derivó en su cierre en 2004 y todo su personal fue despedido. Posteriormente, fue recuperada por sus empleados, quienes, en 2013, y luego de otras experiencias organizacionales (como Azul Gestión de Medios S.A.), se constituyeron como cooperativa y sostienen sus fuentes de trabajo y una presencia en el dial que representa, para la ciudad y la zona, uno de los bienes culturales irreemplazables. La actual Cooperativa de Trabajo Radio Azul Limitada, manifestó su interés en la preservación de los archivos sonoros de la emisora, contenidos en diversos soportes y formatos.

En ese proceso, nos ocupamos del acondicionamiento, catalogación, digitalización y difusión de los archivos sonoros de esa radiodifusora, enmarcados en los proyectos de voluntariado universitario Azul en la Memoria de sus Voces, Radio Azul, la Memoria Continúa y del proyecto de extensión Patrimonio Sonoro LU10 Radio Azul, seleccionados en convocatorias generales de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación y desarrollados por docentes, in-

investigadores y estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN), con sede en Olavarría en el período 2016-2018. Estas propuestas han sido actualmente ampliadas a la documentación gráfica (como fotos, comunicaciones internas y externas, etc.) con el proyecto Radio Azul, la Memoria Gráfica, cuyos avances describe este trabajo y que surgieron por demanda de la cooperativa.

2. LA DIGITALIZACIÓN DE LOS ARCHIVOS RADIOFÓNICOS

Desde su nacimiento, la radio es un elemento innovador: la narración del acontecimiento en el mismo momento en que sucede. Una información rápida y ágil respecto al periódico; no requiere de conocimientos previos para entenderla (no es necesario saber leer) y tiene gran alcance. Se vale del lenguaje hablado como código de comunicación implicando también una importante dosis de emocionalidad. La radio es un discurso evanescente, fugaz, que siempre huye, imposible de detener, como un río... Es discurso, lenguaje y también soporte tecnológico. Balsebre sostenía:

El desarrollo de las tecnologías de grabación y reproducción del sonido permitieron una nueva forma de trabajo y abrieron nuevas posibilidades de expresión sonora: la profesionalización progresiva de los técnicos y trabajadores de la radio hizo posible la búsqueda de nuevos recursos expresivos (Balsebre, 1994: 24).

Grabar la radio, capturar ese sonido, ha sido también una demanda desde los comienzos del medio. La aparición de esa posibilidad de grabación y reproducción del sonido por los sistemas magnéticos hasta los métodos informáticos de archivado del sonido en digital fue permitida por el propio abaratamiento de costos de los sistemas de digitalización.

3. LA PROTECCIÓN DEL PATRIMONIO

En la década de 1980, la UNESCO expresó su preocupación por la pérdida irreparable de archivos audiovisuales, por descuido y desconocimiento de su extrema fragilidad. Así impulsó fuertemente la necesidad de pro-

tección de los documentos que recogen la historia de la humanidad desde la producción audiovisual, cinematográfica y televisiva. Esta declaración generó una modificación en la visión que se tenía sobre estas producciones que, surgidas como entretenimiento, pasaron a ser consideradas documentos con valor histórico y patrimonial. La recomendación de la UNESCO sostiene:

Puesto que las imágenes en movimiento son una expresión de la personalidad cultural de los pueblos y que, debido a su valor educativo, cultural, artístico, científico e histórico, forman parte integrante del patrimonio cultural de una nación [...] son nuevas formas de expresión, particularmente características de la sociedad actual [...] son un modo fundamental de registrar la sucesión de acontecimientos y que por ello constituyen, debido a la nueva dimensión que aportan, testimonios importantes y a menudo únicos de la historia, el modo de vida y cultura de los pueblos así como de la evolución del universo (UNESCO, 1980).

Es necesario revisar la noción del patrimonio sonoro: se trata de colecciones de documentos de sonido, con materiales valiosos por su carácter único e irrepetible, en muchos casos fuentes únicas de estudio. Por patrimonio sonoro, de acuerdo con la UNESCO, consideramos aquellas fuentes referidas tanto al patrimonio oral como al patrimonio escrito y documental, conservado en grabaciones sonoras o en soportes susceptibles de ser sometidos a un tratamiento digital.

La definición del concepto de *patrimonio* es un espacio de tensiones significacionales. En el caso que nos ocupa, habría que hablar de patrimonio cultural o patrimonio histórico. Según el diccionario de la Real Academia Española, *patrimonio* se refiere a los bienes de una familia heredados por los descendientes directos. También se habla de *patrimonio histórico*, en tanto «conjunto de bienes de una nación acumulado a lo largo de los siglos que, por su significado artístico, arqueológico, etc. son objeto de protección especial por la legislación». Se trata de un bien público que ha de ser vigilado y protegido por los poderes estatales, y establece una distinción entre herencia (lo heredado de las generaciones pasadas) y patrimonio (lo heredado más lo adquirido, lo aportado por una persona o generación).

Jameson considera al patrimonio como un:

Conjunto de aquellos bienes culturales, materiales o inmateriales que, sin límite de tiempo ni lugar, han sido heredados de los antecesores y se han reunido y conservado con el objeto de ser transmitidos a las generaciones futuras (Jameson, 2005: 54).

En las últimas décadas las significaciones atribuidas a las distinciones entre patrimonio material e inmaterial (o patrimonio vivo) han sido objeto de intensos debates, reconociéndose una difuminación entre las fronteras que los separan y coincidiendo en promover una visión dialéctica que incorpore esta permeabilidad entre componentes físicos y simbólicos del patrimonio cultural. En algunos casos, tenemos objetos materiales que llevan una fuerte carga de patrimonio inmaterial, al punto que es imposible dividir ambos conceptos sin que se pierda la unidad total. Por otro lado, los conceptos de conservación y preservación muchas veces son usados indistintamente para referirse a elementos múltiples y es preciso diferenciarlos a través de las definiciones generales que otorga la propia UNESCO: a) Conservación: el conjunto de procedimientos que se llevan a cabo con la finalidad de que el documento original mantenga sus características químicas y físicas a corto, medio y largo plazo en su formato original, que es uno de nuestros objetivos en cada proyecto planteado respecto de los soportes del sonido, y b) Preservación: conjunto de procedimientos que pretenden evitar el desgaste del documento original, ofreciendo una copia alternativa de acceso. Esto lo cumpliría nuestra versión digitalizada del material.

4. METODOLOGÍA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO: LOS ARCHIVOS GRÁFICOS Y DE SONIDO

Desde la aparición de los sistemas de grabación del sonido se han generado gran cantidad de materiales y soportes, que, en mayor o menor medida, corren el riesgo de pérdida de información. Por ende, se hace más necesario aún el traspaso a un entorno digital o a un soporte más estable. La conservación del contenido de los documentos sonoros debe basarse en la transferencia analógico-digital desde el reservorio original.

El paradigma principal de la conservación de los documentos sonoros es, «preservar el original» (Díaz Emparanza, 2012: 176), pero los propios soportes sonoros tienen muy poca esperanza de vida útil, por lo que la conservación pasiva (proteger el soporte de los agentes ambientales) se muestra insuficiente. De hecho, la supervivencia del documento es posible solamente renunciando a su materialidad a través de un continuo proceso de transferencia de la información que contiene hacia nuevos soportes, afirma el autor, recuperando los aportes de Sterne (2003).

Díaz Emparanza también afirma que:

La digitalización y la preservación, en ocasiones, se superponen, ya que la digitalización es en sí misma una parte integral del proceso de conservación, [...] es un trabajo lento que requiere de mucha mano de obra calificada y muchos pasos en su procesamiento. Resulta, por lo tanto, algo muy costoso que difícilmente las pequeñas radios puedan afrontar por su cuenta (2012: 177).

Cada nueva tecnología viene a reemplazar a la anterior; los nuevos materiales de escritura de datos rápidamente sustituyen a los viejos y los reproductores utilizados hasta el momento dejan de fabricarse en masa. Sin embargo, la exponencial velocidad del cambio tecnológico es tal que incluso los materiales más frágiles y menos duraderos sobreviven a la disponibilidad de los reproductores diseñados para ellos.

5. LA MEMORIA SONORA DE LU10 RADIO AZUL

La demanda de la Cooperativa de Trabajo Radio Azul impulsó la presentación de nuestros proyectos de voluntariado y extensión intentando contribuir a la restitución y puesta a disponibilidad de las memorias hechas voz, sonidos y música, emitidas por Radio Azul entre las décadas de 1950 y 1990. El primer proyecto, Azul en la Memoria de sus Voces, se orientó a digitalizar el material existente en 500 cintas abiertas, guardadas en la emisora o proporcionadas por trabajadores que se desempeñaron como locutores o realizadores en la radio, los que resguardaron de manera privada documentos sonoros que consideraron relevantes; en tanto, el segundo, Azul, la Memoria Continúa, lo hizo respecto a los casetes

—aproximadamente 200— almacenados en la emisora. Posteriormente, el proyecto de extensión Patrimonio Sonoro LU10 Radio Azul, rescató y catalogó la discoteca de la radio, con especial atención en la recuperación de las grabaciones contenidas en discos de acetato, de extrema fragilidad.

Para realizar el trabajo de digitalización se reprodujeron las cintas desde grabadores aún en funcionamiento, a fin de recuperar los contenidos en soporte informático. La labor no termina con la digitalización en sí misma; allí empieza. La actividad siguiente es la catalogación e indexación equivalente a lo que en las antiguas colecciones analógicas era *el fichado*. Llenar una ficha por cada grabación o registro gráfico, describiendo contenido (formato radiofónico, tema, duración, programa en que se emitió, lugar, participantes, etc.), fecha de realización, lugar donde se encuentra, número de serie, etc.

En ese panorama, la web como herramienta permite dos acciones esenciales: preservar y difundir. Subida a la web, esa publicación o ese sonido ya no se perderá y estará disponible para quien quiera acceder a ella desde cualquier lugar, en cualquier momento. Por su parte, la difusión de ejemplos del material digitalizado a través de redes sociales ha producido un movimiento e interés inesperado, y comenzó a utilizarse en la realización de ciclos radiales como parte de la conmemoración de los 65 años de existencia de la emisora.

Asumimos que los materiales con los que estamos trabajando forman parte de una trama ideológico-política, de la que, teórico-metodológicamente, no estamos exentos en tanto intervenimos sobre ellos, en una condición dialógica con los imaginarios de sentido común locales y regionales. Los archivos conforman:

Un conjunto de enunciados nunca completamente cerrado y siempre abierto a variadas y discontinuas intervenciones [...] por lo tanto, más que ser definido como una suma de documentos puede ser visto como un saber en proceso. El carácter discontinuo de los archivos aparece en el concepto de «arqueología» de Foucault (2002) también, puede ser asociado a la idea de «crisis de la historicidad», formulada por Fredric Jameson (2005), en términos de una ruptura de la cadena signifiante. Esta impronta procesual y fragmentaria es consecuencia de los diversos intereses y de las múltiples orientaciones teórico-epistemológicas que poseen los agentes intervinien-

tes. Toda acción sobre un archivo, desde la nimiedad del cambio de posición de un documento dentro de un orden preestablecido, pasando por su digitalización, hasta la irrupción de una exégesis novedosa, es una intervención que contribuye a mantener activo el saber que expresa y a alimentar la dinámica de su nunca acabada estructuración (García, 2011: 38).

Una tarea de investigación más profunda implicará la identificación de géneros y formatos radiofónicos utilizados por el medio, las voces de actores y protagonistas de la sociedad local: trabajar con la impronta que esta emisora ha dejado en su comunidad de referencia; los recuerdos de su audiencia, la historia común con la región. Para un proyecto posterior, se espera poder articular la información documental existente en la emisora con referencias en la prensa gráfica regional. En LU10 Radio Azul se observa una preocupación temprana por la preservación de registros sonoros, evidenciada en la intención de conservar programas determinados, así como testimonios considerados importantes. En relación con otras experiencias, sospechamos que esta radio conservó tal cantidad de archivos porque, a lo largo de su historia, no cambió de propietarios, ni se mudó nunca.

Entre los registros en cinta abierta hay grabaciones desde la década del 60 que llegan hasta los 90; hay registros de programas completos, así como cintas con producciones unitarias, entrevistas y recitales. Por ejemplo, entrevistas a Antonio Cafiero, Oscar Alende, Raúl Alfonsín e infinidad de personajes locales; un documental sobre prácticas de tiro en Azul en ocasión de la visita de Saint Jean y Suarez Mason en 1977, etc. Requieren una mención especial los radioteatros elaborados por la empresa Sonocentro y SeGraba (ambas con el mismo domicilio en momentos diferentes), que reflejan en formato radial las obras teatrales estelarizadas por Lola Membrives. De ellos, hemos encontrado en la web menciones a las obras de teatro en sí, pero no que hubieran sido realizadas radiofónicamente *a posteriori*.

En 2016, la cooperativa habilitó la posibilidad de acondicionar, catalogar, indexar y digitalizar material sonoro existente en la discoteca de la emisora; más de 4000 antiguos discos de acetato (nitrato de celulosa), de pasta (discos de *shellac*) y de vinilo, simples como LP en la discoteca de la emisora, una habitación que no cumplía con las condiciones

de resguardo adecuadas. Luego de un cuidadoso proceso de limpieza y acondicionamiento de los soportes (con un tratamiento diferencial de acuerdo a los distintos materiales de los mismos) se procedió a su catalogación y se evaluó su estado físico, priorizando la digitalización de aquellos discos más antiguos y/o con un grado de deterioro que colocaba en riesgo su contenido sonoro. Posteriormente se los ensobró y acondicionó en cajas para resguardarlos de los efectos nocivos del polvo del ambiente, la humedad y los organismos que pudieran afectarlos. Para su reproducción (y digitalización) se puso en marcha una antigua bandeja giradiscos perteneciente a la emisora, que fue reacondicionada, puesta en funcionamiento y conectada a una computadora.

Los contenidos digitalizados hasta el momento dan cuenta de registros inéditos de publicidades de empresas públicas y privadas nacionales, regionales y locales, *jingles*, grabaciones de orquestas, coros y cantantes de la ciudad de Azul y de la zona, cortinas y separadores utilizados en la programación de la emisora, campañas publicitarias de instituciones educativas y de formación profesional, de confesiones religiosas, por citar algunos ejemplos. Por otra parte, entre los discos simples catalogados hasta el momento –aproximadamente 1500– se encuentran grabaciones con más de 50 años de antigüedad, de intérpretes nacionales e internacionales, orquestas, solistas, grupos vocales e instrumentales y obras de una amplia variedad de ritmos, contenidos y procedencias. En algunos casos se trata de grabaciones únicas, de solo algunos ejemplares. También existen discos intervenidos con instrumentos punzantes para inhabilitar su reproducción y emisión al aire ya que formaban parte de aquellas producciones discográficas catalogadas como prohibidas por la última dictadura cívico-militar.

El rescate de los archivos sonoros de LU10 Radio Azul implica la recuperación de documentos que hacen a la historia y memoria de una comunidad concreta. En esos archivos sonoros, locutores, editores, conductores, operadores y hasta el público oyente participan de programas culturales, científicos, musicales, deportivos, noticieros e informativos que hicieron de esta radio un referente indiscutido en la región del centro bonaerense. Estos archivos se encontraban en un estado que los colocaba en peligro de no poder ser recuperados en un futuro no demasiado lejano: los contenidos se hallaban depositados en soportes que ya están

en desuso y muchos de ellos no disponían de protección contra elementos que atentan contra su conservación. Se trataba de material almacenado sin catalogar ni identificar claramente, en soportes tecnológicos que no posibilitaban una escucha adecuada ni su uso por parte de cualquier oyente, corriendo el riesgo de extraviarse o sufrir deterioros que los tornaran irrecuperables.

Por ello resultó atinado y urgente para recuperar parte de la historia local y de la propia radio, tejida en la inmaterialidad de las voces, digitalizar esos materiales para preservarlos, contribuyendo a la restitución y disponibilidad de las memorias hechas voz, un patrimonio material y sonoro transformado en insumo para investigadores, docentes de todos los niveles educativos, productores radiofónicos y audiovisuales en general, comunicadores sociales, antropólogos, historiadores, personas interesadas en estos recursos tanto para el desarrollo de actividades académicas, de extensión, de difusión de conocimientos como para entretenimiento.

6. LA MEMORIA GRÁFICA DE LU10 RADIO AZUL

En nuestro actual proyecto de extensión en desarrollo, estamos digitalizando la documentación gráfica de la radio, tarea surgida a partir de que, en la realización de los proyectos anteriores se efectuó una aproximación con el personal de la radio, lo que nos fue dando más acceso a áreas de la radio anteriormente restringidas. Recordemos que es un colectivo conformado en forma de cooperativa, que es depositario de la emisora a partir de su quiebra, constituyéndose el medio en una empresa recuperada por los trabajadores, en un proceso que aún se encuentra lejos de concluir. Ese acceso nos permitió llegar a aspectos poco conocidos de la práctica de la radio.

El trabajo de digitalización –sobre el que existe la experiencia adquirida con el anterior proyecto, Memoria Gráfica, que consistió en la digitalización de periódicos– se realizó usando tres procedimientos: con escáner de cama plana, escáner con alimentador automático de documentos y fotografiado usando estativo, de acuerdo con las condiciones del soporte. El material se archiva en formato JPG y es maquetado temáticamente en PDF a los que posteriormente se aplicará reconocimiento óptico de caracteres (OCR) para proceder a la recuperación de información.

En la documentación escrita se inscribe la experiencia de un discurso no publicado. Público en algún sentido, porque gran parte de lo encontrado es documentación administrativa institucional, pero evidentemente de circulación restringida, como veremos al consignar una somera clasificación del material. Conocer el detrás de la escena del discurso sonoro que era la fachada de la emisora permite completar el escenario con lo *no dicho*, por lo menos no explícitamente. Nuestras herramientas de análisis son exiguas dado que es escasa la bibliografía acerca del aspecto de los archivos documentales escritos en la reconstrucción de la memoria radiofónica, pero las comunicaciones impresas internas y externas de la radio nos permiten conocer lo que se ponía por escrito mientras el discurso sonoro y público que hemos registrado hasta ahora se emitía al aire. Ese escenario que la radio brindaba a la comunidad encuentra su fisura en un cruce de comunicaciones que el papel dejó registrado, al tiempo que somos conscientes de que hubo intención de guardar historia, aunque sin especificar explícitamente cuál era el criterio.

La lectura de estas comunicaciones nos informa, por un lado, de las negociaciones que el medio efectuaba con sus iguales y las organizaciones que conformaba y, asimismo, de un maniobrar fuertemente normado tanto desde la autoridad de radiodifusión como hacia el personal de la emisora. También este archivo permitirá encuadrar y articular el material de las grabaciones precedentes, pues, así como en el registro sonoro se han preservado programas o fragmentos de ellos, de alguna manera son *datos sueltos* que, desprovistos del marco que les dio origen, pueden quedar sin el sentido que el documento de papel que los respalda consigue articular.

Para reseñar ese *corpus* hemos establecido una primera clasificación en orden arbitrario del material encontrado en los archivos de la radio, materiales autónomos o series de documentos tomados dentro de un gigantesco acervo documental, lo que permite identificar los siguientes ítems:

- a) Misivas del Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) a todas las radios y a esta radio en particular: entre estos destaca un telegrama emitido contemporáneamente al Cordobazo instando a las emisoras a que pongan guardia en su antena transmisora. En lo particular, reclamamos acerca de parámetros técnicos de emisión fuera de rango.
- b) De las radios entre sí en red, entre las que identificamos minutas de las reuniones de la Asociación de Radiodifusoras Privadas de Argentina

- (ARPA), en las que se informa, por ejemplo, del estado de las cuentas y los gastos en que incurre la entidad, recomendación de frases a emitir en fechas especiales, así como las alternativas de la creación de un noticiero federal a emitir durante la guerra de Malvinas.
- c) De una a otra radio, entre las que podemos citar las típicas saluciones en fechas festivas tales como el aniversario de la emisora o pedidos de grabaciones, como las de un político azuleño que formulara declaraciones en Viedma.
 - d) Comunicaciones de la Dirección de la radio a los trabajadores. Esto corresponde a memos internos referidos a reconvenções, notificaciones de normas a cumplir o recomendaciones acerca del llenado del libro de guardia. En muchos casos este archivo contiene también las firmas de notificación de los trabajadores.
 - e) Comunicaciones de la comunidad a la radio. Generalmente las cartas, que son dirigidas por oyentes particulares a un programa, un locutor o *la radio*, solicitando la difusión de un objeto perdido, la participación en un concurso, gacetillas de instituciones barriales, etc.
 - f) De los trabajadores a la administración de la radio. Estos comprenden tanto los libros de guardia, que son completados de modo diferente en distintos momentos, ya que en algunos períodos son una *hoja de ruta al revés*, o sea registran todo lo que se emite, en tanto en otros incluyen la mera firma de entrada y salida de turno del locutor.
 - g) Folletería de la radio. Dípticos y trípticos para acompañar correspondencia o entregar a visitas y anunciantes.
 - h) Material de prensa de la emisora. Este apartado refiere a reseñas históricas de la radio, programaciones y difusión del contenido de programas, así como informes realizados a partir de encuestas de audiencia, destinados como argumentos hacia agencias de publicidad local, nacional o regional, etc.
 - i) Guiones de programas. En el caso de los programas emblema de la emisora, especialmente los producidos por figuras destacadas del medio (Como Héctor *Cacho* Nebbia, de quien efectuaremos un trabajo posterior) se han conservado los guiones, especialmente aquellos correspondientes a las primeras emisiones.
 - j) Guiones de transmisiones especiales. En el caso de las emisiones especiales que la radio efectuaba, como la retransmisión en directo de la

Exposición Rural de Palermo, desfiles militares, actos patrios o emisiones de concursos estudiantiles desde el teatro local, se ha conservado una *hoja de ruta* que describe lo esencial de la transmisión. Recordemos que, dadas las condiciones técnicas del momento, mucho de lo transmitido debía establecerse previamente ante la posibilidad de que surgieran problemas técnicos que impidieran la metacomunicación entre estudio y exteriores.

- k) Comunicaciones de la radio a otras empresas. Tanto originados por el director como por un director de área, refieren al establecimiento de contratos de publicidad o contactos comerciales, entre otros.
- l) Misivas de la gerencia de la radio a las organizaciones. En ellas el director-propietario, desde su posición y con un registro eminentemente *personal* solicita una rebaja en la cuota societaria dadas las duras condiciones del mercado, pregunta qué hacer con los «operadores que no quieren grabar». Esta cuestión refiere a un reclamo efectuado por estos trabajadores en ocasión que, al implementarse la posibilidad de grabar programas, artísticas o segmentos, ellos reclamaban un pago especial por una actividad que consideraban extra a sus obligaciones de operación técnica en emisión ordinaria de vivo.
- ll) Apuntes acerca de una posible ley de radiodifusión. Una carpeta entera del COMFER contiene información acerca de la argumentación previa a la que fue la conocida Ley 22 285, la ley de radiodifusión de la dictadura.

Más allá del análisis documental que se pueda realizar exhaustivamente utilizando las diversas herramientas y técnicas de análisis conocidas, dado lo colosal del universo en cuestión, podemos meramente articular en este trabajo algunas observaciones acerca de aquellas cuestiones que nos llaman la atención.

En particular se percibe una comunicación fuertemente normada. En esta radio se han conservado copias de las comunicaciones que las emisoras recibían del COMFER, así como la que cruzaban como pertenecientes a ARPA, que revisten de gran valor pues constituyen una biblioteca actualmente accesible. En ese sentido, por ejemplo, el COMFER manifiesta estar en conocimiento de que en determinados programas no se cumplían cabalmente ciertas normas de emisión o se burlaba la ley, como que en de-

terminados programas los locutores se nombran unos a otros coloquialmente o utilizan expresiones de lenguaje vulgar, cuestión prohibida por estatuto. También reconvenciones por no estar en hora los flashes informativos, memos en los que se avisaba periódicamente la prohibición de nuevos temas y, consecuentemente, los respectivos llamados de atención por pasar temas prohibidos, incluyéndose el acta de infracción respectiva.

Tampoco estaban permitidas las «menciones personales o saludos entre los actuantes, referencias familiares ni nada de tipo personal que carezca de sentido de interés general». Las reglamentaciones prohíben la superposición de voces a los temas (pisar) y recomiendan pasarlos completos, así como se dictaban normas para la apertura y el cierre de los programas, en las que se establece la manera de nombrar a los integrantes del equipo al tiempo que se pide sobriedad. Un documento especial contiene una compleja clasificación temática de los programas a fin de que, cuando fuera elevada la planilla semestral que informaba la programación de la radio, cada programa fuera sistematizado correctamente, pero obviamente no se podría incluir ningún espacio que no correspondiera a esa taxonomía. Las comunicaciones del COMFER incluyen también un glosario de palabras y expresiones en el lenguaje de los «jóvenes usuarios de drogas en la Argentina» que debe ser conocido por los locutores, así como la obligación de reemplazar la expresión *top* por *señal horaria* al nombrarla. En ocasiones de fiestas patrias, se informaba el *slogan* elegido para ese año, especialmente respecto de los actos militares con la obligación de ser difundidos. Se informa que en la radio no pueden entrar otros que no sean el personal. Todas cuestiones contenidas en la Circular 45/COMFER/76 y su ratificatoria circular 50/COMFER/76.

En algunas comunicaciones muy especiales, se alcanza a inferir que el COMFER ejercía, de por sí o con la ayuda de otros organismos, tareas de información tanto externa como interna acerca de la emisora. En ese sentido, así como algunas comunicaciones hacen referencia a errores en las prácticas de emisión, otros contienen observaciones acerca de prácticas propias de la radio que solamente podían ser conocidas por el organismo con ayuda de informantes internos.

Como nota de color, los archivos de la radio incluyen la notificación acerca de la suspensión a una locutora por llevar su bicicleta a través de los pasillos de la radio hasta el patio para guardarla allí. Den-

tro de las reglamentaciones internas resaltan especialmente los (escasos) permisos de vestimenta para los hombres en verano, así como la prohibición de tomar mate en dependencias de la radio. Y también copia de la furibunda carta del director al COMFER por permitir la inauguración de LU32, Radio Olavarría de la vecina ciudad. La relevancia de contar con un archivo tan completo y complejo sobre una emisora es un aspecto que no dejaremos de resaltar. Entendemos que es un caso nada común y por eso nos permitimos destacarlo. Es indudablemente un caudal de información a analizar que nos supera. Simplemente estamos en las fronteras de un territorio al que estamos intentando mapear. Y esta cartografía puede ser el borrador de estudios similares acerca de otras emisoras.

7. IMAGINARIOS SOCIALES DE RADIO Y VIDA

Formando parte de la compleja trama discursiva que articula la relación entre medios de comunicación (en este caso radiales) y audiencias, interesa comenzar a explorar las dimensiones de los imaginarios sociales⁶⁶ locales y regionales que referenciados en la emisora de marras arman un vínculo entre radio y *vida*. En octubre de 2017, Radio Azul cumplió 65 años en el aire y, como parte de las conmemoraciones, se realizó un ciclo de programas en el que se reprodujeron contenidos digitalizados en el marco de nuestros proyectos de rescate del acervo sonoro de la emisora. El ciclo se compuso de programas emitidos diariamente con una duración de una hora. Bajo el nombre *Radio Azul en la Memoria de sus Voces* el ciclo convocó a oyentes a ser partícipes de la experiencia de representar (traer nuevamente al presente) aportando narrativas, recuerdos, anécdotas que recrean las situaciones de escucha *original*, disparando un conjunto de memorias que se articulan con las historias de la ciudad, de la región y del país.

66. En lo conceptual, recuperamos los debates teóricos en torno de la noción de imaginario social, expresada principalmente en autores como Cornelius Castoriadis, Pierre Ansart, Eduardo Colombo. Los imaginarios sociales constituyen un sistema de representaciones y de prácticas históricas y culturalmente construidas y referenciadas que se erigen como arena de lucha y espacio de construcción de hegemonía/alternidades.

Nuestra participación en las conmemoraciones del aniversario de LU10 nos brindó la oportunidad de compartir horas *en el aire* con quienes fueron los primeros locutores de la emisora, constituyendo una inmejorable situación para el registro etnográfico audiovisual del acontecimiento, permitiendo la emergencia de narrativas que recreaban el quehacer radial de hace más de seis décadas, planteando un ida y vuelta con actuales oyentes que, viviendo o transitando la región de llegada de la onda radial, se afirman como seguidores de la programación de la radio por generaciones. Durante el transcurso de los festejos –que se extendieron desde las primeras horas de la mañana hasta el anochecer– estuvimos en presencia de discursos y de prácticas reveladoras de que los profundos lazos de afectividad no solo se expresaban entre quienes fueron sus primeros y actuales locutores u operadores técnicos y LU10, sino también entre una comunidad de oyentes y lo que denominan «su radio». Llamados telefónicos, mensajes de texto y de WhatsApp y toda suerte de presentes testimoniaban con una intensidad que puede ser leída en clave de lo popular definido en términos bajtinianos, un conjunto de significaciones en donde un medio de comunicación atraviesa y es interpretado desde el prisma de lo cotidiano, de lo cercano, hasta casi –diríamos– de lo parental. Uno de los puentes conceptuales mediante el cual se lo puede interpretar es lo que Martín Barbero (2003) denomina «entendimiento familiar de la realidad». Con este concepto el autor hace referencia al papel mediador que la familia tiene en la cultura popular, en tanto a través de ella «se vive la socialidad, esto es, la presencia ineludible y constante de la colectividad en la vida» (Barbero, 2003 b: 69). Así, el tiempo familiar es:

Ese tiempo a partir del cual el hombre se piensa social, un hombre que es ante todo un pariente. El parentesco funda la sociedad [...] engendra la solidaridad. De ahí que el tiempo familiar se reencuentre en el tiempo de la colectividad (Barbero, 2003 b: 69).

Junto a Richard Hoggart, nuestro autor sostiene que «los acontecimientos no son percibidos más que cuando afectan la vida del grupo familiar» (Barbero, 2003 b: 69). En nuestro caso, la familia y la radio (¿un *barrio de voces y sonidos* entendido como esa socialidad más ancha que la familiar pero menos extensa que lo social?) desplegándose no median-

te un registro escrito (como marca de la cultura dominante) sino oral, hecho resto y estilo, como sostiene Michel de Certeau. Un resto que es, explica Martín Barbero (2003):

Memoria de la experiencia [que] se deja decir solo en el relato. Resto de saberes inservibles a la colonización tecnológica, que así marginados cargan simbólicamente la cotidianeidad y la convierten en espacio de una creación muda y colectiva. Y un estilo: esquema de operaciones, maneras de caminar la ciudad, de habitar la casa, de ver la televisión, un estilo de intercambio social, de inventiva técnica y de resistencia moral (Barbero, 2003 b: 94).

Y de escuchar la radio, decimos nosotros.

8. CONCLUSIÓN

El material evanescente de las voces, los sonidos y la música, transportados desde dispositivos analógicos a otros digitales, va a permitir que LU10 Radio Azul recupere parte de los documentos que hacen a su propia historia, para ponerla en valor patrimonial y proceder a compartir y difundir la memoria sonora que es, al mismo tiempo, parte del tejido histórico local, parte de la urdimbre de la memoria de los azuleños. Interesa articular la dimensión simbólica con los imaginarios sociales. Se pretende, asimismo, evitar situaciones *sin retorno* o de difícil recuperación de la producción, como las ocurridas en emisoras radiales o canales de televisión de la región, en donde particulares se apropiaron de los materiales existentes en las plantas transmisoras ante el desinterés de la gerencia; o, en el peor de los casos, se destinaron los archivos a contenedores de basura, inhabilitando a las generaciones siguientes de disponer de ese conjunto de informaciones a las cuales, por derecho, les correspondería poder acceder. Desde esta posición es que deseamos compartir estas experiencias pues, si bien la convocatoria apuntada es un *escenario perfecto* (una radio que conserva archivos, con una conducción consciente de su valor y un adecuado equipo humano en la cercanía), entendemos que la experiencia puede replicarse en otras localidades en las que puedan hallarse similares situaciones, así como identificarse y conformar equipos de actores en condiciones análogas. El encuentro de

los participantes conlleva también el reconocimiento y la construcción de un camino para transitar juntos.

La recuperación de la memoria no es, a futuro, el único corolario de la actividad en sí pues los productos obtenidos pueden dar pie a nuevas producciones audiovisuales, ser utilizados como fuente en estudios históricos, aplicaciones docentes, operar como fuente en procesos judiciales, etc. Es nuestro interés colocar a disposición los protocolos elaborados para el desarrollo de las actividades realizadas en el marco de los proyectos, con la convicción teórica, metodológica y política de la necesidad de replicar esta experiencia en otros centros urbanos. Nuestro trabajo seguirá varias vías a futuro: por un lado, hacia la concreción de espacios digitales abiertos que garanticen el libre acceso a la documentación, como lugar de consulta obligada para el público en general, periodistas, académicos, investigadores, instituciones educativas de distintos niveles, personal ligado a la administración de justicia y, en el más amplio sentido, de objetivación del derecho a la información. Por otro lado, la de conformar un acervo documental que se constituya como fuente de insumos para interpretar los procesos de memoria y olvido en ciudades bonaerenses de rango intermedio y que aporte a las dinámicas de puesta en visibilidad de la información, que resulte clave para des-opacar entramados de espacios, tiempos y actores sociales en estos centros urbanos, apelando a la noción de imaginarios sociales referenciados en la cotidianeidad vinculada a la escucha radial. Una tercera vía apunta a conformar un equipo de trabajo especializado y ampliado, con capacidad de producir y ofrecer materiales de difusión y talleres de formación en las tareas de digitalización, maquetado y archivo a instituciones, entidades y agrupaciones sociales que lo requieran. Y una cuarta, que condensa las anteriores, es la reflexión y producción de conocimiento en torno a la especificidad de los archivos sonoros en tanto discursos constituyentes del entramado de sentidos que constituyen los procesos de memoria y olvido en los imaginarios sociales en nuestras ciudades de rango intermedio y se articulan con lo popular definido desde las visiones gramscianas y bajtinianas.

La recuperación de la memoria radiofónica implica la consideración de múltiples aspectos articulados que construyen al medio como experiencia compleja. El audio que persiste en los registros sonoros, la documentación gráfica, la representación social en las audiencias, la práctica

de sus trabajadores y el contexto social de actuación del medio son partes de un mosaico interdependiente. La dimensión política de los sonidos, textos, imágenes y testimonios recuperados, digitalizados y puestos en acceso libre, sus condiciones de producción, de selección de contenidos a ser preservados y la ventana sobre la realidad local y regional que construyen, permite repensar parte de la propia historia de la radio como la del tejido histórico local y de la memoria de las audiencias.

Radio Azul aparece como escenario donde se puede ir tejiendo la urdimbre de las sensibilidades populares locales, un *sensorium* fundamentalmente auditivo y oral, una escucha que es colectiva y se traduce en presencia ineludible y omnipresente en los pliegues de las temporalidades tanto individuales como institucionales, que son también sociales, en tanto otro discurso registra lo que no se decía en las calles. Quizás las expresiones de oyentes que sostienen que es «una radio nuestra, de toda la vida» o las de antiguos y actuales trabajadores de la emisora que afirman indubitadamente «mi vida es esta radio», sinteticen esas interpelaciones, atravesando micrófonos cuando el cartel iluminado anuncia que estamos *en el aire*, todas también son parte y están haciendo la historia.

9. BIBLIOGRAFÍA

ARABITO, Jorge (2016). «Las cátedras de radio en la recuperación de la memoria de las radios locales, una experiencia». En: IX Jornadas Universitarias La radio del Nuevo Siglo, Universidad Nacional de la Matanza. Buenos Aires, septiembre de 2016.

——— (2017). «Las memorias de las radios: rescate de los archivos de una antigua AM regional». En: XI Jornadas Universitarias de la Radio del Nuevo Siglo, Universidad Nacional de Jujuy. Jujuy, agosto y septiembre de 2017.

ARABITO, Jorge; Silvia Boggi y Ana Silva (2016). «Tecnología y recuperación de memoria: digitalización de medios gráficos como rescate y herramienta». En: Herrero, Daniel y Dalmolín, Bernadete (comps.). *Diálogos extensionistas en el Mercosur: conferencias y debates de las V Jornadas de Extensión del Mercosur*. Tandil: Unicen.

——— (2017). «Entre cintas, *cassettes* y vinilos. Memorias sonoras y patrimonio local y regional. La digitalización de los archivos de audio de LU 10 Radio Azul en el centro de la Provincia de Buenos Aires». En: Simposio Internacional de

- Patrimonio Cultural y Comunidad Local. Buenos Aires, 30 de noviembre y 01 de diciembre de 2017.
- _____ (2017). «Memorias y olvidos: digitalización de archivos de prensa del período de la dictadura en Argentina». *Morpheus. Estudos Interdisciplinares em Memoria Social*, vol. 9, n.º 16, pp. 210-224. Río de Janeiro: Unirio.
- _____ (2018). «Extender las memorias. Patrimonio sonoro local y regional: digitalización de archivos de LU10 Radio Azul Provincia de Buenos Aires». En: VI Jornadas de Extensión del Mercosur. Tandil, abril de 2018.
- BALSEBRE, Armand (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Editorial Cátedra.
- CASTELLS, Manuel (1999). *La era de la información. Vol. 1: La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- CASTILLO RIVERA, Elena (2012). «Disección sonora. Análisis de documentos fonográficos del archivo sonoro de la Red Radio Universidad de Guadalajara». *Cuadernos de Documentación Multimedia*, vol. 23, pp. 52-59. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. [Consulta: 10 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/41213/39410>
- DÍAZ EMPARANZA, Miguel (2012). «La digitalización de los soportes sonoros en archivos de radio» (Tesis doctoral). Universidad de Valladolid.
- DIOGO, Ligía y Paula Sibilia (2017). «Vitrinas de la intimidad en Internet: ¿imágenes para guardar o para mostrar?». En: Indij, Guido y Ana Silva (eds.). *Clic! Fotografía y sociedad*. Buenos Aires: La marca editora.
- FOUCAULT, Michel (2002). *Defender la sociedad*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- GARCÍA, Miguel Ángel (2011). «Archivos sonoros o la poética de un saber inacabado». *Artefilosofia. Revista de Estética e Filosofia da Arte do Programa de Pós-graduação em Estética e Filosofia da Arte-UFOP*, n.º 11, pp. 36-50. [Consulta: 04 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/raf/issue/view/57/showToc>
- JAMESON, Frederic (2005). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Editorial Paidós.
- LEÓN VILLAGRA, Mariana e Ignacio Ramos Rodillo (2011). «Sonidos de un Chile profundo: hacia un análisis crítico del archivo sonoro de música tradicional chilena en relación a la conformación del folclore en Chile». *Revista musical chilena*, vol. 65, n.º 215, pp. 23-39. [Consulta: 04 de octubre de 2021]. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So716-27902011000100002&lng=es&nrm=iso

- MANCHA SUÁREZ, Mateo (2007). «Los archivos del sonido y de la imagen: un reto para la archivística actual». *Revista Tria*, n.º 13 y n.º 14, pp. 177-202. Sevilla: Asociación de archiveros de Andalucía
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003 a). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Editorial Gustavo Gilli.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003 b). *Memoria narrativa e industria cultural*. Universidad del Valle, Cali, Colombia.
- PRIETO, Laura (2007). «Información y documentación radiofónica: espacios para un interés común. La experiencia de Radio Nacional de España». *El profesional de la información*, vol. 16, n.º 5, pp. 443-449.
- ULLATE ESTANYOL, Margarida y Adela De Bara (2015). «La conservación y la restauración de los documentos sonoros: hechos tangibles e intangibles». *Revista Unicum*, n.º 14, pp. 129-146. [Consulta: 10 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://raco.cat/index.php/UNICUM/article/view/305555>
- UNESCO (1980). Recomendación sobre la Salvaguardia y la Conservación de las Imágenes en Movimiento.
- VILCHES, Lorenzo (2001). «Tecnologías digitales al servicio de los archivos de imágenes». *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, n.º 27, pp. 133-150.

INTEGRAN EL EQUIPO DE TRABAJO (en diferentes etapas): Lic. Jorge Arabito, Lic. Silvia Boggi y Dra. Ana Silva (coordinadores); Lic. Eugenia Iturralde, Téc. en Comunicación Institucional y producción mediática Soledad Restivo, estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social Estefanía Schegtél, Eugenia Mocciaro, Paloma Ríos, Noelia Nazer, Evangelina Diéguez, Ariel Guerra, Edgardo Romero, Fernando González, Julián Jacinto, Guillermo Salguero, Jorge Urralburu y Jorgelina Pérez, Angela Gallardo, Iñaki Ruckert, Ignacio Medina, Tomás Correa (FACSO/UNICEN) e integrantes de la Cooperativa de Trabajo Radio Azul Ltda., representados por la Lic. Laura Barbalarga y Julio Fernández.

LA COMUNICACIÓN INDÍGENA EN EL ACTUAL MOMENTO HISTÓRICO⁶⁷

José Ignacio López Vigil

1. COMPAÑERAS Y COMPAÑEROS

Agradezco muy especialmente la invitación a esta Precumbre Continental de Comunicación Indígena, Originaria y Campesina... muy especialmente porque yo no soy indígena ni originario ni campesino.

Nací en Cuba. Cuando los españoles invadieron nuestras tierras, dicen que vivían en el Caribe unos quinientos mil indígenas, pueblos taínos, siboneyes y caribes. Otros calculan millón y medio. A los 50 años de colonia, no quedaba uno solo para contar lo ocurrido. Ni uno. Ni una. La viruela, los perros despedazadores, la pólvora y, sobre todo, la crueldad de aquellos hombres avariciosos arrasó con toda la población de las islas.

Luego trajeron encadenados a africanos y africanas para reemplazar la mano de obra esclava y continuar el genocidio.

* * *

Los organizadores de esta precumbre me han invitado a exponer en la mesa denominada «El papel de la comunicación indígena en el actual momento histórico de construcción de los estados plurinacionales».

Hagamos memoria. A Túpac Amaru lo descuartizaron entre cuatro caballos en la plaza cusqueña de Wacaypata. Antes de la ejecución, el visi-

67. Intervención en la Precumbre Continental de Comunicación Indígena, Originaria y Campesina, La Paz, Bolivia, 15-17 de septiembre 2014.

tador español José de Areche mandó que le cortaran la lengua. No quería que nadie escuchara su último grito de rebeldía.

Era el 18 de mayo de 1781. Ese mismo año, el 15 de noviembre, fue también ejecutado Túpac Katari aquí cerca, en el pueblo de Peñas. También le cortaron la lengua para ahogar sus últimas palabras de volver y ser millones.

Quechuas y aymaras unidos en la misma lucha de liberación y recibiendo el mismo castigo criminal.

Nos cortaron la lengua. Nos quisieron condenar al silencio. Nos mandaron a callar durante cinco siglos. Pero no obedecimos la orden. Resistimos.

Recuerdo el poema del peruano Alejandro Romualdo:

Lo pondrán en el centro de la plaza,
boca arriba, mirando al infinito.
Querrán descuartizarlo, triturarlo,
mancharlo, pisotearlo, desalmarlo.
Querrán romperlo y no podrán romperlo.
Querrán matarlo y no podrán matarlo
(Romualdo, 1958: 27).

Esa terca resistencia es la que nos permitió seguir hablando en los idiomas originarios y mantener la tradición oral de nuestros pueblos y contar, aunque fuese a media voz, las historias vivas de nuestros héroes y heroínas que ellos asesinaron. Esa misma resistencia es la que nos permite ahora recuperar nuestra palabra pública.

Porque no nos referimos a la palabra privada, a la que conversamos en casa a puerta cerrada. Ni a la que decimos con un grupo de compadres, de comadres.

Estamos hablando de la palabra pública, la palabra que muestra y demuestra el poder. Porque la palabra es poder. Y ustedes, comunicadores y comunicadoras, saben muy bien que sin palabra pública no existimos como pueblo, como nación. No somos.

La palabra pública está en la calle, en las plazas, en las marchas populares, en las tribunas políticas. Y está también a través de los medios de comunicación social, en la radio, en la televisión, en el cine, en Internet.

Por eso, la primera misión de los pueblos y nacionalidades indígenas es recuperar nuestras lenguas cortadas, recuperar la palabra pública que

nos fue prohibida, secuestrada, por los invasores de antes y por los que vinieron después de ellos.

Bolivia está dando ejemplo al mundo de democratización de la palabra al distribuir las frecuencias radioeléctricas. Hay que recordar que la primera radio alternativa de América Latina –la primera, la pionera en el continente– fue la boliviana Voz del Minero, que comenzó a transmitir en el campamento Siglo 20, a cuatro mil metros de altura, en 1947.

Hoy, después de casi siete décadas, existen muchas radios de los pueblos originarios, muchas radios comunitarias en los nueve departamentos bolivianos. Y espero que pronto muchas televisoras comunitarias también.

La ley boliviana, igual que la uruguaya, obliga a distribuir las frecuencias reservando un tercio del espectro para las comunidades, las organizaciones sociales, los pueblos originarios. Felicitaciones al gobierno de Bolivia por esa democratización de las frecuencias, por esa libertad de antena.

Pero hay muchos países de la patria grande, la mayoría, que siguen tolerando el monopolio de las frecuencias, la concentración de los medios de comunicación. Estoy pensando en México, en Brasil, en Paraguay, en Chile, en Guatemala, en Perú... países con gran población indígena que sigue condenada al silencio.

Así que, el primer desafío para estos compañeros y compañeras es pelear para cambiar esas leyes discriminadoras y poder contar con muchas, con muchísimas radios y medios de comunicación indígenas en Abya Yala. Esto es lo primero: tener boca, tener lengua para poder hablar.

Pero esto no basta. Hay que saber hablar. Hay que aprender a hablar. Porque a nosotros no nos cortaron la lengua. Pero, tal vez, nos ocurrió algo peor. Nos colonizaron la palabra.

Colonizar significa invadir, apropiarse de un territorio. En este caso, ellos invadieron también nuestra cultura. Nuestra forma de comunicarnos quedó afectada por el comportamiento del opresor. Con frecuencia y casi sin darnos cuenta, repetimos este comportamiento y nuestras palabras resultan coloniales. Y hay que descolonizarlas.

Descolonizar es no hablar como los colonizadores. Descolonizar es no seguir repitiendo las mañas de ellos y recuperar nuestros modos propios de comunicarnos.

Con mucho respeto y también con complicidad de compañero, me atrevo a proponerles cinco desafíos para quienes tienen medios de comunicación propios, radios indígenas, producción audiovisual indígena, páginas indígenas en la web.

2. LA PALABRA COLECTIVA

En nuestros países, los indígenas, y peor las indígenas, no podían levantar la voz, ni siquiera los ojos. El indio *igualado* era sometido a castigo. La única palabra la tenía el patrón, el hacendado. Y así, a base de golpes y gritos, nos fueron haciendo creer que quien tiene la autoridad tiene la razón.

Crecimos en ese clima de autoritarismo y nos contagiamos. Descuidamos la cultura del diálogo, la palabra compartida, la voz de la comunidad. ¿En qué se refleja esto? En los discursos donde no se toleran preguntas libres ni mucho menos opiniones contrarias. En los programas de radio donde no nos arriesgamos a debatir con quienes piensan distinto a nosotros. Solo abrimos los micrófonos a los del mismo color político o ideológico. En creer que tenemos la verdad absoluta y la palabra única. Hablo yo y los demás se callan.

Descolonizar la palabra significa superar los individualismos, los sectarismos y las arrogancias. No puede haber palabra única porque tampoco creemos en el pensamiento único.

Plurinacionalidad significa pluralismo. Diversidad de culturas y diversidad de opiniones, incluso discrepancia de opiniones.

La revolucionaria polaca Rosa Luxemburgo, contemporánea de Lenin y Trotsky, decía:

La libertad únicamente para los seguidores del gobierno, únicamente para los miembros de un partido, por más numerosos que sean, no es libertad. La libertad siempre es libertad para quienes piensan de manera diferente (Luxemburgo, 1922).

Lo revolucionario es el pluralismo, la plurinacionalidad de las palabras.

Si algo importante nos enseñaron nuestros antepasados es que la voz de la comunidad vale más que la de uno solo. Porque la cosmovisión indí-

gena siempre es plural, colectiva. Y un medio de comunicación indígena reflejará esa cosmovisión en todos sus programas.

3. LA PALABRA SENCILLA

Escucha los discursos de algunos dirigentes. Emplean palabras raras, sin color ni sabor ni peso ni medida. Hablan de *hermenéuticas*, *paradigmas*, *articulaciones*, *sinergias*, *resemantizaciones*...

Palabras inmateriales, grandilocuentes y abstractas. No hablan para hacerse entender, sino para demostrar que saben mucho. También los invasores hablaban así, con palabras incomprensibles, para deslumbrarnos. Para dominarnos.

¿Y cómo hablamos nosotros cuando nos invitan a dar un discurso? ¿Acaso nos ponemos a imitar ese lenguaje dominante? ¿Tal vez repetimos en nuestras comunidades la misma pedantería que escuchamos a quienes se sienten superiores por tener un cargo público o un uniforme?

Descolonizar la palabra es hablar sencillo. Escribir sencillo. Rescatar la frescura del lenguaje oral de nuestros abuelos y abuelas. Rescatar la sabiduría popular que se expresa en cuentos y leyendas, en metáforas, en picardías. En palabra concretas. En palabras con olor a tierra, con sabor a pueblo.

En español, si tú dices *caballo*, en mi imaginación yo veré un caballo, lo escucharé galopar, lo podré sentir, lo podré tocar. Pero si dices *equino*, yo no veré nada. Es una palabra sofisticada, innecesaria.

Nos hicieron creer que mientras más raro hablamos más cultura demostramos. Y es todo lo contrario. El lenguaje sencillo (no el simplón) es la clave de la comunicación. Es el lenguaje más culto porque todo el mundo lo entiende. Es el único lenguaje intercultural porque la verdadera cultura acerca no aleja.

Descolonizar la palabra es no tener ninguna vergüenza de hablar en nuestros idiomas, en aymara y quechua, en guaraní y en chiquitano, y en los 36 idiomas que se hablan en Bolivia. Defender nuestros idiomas. Y aprender todos los idiomas que podamos.

4. LA PALABRA ALEGRE

Me acuerdo cuando caminábamos por las callejuelas del Cusco. Un indiecito de apenas ocho o nueve años, que quería ganarse unos pesos, se nos acercó y ofreció como guía.

— A su derecha pueden ver el antiguo muro de los incas. Las piedras enganchan perfectas, ni un papelito puedes meter entre ellas.

— ¿Y éste de enfrente? —le preguntamos.

— A su izquierda tienen un muro con piedras mal puestas hecho por los españoles. Aquel lo hicieron mis abuelos, los incas. Y este otro, los *incapaces*.

Aquel changuito hacía la burla de los invasores. Y nos invitaba a abandonar las caras serias y solemnes que imitan la severidad de ellos. Quienes se creen superiores nunca ríen, porque creen que pierden autoridad. Quienes se creen superiores prohíben la risa y la fiesta, que han sido siempre nuestras mejores armas de resistencia.

Los chorotegas de Nicaragua bailaron el Güegüense para reírse del comendador español. Y las autoridades de Tlaxcala en México emitían decretos prohibiendo danzar porque los ridiculizaban ante los indígenas nahuas.

Bolivia fue especialista en burlarse de los dominadores. ¿Qué son las danzas del carnaval, las máscaras de diablos y morenos, más que una sátira a la corrupción de los gobernadores y a la pillería de los curas?

Descolonizar la palabra es abandonar esos tonos fríos y severos con que nos damos una falsa importancia y que son prestados de los invasores. Descolonizar la palabra es recuperar la risa y el humor cuando hablamos entre nosotros, compañeros y compañeras, para sentirnos fuertes. Y cuando hablamos frente a los enemigos para debilitarlos. Porque la risa fortalece y debilita según a quien se dirija.

5. LA PALABRA INCLUSIVA

A Túpac Amaru le cortaron la lengua en la plaza de Wacaypata. Pero antes, Micaela Bastidas, su indómita compañera, sufrió la misma crueldad.

A Micaela la recordamos menos. Y, sin embargo, si Túpac le hubiera hecho caso, si los rebeldes hubieran avanzado sobre el Cusco, otra sería la historia americana.

Un año más tarde, el 5 de septiembre de 1782, Bartolina Sisa y Gregoria Apaza fueron llevadas desnudas por estas calles de La Paz, torturadas, atadas a la cola de un caballo. Para callar los gritos de Bartolina los españoles le cortaron los pechos y le arrancaron la lengua. Después, la ahorcaron y descuartizaron. La misma suerte corrió la valiente Gregoria Apaza, hermana de Túpac Katari.

Por eso, el 5 de septiembre se conmemora el Día Internacional de la Mujer Indígena. Y saludamos desde ahora la feliz iniciativa de una emisora en manos de la confederación Bartolina Sisa.

Hay que despatriarcalizar la cultura y también la palabra. ¿Que cuando digo *hombre* ya incluyo a las mujeres? ¿Y por qué no al revés, que cuando diga *mujer* incluya a los varones? Ellas son el 52 % de la población. Y la mayoría gana.

Descolonizar la palabra es superar el sexismo del idioma que nos impusieron los invasores y darles a las mujeres el sitio que merecen en todo idioma. Esto supone, tanto para ellos como para ellas (porque el sexismo ha contaminado a ambos) rehabilitar nuestra forma de hablar y de escribir. Y referirnos a *chachas* y *warmis*, si somos aymaras. Y a *kgaris* y *warmis*, si somos quechuas. Y saludar a los *xiib* y a las *ch'up* si venimos de la cultura maya. Y a los *kuimba'e* y a las *cuñas* si hablamos guaraní. Y a los *wentrus* y a las *domos* si hablamos mapudungun. Y así podríamos hacer la lista de las 400 nacionalidades que habitan en Abya Yala, nuestra patria grande.

No habrá descolonización si la palabra no es inclusiva, si deja fuera a la mitad de la nación, de las naciones. El machismo es incompatible con la descolonización. El machismo es contrarevolucionario. Hablamos de interculturalidad. Pues la primera e indispensable interculturalidad se da en la relación democrática entre varones y mujeres, incluyendo a los hermanos y hermanas que tengan una orientación sexual diferente a la nuestra.

Liberar el lenguaje, asumir una forma de hablar inclusiva, es apenas el primer paso. El camino a seguir es la equidad de género en todos los terrenos. Se trata de cambiar la cabeza y los comportamientos patriarcales. Cambiar en el ámbito doméstico, donde ambos compartimos las tareas de la casa, la crianza de los hijos y las hijas, donde compartimos también

la administración del dinero. Y en el terreno laboral, donde hombres y mujeres reciben igual salario por igual trabajo. Y en el terreno político, donde candidatas y candidatos tienen las mismas oportunidades. Y en la relación de pareja, donde la violencia física y verbal y sexual se habrá eliminado como una costumbre indigna de un ser humano.

6. LA PALABRA DE LA PACHAMAMA

Al principio, las divinidades eran femeninas y fecundas. Son las mujeres las que guardan el cofre de la vida, así que era natural imaginar una gran diosa, útero universal del que todo nacía y al que todo regresaba. La Pachamama, la madre tierra.

En algunas culturas, eran parejas de dioses, ella y él, complementarios. Corazón del Cielo, Corazón de la Tierra. Luna y Sol, Mama Killa y Taita Inti. Pero con las guerras, hijas de la ambición de robar tierras y excedentes, hijas de la testosterona, los varones necesitaron dioses a su imagen y semejanza. Dioses violentos, coléricos, muchas veces genocidas.

Esa fue nuestra desgracia. Que los invasores llegaron con espadas en una mano y cruces en la otra. Nos predicaron un dios racista que justificaba la esclavitud de indios y negros. Un dios ladrón que bendecía el robo de todo un continente. Un dios que autorizaba las peores torturas, las peores matanzas. La voluntad de dios es que haya ricos y pobres, nos dijeron.

El arzobispo Desmond Tutu lo explicó así. «Ellos tenían la Biblia y nosotros teníamos la tierra. Y nos dijeron: “Cierren los ojos y recen”. Y cuando abrimos los ojos, ellos tenían la tierra y nosotros, la Biblia» (Galeano).

Los invasores y sus doctrineros no nos hablaron del verdadero Jesús, el profeta revolucionario de Nazaret, indígena de Palestina, que echó a los mercaderes del templo a latigazos y proclamó un reino de justicia en la tierra, aquí y ahora, donde a nadie le sobre para que a nadie le falte.

Descolonizar la palabra es también rechazar cualquier prédica religiosa que llame a la resignación, que hable de pecados y de infiernos. No necesitamos sacerdotes ni pastores, no necesitamos cruces ni teologías sangrientas, porque el verdadero Dios habita en nuestros corazones y es un Dios de vida y fertilidad. Una Diosa. La Pachamama.

* * *

Esta plática se tituló «El papel de la comunicación indígena en el actual momento histórico de construcción de los estados plurinacionales».

¿Cuál papel, cuáles desafíos? Recuperar nuestras lenguas cortadas, recuperar la palabra que nos negaron. Pero una palabra descolonizada, despatriarcalizada. Una palabra dicha en nuestros idiomas maternos, sencilla y alegre. Una palabra plural, pluralista, sin ningún temor a la diversidad de opiniones. Una palabra femenina y masculina, inclusiva. Una palabra liberadora y fecunda como nuestra madre tierra.

Muchas Gracias.

7. BIBLIOGRAFÍA

GALEANO, Eduardo. [Consulta: 10 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.arcoiris.com.co/2014/10/el-descubrimiento-de-america-por-eduardo-galeano/#:~:text=El%2012%20de%20octubre%20de,palabra%20Dios%20o%20Nuestro%20Se%C3%B1or.>

LUXEMBURGO, Rosa (1922). *La Revolución rusa. Una valoración crítica.*

ROMUALDO, Alejandro (1958). *Edición extraordinaria.* «Canto coral a Túpac Amaru, que es la libertad» Perú, pp. 27.

EJE 4

EL LUGAR Y LOS DESAFÍOS DE LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

LA RADIO UNIVERSITARIA Y LA GENERACIÓN DE COMUNIDADES PARTICIPATIVAS ALREDEDOR DE LOS PROGRAMAS SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO Y DIVERSIDAD

Verónica Orihuela Vera

1. INTRODUCCIÓN

La radio tiene entre sus funciones poner el arte y la cultura al alcance de todos. En el caso de la radio universitaria el objetivo se extiende a la discusión y análisis de temas coyunturales, la difusión de la ciencia, así como la promoción de los derechos humanos. En los últimos años han surgido movimientos de diferentes alcances, comunidades académicas, culturales y de diferentes ámbitos que buscan concientizar, educar y visibilizar los problemas relacionados con la violencia de género por el creciente número de actos violentos y falta de justicia de género. Aunque hay diferentes organizaciones civiles trabajando sobre el tema, no hay en la agenda nacional políticas suficientes para erradicar esta situación.

Los medios de comunicación en general tocan por encima el problema, mientras en las redes sociales se suscitan diferentes movimientos como #MeToo para denunciar casos de abuso, acoso y violencia. Sin embargo, hay un camino largo por andar que requiere tomar medidas estructurales y los medios juegan un papel fundamental en términos de difusión, análisis y educación.

En este sentido, se han generado diferentes alternativas en México como Violeta Radio, iniciativa ciudadana y académica para ser una emisora dedicada a los temas artísticos, culturales y relacionados con los derechos humanos de las mujeres. En este documento analizaremos un par de propuestas radiofónicas universitarias (*Rolas sin roles* de Concepto Radial y *RIU diversidad* de la Radio Internacional Universitaria. Red

de Redes) que abordan el tema en términos de información, discusión y análisis, así como desde la posibilidad de construcción de una comunidad participativa y empoderada para enfrentar este problema.

También analizaremos el papel de la academia y la necesidad de sostener una comunicación activa y constante entre medio, comunidad estudiantil y academia que permita enriquecer la información y ofrecer espacios de debate y análisis.

En los últimos años el movimiento feminista ha cobrado fuerza en el mundo a raíz de las denuncias hechas por personajes que se encuentran en el foro público. México no es la excepción y el tema de la violencia hacia las mujeres ha aumentado en número de víctimas y no de acciones, políticas y estrategias que permitan erradicar el problema.

Lo que abordamos aquí no es un análisis ni de la violencia de género ni del feminismo, hay muchos trabajos que se pueden consultar al respecto. Nos toca revisar cómo la radio universitaria –en su misión de abordar, promover y difundir los temas sociales– puede ser una estrategia no solo para educar, sino para generar una comunidad a través de sus diferentes brazos tecnológicos y sociales.

Para cualquiera que se dedique a la radio es fácil reconocer en las redes sociales digitales una gran posibilidad de contacto con el público. Si se llevan en forma estratégica y adecuada, es posible colocar en poco tiempo los programas y temas precisos en el debate público. Mejor aún, esas redes sociales permiten el contacto con otros programas en diferentes países que posiblemente alimenten e intercambien las experiencias del contenido.

En este sentido, lo anterior ocupa también el camino del trabajo en red de las radios universitarias a nivel nacional e internacional. El problema de la violencia de género no es solo en un continente, sucede en todo el mundo y por esa razón analizamos lo que están haciendo las redes de colaboración radiofónica universitaria y cómo esto genera una comunidad más global desde el caso del programa *Rolas sin roles* de Concepto Radial en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México (Tecnológico de Monterrey).

2. DE LA INTERACCIÓN A LA RECONFIGURACIÓN

Hasta hace unos años había cierta nostalgia por esa radio que se ejercía desde el *broadcasting* AM/FM donde los mensajes se desenvolvían con verticalidad y el oyente se mantenía atento ante los contenidos que podría replicar solo vía telefónica o por correo postal. Esto aventajaba la hegemonía mediática entre los radiodifusores. La moderna radio no solo es un *broadcasting* de antena, sino que va más allá de los hilos y cables a formatos binarios donde las posibilidades de interacción se multiplican en difusión y, sobre todo, en interconexión a dos niveles, el de los *emisores con otros emisores* y el de los *emisores con sus escuchas*.

2.1. LOS EMISORES CON OTROS EMISORES

Las primeras redes de colaboración surgen en Latinoamérica desde 2009 por la necesidad de realizar un trabajo común y visible (Giorgi, 2018: 136-137). Esto, sin duda, en uno de los puntos clave para impulsar la colaboración en las radios universitarias que trabajan con pocos recursos y desean tener un alcance y visibilidad mayor para cumplir con sus objetivos de difusión de las tareas universitarias y, más allá, promover la discusión y el debate de temas sociales que son comunes en los diferentes países.

En 2015 nació la Red de Radios Universitarias de México (RRUM) con una definición clara de objetivos:

Fortalecer la función social de la radio universitaria en radiodifusión nacional, propiciar el desarrollo de proyectos de cooperación y apoyo, colaborar de manera asociada en trabajo vinculado permanente para desarrollar la radio universitaria acorde con los cambios tecnológicos y sociales y desarrollar vínculos con organismos nacionales e internacionales afines.⁶⁸

Esta red –que tuvo su antecedente en el Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusión (SINPRIES), un sistema dependiente de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior

⁶⁸. Los objetivos están en los estatutos fundacionales de la Red de Radios Universitarias de México (RRUM).

(ANUIES)– se conforma hoy por más de 50 radios de diferentes ciudades y provincias y mantiene relación con la internacional RIU.

Con el entendido de la colaboración internacional más allá del medio radiofónico y el acompañamiento en la gestión de políticas dentro y fuera de las radios (Giorgi, 2018: 136), en 2017 se funda la Radio Internacional Universitaria Red de Redes (RIU) en Madrid, con la integración de radios latinoamericanas de México, Argentina, Chile, Colombia, Brasil y europeas como España, quien encabeza la presidencia, además de sumar la colaboración de Italia, Portugal y *Spanish Public Radio Foundation* de Chicago (Martín-Pena, 2018: 127).

La colaboración e interacción de las emisoras se hace necesaria para la cobertura de temas relevantes que tienen un impacto internacional y que se refieren a los recursos económicos y tecnológicos, que afectan directamente al trabajo radiofónico o a la sociedad porque:

La radio universitaria debe ser protagonista y formar parte de la discusión mediática con los otros medios, así abarcar temas que los demás no están dispuestos a informar. En ese sentido un aspecto y característica de las redes de colaboración es precisamente el de llevar a otras partes del mundo la información para que ésta pueda conocerse fuera de su entorno (Giorgi, 2018: 144).

Por tanto, la interacción que hay entre los propios emisores de las radios universitarias tiene importancia e impacto en los niveles económicos, tecnológicos y sociales en el entendido de que se hospedan en la casa universitaria formadora. Así nació *Somos RIU*, en 2017, una revista radiofónica realizada por distintas universidades de Argentina, Ecuador, México y España que no tiene un eje de contenido para cada emisión sino el ensamblaje de temas científicos, fenómenos sociales analizados desde la academia o la conmemoración de personajes, momentos o hechos relevantes al público internacional.

Un segundo ejercicio de la RIU es *Somos diversidad*, que en septiembre de 2019 revela sus ondas sonoras y es parte del esfuerzo para atender un problema necesario: la creciente violencia de género que se vive a nivel mundial y de la que pocos medios dan cuenta, salvo cuando hay manifestaciones y disturbios que afectan curiosamente las expresiones masculinas.

3. LOS EMISORES CON SUS ESCUCHAS, HOY USUARIOS

La *ciberradio*, como la llamó Cebrián, encontró en las nuevas tecnologías de información una extensión de sus formatos que permitiría la reconstrucción de mensajes y, desde luego, una reconfiguración o *hipertextualidad* de la composición radiofónica (Cebrián, 2008 citado en Kischinhevsky, 2016). Independientemente de lo cuestionable que pueda ser llenar de virtudes a las tecnologías de la información, es evidente la necesidad de colocar el contenido radiofónico en esas posibilidades de interacción que son las redes sociales digitales y adecuarse a formatos como los *podcast* para tener presencia en las generaciones más jóvenes habituadas a buscar contenido *compartible* o *shareable*⁶⁹ en dispositivos digitales que les permitan también compartir su propios mensajes, no en receptores como la radio y la televisión limitados en la interacción. El escucha tiene entonces la oportunidad de volverse emisor de mensajes sin tener que acceder directamente a un medio, ejemplo de ello son los famosos *Youtubers*.

Lo anterior desde luego tiene material de análisis. Primero, la forma súbita en que las audiencias se han convertido en usuarios (Kischinhevsky, 2016) y la comprensión teórica del fenómeno, aún precaria, ante la velocidad con que los mensajes inundan las redes sociales y estas, a su vez, se diversifican, antes que los clásicos medios masivos. Esto ha generado nuevos procesos en la producción de los contenidos informativos sobre todo y, desde luego, una organización de la agenda pública que ya comienza a definirse a partir de las tendencias de las redes sociales, por ejemplo, en Twitter.

Las audiencias jóvenes se han convertido en productores de contenidos que les interesan y de ahí la proliferación de formatos como el *podcast* con distintos géneros, temas y la segmentación de públicos ávidos de escuchar lo que realmente está en su radar de intereses.

Las radios universitarias que no se encuentran en el espectro radioeléctrico se han apoyado ahora en estos nuevos formatos para hacerse visibles, trascender las fronteras de lo meramente escolar, dejar de ser un

69. Entre los jóvenes mexicanos se ha configurado en el lenguaje usado para los contenidos digitales la palabra *shareable*, que define aquello que puede compartirse y tiene la calidad, subjetiva desde luego, para ser compartido entre las redes sociales.

laboratorio estudiantil para pasar a la escena de las discusiones que se encuentran en las redes sociales. No basta con tener un *streaming*, no basta el *broadcasting* AM/FM, hay que extender el brazo a los sitios web y compartir los contenidos en Twitter, Facebook y ahora en Instagram, y todavía más allá, hay que saber quienes están en las redes sociales o quiénes son los *influencers* para incluirlos en la conversación. Del contenido global que se desarrolla en las redes sociales, los hablantes de español ocupan el 4.9 %, si consideramos que en el mundo hay 2271 millones de usuarios en Facebook, Twitter 326 millones y en Instagram 1000 millones⁷⁰, estamos hablando de un potencial muy importante para colocar las producciones universitarias.

Aún hay poco terreno caminado y hay necesidades por conocer mejor las plataformas digitales y los lenguajes que prevalecen en estas, sin embargo, quienes han caminado el terreno han generado una comunidad entre quienes producen la radio y quienes escuchan y la leen en formatos digitales de distintos tipos. El alcance es inimaginable, pero, hoy por hoy, no existe un seguimiento teórico medible y práctico de las comunidades generadas en esta convivencia entre medios masivos tradicionales, medios digitales y los escuchas que se encuentran en las plataformas digitales.

Hay que atender cómo se están generando los grupos, las nuevas comunidades sociales y los símbolos que las representan para poder comprender movimientos como #MeToo que tienen un impacto importante y determina la agenda informativa.

4. #MeToo

En 2006 Tarana Burke generó el movimiento #MeToo con la misión de acompañar a mujeres jóvenes víctimas de violencia sexual en comunidades muy pobres habitadas principalmente por gente de piel oscura. De acuerdo a la propia Burke las dos palabras «*me too*» son la respuesta que debió dar a una niña adolescente que intentó platicarle la forma en que fue abusada por el novio de su madre. Ante la impotencia de escuchar la historia completa contada directamente por la chica, la activista decidió

70. Datos del reporte The global state of digital 2019 ofrecido por Hootsuite en enero.

turnarla a otra consejera y después pensó que debió decirle «me too [yo también]» fui abusada.⁷¹

El movimiento #MeToo se viralizó de manera rápida y dio origen a la organización sin fines de lucro con el mismo nombre y el objetivo de proveer recursos y acompañar a las víctimas de violencia sexual, para así crear una comunidad de sobrevivientes a estos ataques sexuales que puedan generar estrategias, a su vez, en las comunidades donde habitan.⁷²

En 2017 #MeToo recobró fuerza cuando las actrices comenzaron a denunciar a directores de cine por acoso sexual. Nuevamente se hizo viral y se expandió por todo el mundo. El *hashtag* sirvió para denunciar también abusos a integrantes de la comunidad LGBTQ y fueron señalados personajes del espectáculo y el mundo académico.

Un antecedente en Latinoamérica sucedió en 2016 cuando la activista colombiana Catalina Ruiz-Navarro había hecho viral en su país el *hashtag* «Mi primer acoso» para denunciar los constantes abusos sexuales de hombres a las mujeres. La etiqueta se convirtió en movimiento que trascendió fronteras y llegó hasta México para convertirse en bandera de miles que marcharon en abril de ese año para protestar por la situación.⁷³

En marzo de 2019, #MeToo en México adquirió una visión diferente a la que su creadora, Tarana Burke dio originalmente. Múltiples denuncias de acoso, abuso, violencia e incluso discriminaciones producidas por el hartazgo de las mujeres mexicanas ante la falta de justicia de género, salieron a la luz en Twitter con el *hashtag* «MeToo» acompañado de la palabra: escritores, músicos, cineastas, actores, presentadores de televisión, periodistas, fotógrafos, políticos. Más de 20 ocupaciones según el sitio Me Too Watch México.⁷⁴

Mientras las discusiones entre grupos feministas comenzaban a elevarse para definir si era adecuado o no usar el *hashtag* «MeToo» para denunciar o debían realizarse denuncias legales, el número de escritores, actores, músicos, conductores de televisión, periodistas conocidos por la sociedad mexicana fue creciendo. Entonces sucedió el caso del músico y

71. <https://metoomvmt.org/the-inception/>

72. <https://metoomvmt.org/about/>

73. https://verne.elpais.com/verne/2016/05/19/mexico/1463615258_699475.html

74. <http://www.metoowatch.mx/>

escritor Armando Vega Gil, quien se suicidó después de ser denunciado de forma anónima vía Twitter. Vega Gil se despidió en la misma red social avergonzado y manifestando los problemas personales causados por la denuncia. Por tratarse de un músico muy popular, la noticia conmocionó a muchos, la respuesta en las redes sociales mostró la polarización entre las mujeres que lo acusaron de martirizarse hasta quienes señalaron a las denunciantes como ejecutoras de una inquisición sobre el fuego de las redes sociales.

No hubo espacio noticioso que no organizara análisis, mesas de debate con feministas, intelectuales, académicos. La radio universitaria con sus posibilidades realizó análisis académicos, pero no fue más lejos. Quizá porque la agenda de las universidades sea otra, pero fue muy penoso saber que no hubo mayor eco en los espacios universitarios que por naturaleza debieran generar el análisis y debate de estos temas.

Si bien la respuesta no está en #MeToo, sí existe la atención para que los temas se discutan en las radios de corte universitario. Sí, se ha detonado en los medios comerciales un debate también, pero la necesidad de ir más allá persiste y ahí es donde recuperamos el objetivo de la radio universitaria para profundizar y propiciar la comprensión de los temas, además de mantener la apertura a posturas distintas.

5. LA RADIO UNIVERSITARIA Y LA SORORIDAD

La sociedad mexicana vio nacer en 2017 la primera estación de radio feminista, Violeta Radio, en el 106.1 de frecuencia modulada. Se trata de un esfuerzo importante ante la demanda de las mujeres por la difusión de contenidos basados en el género femenino, la necesidad de educación en el tema y, sobre todo, la información y análisis de la situación de violencia. Lamentablemente, por razones que desconocemos, no tiene aún una programación de contenidos.

Cuando hablamos de que las emisoras universitarias vayan en bloque para gestionar, pensamos en el tema político y social. Un problema como la violencia de género, además de no estar en el foco de la agenda pública y los noticiarios de radio comerciales (que muchas veces solo sirven para recordarnos las cifras), prescinde de la debida atención del Estado por lo que, en los últimos años, se han suscitado diversas movilizaciones para

visibilizar el tema y llamar la atención de medios y gobiernos en una convocatoria para elaborar nuevas estrategias y enfrentar el problema.

El 3 de marzo de 2019, *Foro de la Mujer*, de Radio UNAM, recibió el reconocimiento Memoria del Mundo, de la UNESCO, por su conservación como la primera serie radiofónica dedicada a los temas feministas. El programa data de los años 70, cuando los movimientos feministas comenzaban en México y estuvo al aire hasta 1986. Los tiempos y la tecnología han cambiado y de acuerdo con las líneas de algunas universidades o las propuestas directamente de académicos y/o estudiantes, se hace necesaria la inclusión de programas sobre género y diversidad.

La atención del tema requiere no solo nuevos espacios mediáticos generados para debatir el problema, sino que estos ayuden a conformar una comunidad diversa que participe activamente con la genuina intención de establecer la paz, resarcir el daño, respetar los derechos humanos de todos y, sobre todo, comprender que los cambios suceden empujados desde la sociedad. Las radios universitarias, con los brazos tecnológicos actuales, son una fuente perfecta para el nacimiento de convivencias naturales y constructivas.

En este sentido, el programa *Rolas sin roles* comenzó a transmitirse en 2018 por el *streaming* de Concepto Radial, la radio del Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México y se publicó en el portal de la emisora.⁷⁵ A decir de su productora y conductora, Fernanda Estrada, surgió a partir de las conversaciones entre amigas sobre la situación en temas de género y la necesidad de generar un espacio solo para tratar contenidos y música que conformaran un discurso radiofónico incluyente, así que el rango se extendió a la diversidad.⁷⁶ Iniciaron tres conductoras y, posteriormente, se fue extendiendo a más personas que participan en el programa para ayudar en las redes sociales o en la producción al aire del mismo, todas estudiantes.

Al mismo tiempo, a través de la relación que Concepto Radial tiene con Radio UNDAV de Argentina, durante la reunión de la RIU en la Universidad Nacional de Quilmes en 2018, se promovió el contacto entre *Rolas sin*

75. <http://www.conceptoradial.com/podcast/rolas-sin-roles/>

76. Entrevista a Fernanda Estrada, estudiante de la Licenciatura de Comunicación y Medios Digitales del Tecnológico de Monterrey. Ciudad de México, 24 de agosto 2019.

roles y Ecos de sororidad, programa de género con el que se encontraron diversos puntos en común como la violencia hacia las mujeres y la falta de estrategias por parte del Estado. Un punto relevante es la situación que describe Sara Mota, conductora del programa: aunque en los dos países hay mujeres en el Congreso o en el Parlamento, no se han visto cambios en las leyes ni estrategias que puedan ofrecer a la población femenina garantías a sus derechos humanos y libertad.⁷⁷

Fue a través de la difusión en las redes sociales que se fue generando una comunidad de escuchas y se ha tejido una red. A finales de julio un colectivo de artistas mujeres llamado Feminasty realizó un gran evento en el que expusieron obras plásticas, tocaron algunas bandas de mujeres, se presentó un *standup comedy* y el programa *Rolas sin roles* fue invitado a exponer y transmitir desde ese foro. El contacto surgió en las redes sociales, en ese algoritmo que reúne los temas afines y genera conexiones que, si los medios saben capitalizar positivamente, pueden impulsar comunidades de cambio y resistencia frente a un problema social como lo hemos visto en otros países.

Estas comunidades que se generan a través del programa de radio, su *podcast* y la difusión del mismo en las redes sociales han determinado, en ocasiones, el contenido del programa. Cuando observamos la escuálida agenda de los medios frente a la violencia de género, podemos entender que, cuando se abren espacios alternativos, haya una conexión casi natural e inmediata y se expresan en conjunto las necesidades.

El tema de las denuncias en las redes sociales a través del #MeToo detonó una crítica sobresaliente sobre la legalidad de estas plataformas digitales; se pedía que quienes denunciaban lo hicieran en el Ministerio Público, lo que desde luego es muy complicado si el sistema para denunciar está hecho por hombres y lo que prima es la descalificación hacia la mujer y los hechos punitivos para la denunciante. Una evidente necesidad entonces fue la de contar con una red como Activismo Jurídico que fue convocada por *Rolas sin roles* a una mesa de análisis sobre las denuncias a través del #MeToo con el antecedente de la muerte del músico Armando

77. Entrevista con Sara Mota, licenciada en Comunicación y Medios Digitales por el Tecnológico de Monterrey. Campus Ciudad de México, 24 de agosto 2019. Participa en el programa desde su inicio.

Vega Gil que se mencionó antes. El aporte del programa en esta parte, y de manera alterna por su productora, han sido las cápsulas o microprogramas sobre cómo denunciar sin correr el riesgo de ser revictimizada. Ahora, Activismo Jurídico es, desde luego, un generador de contenido indispensable para el programa.

La *sororidad*, que en la segunda definición de la Real Academia dice «relación de solidaridad o afecto entre mujeres, especialmente en la lucha por su empoderamiento»,⁷⁸ es un término poco usado en México. Sin embargo, las chicas de *Rolas sin roles* que lo comprendieron en su relación con *Ecos de sororidad* de Radio UNDAV, lo han significado en un evento al que convocaron en radio, *podcast* y redes sociales a las mujeres de la comunidad universitaria en el Tecnológico de Monterrey a comer pizza «entre hermanas».

La convocatoria realizada por *Rolas sin roles* para comer pizza y hablar entre hermanas, obedece a la búsqueda de espacios donde sentirse libres y poder hablar de los temas que elijan. Alrededor de 30 chicas se hicieron presentes, algunas llevaron pizzas, algún guacamole, otras músicas y algunas hicieron una gran manta con los mensajes que les nacía escribir.

Cuatro días antes de la reunión organizada por *Rolas sin roles* hubo una gran marcha de los grupos feministas en la Ciudad de México, que terminó en algunos disturbios, y que perdió su sentido en los medios de comunicación comerciales cuando estos se enfocaron en difundir la nota sobre un joven periodista de una de las dos televisoras más importantes del país, que había sido golpeado mientras cubría el evento en vivo frente a millones de televidentes. Por si eso no fuera suficiente para desviar la atención, otros periódicos, portales, televisoras, estaciones de radio y demás medios hicieron un esfuerzo poco común por describir la calamidad que resultaba de las pintadas hechas por manifestantes radicales, llamadas anarquistas, sobre la base del simbólico monumento que es el Ángel de la Independencia. Como si no fuera calamidad lo tendecioso de las notas y la absoluta ignorancia (voluntaria o no) de los feminicidios en México.

Los niveles de violencia hacia la mujer alcanzados en varios países, la carente atención de los grupos gubernamentales y la vuelta a una agenda

78. <https://dle.rae.es/?id=YQRfknk>

conservadora por políticos de diversas naciones que desean implantar de nuevo la cultura del *ama de casa* requieren una red, una comunidad que trascienda fronteras y medios a la altura de esa necesidad.

6. CONCLUSIONES

¿Las radios universitarias podemos con ese paquete? Sin ánimo de conferirles poderes y alcances imposibles, hay tres cosas fundamentales con que cuentan nuestras radios: la universidad con la academia siempre necesaria para dar contexto, análisis e investigación a los fenómenos sociales, estudiantes que están demostrando interés por hacer cambios con un conocimiento del código de comunicación que viste las redes sociales digitales y la infraestructura básica para difundir los mensajes adecuados y necesarios para profundizar en el tema. También se cuenta con las redes de radios que deben impulsar una labor en conjunto y trabajar en pro de la visibilidad de los problemas en los distintos países. El trabajo en red es muy necesario porque no todos pueden contar con los tres puntos anteriores y porque comparar los procesos sociales entre países a través del medio es también un ejercicio muy aleccionador.

Desde luego, hay que tomar en cuenta que la radio universitaria se enfrenta a muchos limitantes; empezando por los complicados apoyos financieros lo que deriva en carencia de tecnologías y colaboradores, las agendas universitarias que a veces están lejos de las necesidades sociales, el golpeteo político en algunos casos y la miopía, en ocasiones, de los propios responsables que ven en sus puestos un trampolín político más allá de un compromiso social.

Los encuentros universitarios radiofónicos deben proveer información y conocimiento.

Necesitamos un circuito universal de conexiones, incluyendo la habilidad parcial de traducir los conocimientos entre comunidades muy diferentes y diferenciadas a través del poder. Necesitamos el poder de las teorías críticas modernas sobre cómo son creados los significados y los cuerpos, no para negar los significados y los cuerpos, sino para vivir en significados y en cuerpos que tengan una oportunidad en el futuro (Haraway, 1995: 9).

Por último, será de gran valía recuperar la idea original de acompañar y hacer comunidad para generar herramientas que permitan enfrentar el dolor y con ello elaborar estrategias de paz.

7. BIBLIOGRAFÍA

- HOOTSUITE «The global state of digital 2019» (2019). [Consulta: 5 de julio de 2019]. Disponible en: <https://hootsuite.com/resources/digital-in-2019>
- GIORGI, Mario (2018). *Radios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones. [Consulta: 5 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://rdd.undav.edu.ar/pdfs/li23/li23.pdf>
- _____ (2018) «De cómo la RRULAC se transformó en la RIU». En: *Radios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones, pp. 136 y 137.
- HARAWAY, Donna (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres*. La invención de la naturaleza. Madrid: Cátedra.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo (2017). *Radio y medios sociales. Mediaciones e integraciones radiofónicas digitales*. Barcelona: OUC.
- ME TOO ABOUT (2019). Disponible en: <https://metoomvmt.org/about/>
- ME TOO THE INCEPTION (2019). Disponible en: <https://metoomvmt.org/the-inception/>
- ME TOO WATCH (2019). Disponible en: <http://www.metoowatch.mx/>
- MARTÍN-PENA, Daniel (2018). «Primeras experiencias radiofónicas universitarias iberoamericanas y evolución del trabajo en red». En: *Radios universitarias en marcha: hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones, pp. 127.
- MULATO, Abril (2016). «Verne». *El País*. [Consulta: 5 de octubre de 2021]. Disponible en: https://verne.elpais.com/verne/2016/05/19/mexico/1463615258_699475.html
- OBSERVATORIO CIUDADANO NACIONAL DEL FEMINICIDIO (2018). [Consulta: 5 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.observatoriofeminicidiomexico.org/>
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (s.f.). [Consulta: 5 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://dle.rae.es/?id=YQRfknk>

GÉNERO, ¿ESTÁS AHÍ?... INDAGACIONES SOBRE GÉNERO Y SEXUALIDADES EN LAS RADIOS UNIVERSITARIAS

Paula Morales

1. INTRODUCCIÓN

Esta ponencia se inscribe en un trabajo de investigación postdoctoral finalizado recientemente (CONICET abril 2017 - marzo 2019⁷⁹) y es parte de la línea de investigación que definimos como *Indagaciones sobre la perspectiva de género en radio. Un abordaje socio-semiótico desde el enfoque de transversalización*.

En la mencionada investigación estudiamos la condición sexo-genérica de nuestras emisoras universitarias, situando el análisis actual en los Servicios de Radio y Televisión (SRT) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), particularmente en sus dos emisoras (Radio Universidad AM 580 y Radio 102.3 FM Más que Música).

Durante las XII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo (2018) presentamos avances respecto de la categoría sexo-género en tanto condición transversal de nuestros proyectos radiofónicos universitarios (aunque a veces oculta o invisibilizada), sus alcances y limitaciones, las variables que involucra y las herramientas metodológicas con las que trabajamos a la hora de producir conocimiento situado en el contexto de emisoras marcadas por la ética pedagógica y de servicios de nuestras universidades.

79. Beca Interna Postdoctoral CONICET. Período 2017-2018. Dra. Paula Morales, dirigido por la Dra. Ammann Ana Beatriz y codirigido por la Dra. Boria Adriana.

Con ello dimos pié a un rico diálogo que nos condujo a reflexionar acerca de campos de indagaciones teóricas, éticas, políticas y pedagógicas a la hora de abordar transversalmente el fenómeno del género y las sexualidades.

Hoy nos interesa focalizar la discusión en los *modos* en que opera el *contexto enunciativo e institucional de las emisoras* en la configuración de un universo sociosimbólico-discursivo, tanto al aire como en las auto y hetero-percepciones que los profesionales del medio expresan cuando aluden al género y las sexualidades (en adelante GyS). Sobre este aspecto trabajaremos a continuación, recuperando resultados de la investigación y produciendo algunos interrogantes para su debate y revisión.

Uno de los objetivos específicos de nuestro trabajo fue indagar sobre los sentidos atribuidos a la perspectiva de género y sexualidades en el contexto enunciativo e institucional de las emisoras, mediante el abordaje sociodiscursivo de dos materialidades: entrevistas a profesionales del medio y registro de una muestra de la programación en emisiones al aire.

Nos interesaba encontrar un modo de *reconocer y analizar* las vinculaciones existentes entre los discursos emitidos en la programación, su contexto enunciativo y la dimensión institucional del medio.

Fue así como constituimos una muestra conformada por un total de emisiones al aire de 6750 minutos, correspondiente a ocho programas (4 AM y 4 FM)⁸⁰, de cuatro turnos (primera mañana, segunda mañana, siesta y vespertinos). Los períodos registrados fueron del 31/7/2017 al 4/8/2017 y del 4/9/2017 al 8/9/2017⁸¹; y un conjunto de entrevistas constituido por una muestra de 38 entrevistas, cubriendo los roles de: conducción, coconducción, locución, columnas, móviles, producción, redacción, operación y musicalización (33 entrevistas), y cargos administrativos, directivos y gerenciales (5 entrevistas). Las mismas tu-

80. Programas analizados: *Cara y cruz*, *Entre nosotros Rebeca*, *¿Qué pretende usted de mi?*, *Otra vuelta de tuerca* (AM 580) y *Ciudad despierta*, *Mirá quién habla*, *Subversiones y Nada del otro mundo* (FM 102.3).

81. En dicha muestra las unidades de análisis fueron 1) Apertura y cierre de programas, 2) Columnas de opinión y mesas de café o tertulias, 3) Diálogo radiofónico, comentarios y opiniones, 4) Entrevistas, 5) Crónicas y/o móviles, 6) Publicidad y 7) Música. No se consideraron a nivel analítico las artísticas, los segmentos informativos, ni los llamados de oyentes.

vieron lugar en las instalaciones de los SRT –entre agosto y octubre de 2017– y fueron protagonizadas por 19 mujeres, 18 hombres y 1 trans, con un promedio de 40 preguntas.

2. CONTEXTO ENUNCIATIVO E INSTITUCIONAL COMO CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Por *contexto enunciativo* entendemos todas aquellas condiciones de producción que intervienen en el dispositivo enunciativo radiofónico (Verón, 2013; Fernández, 2008) y propician la producción de sentido social bajo el lenguaje radiofónico. La combinatoria de los elementos propios de este lenguaje y la intertextualidad discursiva (verbal y no verbal) configuran un espacio característico dinámico y contingente, en el cual el dispositivo de enunciación opera.

Cuando hablamos de *contexto institucional* como categoría de análisis nos situamos en lo que se define como las condiciones institucionales de la enunciación radiofónica, es decir, las dimensiones que entran en juego y hacen posible la producción de sentido en radio: histórico-jurídica, técnica, laboral y productiva, política y simbólico económica.

Las percepciones sobre el género y las sexualidades vinculadas al hacer radiofónico, así como las modalidades que adquieren los discursos emitidos al aire que remiten a temas vinculados a GyS constituyen un material consistente a la hora de comprender como se configuran ambos contextos en las emisoras de nuestro análisis.

Una de las preguntas que realizamos en las entrevistas, inicialmente, participaba de nuestra guía de campo en tanto indicador de las modalidades del ejercicio de la violencia de género registradas por los profesionales. Con ella queríamos saber qué asociaban a la idea de violencia de género y cuáles eran las diferentes semantizaciones que los fenómenos que venimos estudiando (como la brecha salarial, la desigual distribución de la palabra, el androcentrismo mediatizado, la ridiculización, el menosprecio y la humillación, o incluso la violencia sexual y el acoso) adquirirían en la cultura profesional investigada.

Lo que inicialmente se presentó como pregunta asociada a prácticas fuera del aire, adquirió –respuesta tras respuesta– un carácter *transversal*. Lo que las personas entrevistadas iban develando configuraba no solo

un estado de situación del *clima laboral*, sino también la caracterización (y condición, incluso) de los *contextos enunciativos* en los cuales las salidas al aire se inscriben.

La pregunta se desglosó en varias partes. Primero les pedimos que pensarán en un espectro de prácticas, discursos y situaciones que hayan vivido en sus experiencias en los SRT y, allí, apuntalamos el sentido que nos interesaba: «¿Qué incomodidades podrías registrar? ¿En el espectro de *entre qué y qué* podrías situar experiencias que hayas vivido, discursos que hayas escuchado, prácticas que se hayan dado (repetida o excepcionalmente) que hayan generado incomodidad?». ⁸²

Los profesionales varones mencionaron haber sentido –al igual que las mujeres– mensajes políticos indirectos que llevarán a la autocensura y, particularmente como género masculino, se registra que percibieron como incomodidades las diferencias inter generacionales, faltas de respeto, descalificaciones sobre el rol de conducción ejercido, alusiones al éxito sexual de uno de los participantes del panel, incomodidades respecto de las asignaciones salariales, desconfianza sobre las llegadas tardes por cuidados de hijos/as a cargo y una sensación de enojo frente a la poca producción por parte del sector de periodistas, y el personalismo opinístico:

Entre varones, el trato en los equipos de trabajo puede asumir variantes como esta: «nunca tuve grandes disgustos ni me sentí mal. Por ahí me siento mal en dosis. (...) pasa lo mismo que pasa en todos los medios: que los periodistas no trabajan, no preparan las cosas, no producen, se creen que la radio es una mesa de café, venir y opinar, (...) mucho chiste, demasiado, una exageración, (...) y a veces siento o he sentido que las cosas que digo no les interesan los compañeros de la mesa (...) no te miran (...) son como islas, como discursos separados».

82. Respecto de esta pregunta, solo identidades masculinas y trans respondieron no registrar incomodidades explícitas o recordar vivencias.

Respecto de su percepción sobre incomodidades que no vivieron como protagonistas sino como testigos⁸³ mencionan haber visto el maltrato cotidiano hacia las mujeres, la humillación⁸⁴ por condición de ser mujeres, el machismo, sexismo, homofobia y misoginia, las indiferencias asociadas al rol profesional de las mujeres en la dinámica del equipo, los tratos misóginos de jefes, las calumnias por expresiones personales, alusiones a la apariencia corporal e insinuaciones sexuales⁸⁵ y episodios que implican insultos y humillación por parte de un jefe/conductor. Es importante resaltar aquí que el reconocimiento del rol como testigos de estas situaciones, evidencia que para los hombres no hay indiferencia sino incomodidad, aunque esto diste mucho de implicarles en la transformación cotidiana de los parámetros socioculturales que sostienen las violencias de género. Este registro de la convivencia laboral en clima de ejercicio de violencias de género se evidencia explícitamente cuando frente a la pregunta «Hablando en general, y sin la necesidad de mencionarles con nombre propio, ¿conocés o conociste colegas que hayan sufrido algún tipo de violencia de género o mencionado estar atravesando situaciones de violencia de género? ¿En su ámbito laboral o intrafamiliar?» respon-

83. Sobre el rol de testigos, una de las profesionales aporta un punto de vista relevante: «Es gravísima, más cuando se ejerce el poder y lo están ejerciendo sabiendo que es tu pan de cada día, (no solo la violencia verbal... todos los otros tipos de violencia son gravísimos) el destrato, la descalificación, vivir situaciones de violencia para con otros que es también una manera de ser violento indirectamente porque si vos estás trabajando con un grupo de personas y hay uno que se levanta, tira una silla contra la pared o se señala, se agarra *esta*, ¡tomá!, se agarra los testículos e insulta a otro compañero, y vos tenés que seguir en un ámbito de un programa de tres o cuatro horas, es muy difícil».

84. Una profesional expresa: «30 años transitando, y mayoritariamente con hombres, una carrera, una profesión o tu desempeño de laburo, y te lleva a saber cómo es el básico del macho. Entonces vos sabés que si vos decís ¡ah! ¡No! ¡Qué horror! Ahí perdiste... Entonces la búsqueda es esto, de no tomarlo a mal, pero tampoco dejarlo pasar y, bueno, ahí agudizar la inteligencia, la rapidez, el humor, un combo que vos lo vas ya activando como de manera normal –aunque no deba ser así– pero, justamente, por esto, por la convivencia que uno debe tener».

85. Una profesional de años reflexiona: «Cuando yo entré de pasante acá, hace 18 años, era terrible. Acá adentro era terrible, [...] los hombres de antes eran distintos entonces, era decirte lo que sea y vos callarte, y vos eras una nena, digamos. Yo he vivido situaciones donde he estado entre el canal (el estudio de TV) y afuera –son dos puertas– y te encierran ahí, te pechan y te dicen cosas. Yo tenía 18 años ¿a quién le iba a ir a decir? ¡No era como ahora! ¿A quién le ibas a ir a decir: “¡ay! me quisieron ¿qué?” Aparte, si te querías quedar no podías ni abrir la boca».

dieron en un 20 % que no (y de ese porcentaje, el 80 % fueron varones) y un 80 % que sí, referenciando por tal a la violencia verbal, miradas indiscretas («tal me miró mal»), exceso corporal («tal me tocó mal»), excesos de tono de voz al hablarle a una mujer, insultos a una trabajadora de menor jerarquía, provocándole llanto y angustia; y lineamientos editoriales referidos a no tratar temas vinculados a género y sexualidad en el programa. Quienes mencionan no haber registrado violencias de género, argumentan que no se enteraron de nada porque no les interesa «hacer radio pasillo», nunca les interesaron las situaciones particulares; no las registraron en la radio, pero sí en la tv. El porcentaje femenino que dice no haber registrado lo explica por el hecho de que no son muchas mujeres y no hay un vínculo ya que el contacto es escaso y se reduce al pase de turno.

Volviendo a la pregunta por las incomodidades, las profesionales que registran –diferencialmente de los varones– haber sufrido de manera permanente comentarios alusivos a su vida cotidiana, a su vida sexual, a su apariencia corporal y edad; incomodidades asociadas al rol profesional en la dinámica del equipo (por competición y defensa de nichos), haber tenido que escuchar chistes sobre la provocación femenina vinculada a causales de feminicidios y sentir una persistente incomodidad debido a la brecha discursiva entre el decir al aire y el *off* del micrófono. Estas situaciones llevan a muchas mujeres a vivir procesos de masculinización o aculturación femenina⁸⁶. En relación con prácticas que las profesionales vivenciaron de manera esporádica se encuentran insinuaciones sexuales de compañeros hacia mujeres, gestualidades e insultos aludiendo a la propia genitalidad, desprecio vinculado al rol profesional en la dinámica del equipo y descalificación sobre el trabajo.

Un conjunto de prácticas discursivo-enunciativas al aire y entre integrantes de los equipos de trabajo fueron aludidas por las profesionales como, por ejemplo, la desacreditación de temas propuestos por la con-

86. Una profesional expresa: «Respecto del trato con los compañeros, digamos, soy una mujer de 50 años y ya soy más *un Cacho* que una mujer, porque a eso te lleva este ámbito. A transformarte en algunas cuestiones, justamente para evitar esas situaciones donde a una la hacen sentir incómoda y tener que poner un freno con alguien que cotidianamente estás. Tenés que decir “yo acá, ¿cómo, inteligentemente, estoy en un ámbito donde la mayoría de los que trabajamos estamos mucho más tiempo en el ámbito de trabajo que en el hogar?”».

ducción femenina a través de la indiferencia o de la broma, o las insinuaciones sexuales a entrevistadas mujeres al aire. Este clima incide en la dificultad –para quienes llegan– para asumir negociaciones al aire sobre diferentes puntos de vista alrededor de un tema propuesto, cuando la tarea es de acompañamiento; o en la dificultad para cortar a alguien que está hablando, dar continuidad a un tema o conceder los turnos de la conversación cuando la conducción está a cargo de una mujer.

Ciertas incomodidades expresadas en las entrevistas tienen que ver con prácticas administrativo-institucionales como los ascensos sin sustento académico, el desprecio y falta de consideración de gente que está trabajando en la calle y las mujeres, en particular, para ofrecerles conducciones cuando ya cuentan con vasta trayectoria, la negativa de horas fijas de locución disponibles para el ascenso en la carrera y la necesidad de tener un contacto o *venia* de un jefe para acceder a un lugar expectable.

Respecto de las incomodidades expresadas por las entrevistadas sobre prácticas y políticas editoriales registramos la estructura de los programas que habilita el chiste fácil sobre género y diversidad sexual e inhabilita el lucimiento de las mujeres; la comparación y competición entre mujeres como criterio editorial para generar polémica y provocar momentos de intensidades variables en un programa; la asignación del trabajo que nadie quiere a las jóvenes que están empezando; la asociación del rol de locutora a la falta de inteligencia para hacer tareas que excedan la lectura de mensajes, HTM⁸⁷ o vías de comunicación; reducción de las tareas de las locutoras a tareas básicas (por ejemplo: «Pero si vos sos locutora, qué otra cosa podés hacer más que leer los datos del tiempo o repetir los teléfonos o leer los mensajes. Desde la inteligencia... en ese aspecto yo he sido insultada desde la inteligencia sin saber que bagaje cultural tenía yo»); la doble moral sobre el género que asume una posición discursivamente y al aire, y no la corresponde en otros niveles de acciones concretas en la empresa; la escasa cantidad de mujeres en la conducción de programas; el criterio de evitar mencionar el nombre propio de la /el locutor en los bloques musicales que presente; que las artísticas refuerzan la distribución predominantemente masculina de figuras al aire (apellidos); que

87. En lenguaje radiofónico significa hora, temperatura y humedad.

sean leídos mensajes transfóbicos al aire y que la musicalización no tenga un criterio inclusivo de género.

3. CONTEXTO INSTITUCIONAL Y ENUNCIATIVO EN LA CONFIGURACIÓN DE UN UNIVERSO DE SENTIDOS SOBRE GYS

Tras haber presentado el carácter transversal e interdependiente de ambos contextos en la producción de sentido mediatizada, podemos adentrarnos en los modos en que operaron (en las emisoras analizadas) y los resultados a los que arribamos. Si destacamos la distribución de voces por unidades de análisis podemos ver que:

Del total de 640 minutos en aperturas y cierres de la AM y de la FM, pudimos ver que la aparición de voces se presenta en la siguiente distribución: 23 masculinas y 5 femeninas (16 masculinas y 3 femeninas en AM y 7 masculinas y 2 femeninas en FM). Esto representa un 82 % de voces masculinas (28 voces en total) en las aperturas y cierres de programa y una subrepresentación femenina que no alcanza el 28 %.

La unidad de análisis «Columnas» asume un total de 340 minutos en una muestra de 6750 minutos, es decir, que representa el 5 % de la programación escuchada. Esta distribución se da en un 73 % en 3 programas conducidos por varones (*¿Qué pretende usted de mi?* 19 %, *Mirá quien habla* 36 % y *Nada del otro mundo* 18 %) y en un 27 % restante (*Cara y cruz* 7 %, *Entre nosotros Rebeca* 12 %, *Otra vuelta de tuerca* 4 % y *Subversiones* 4 %). Es llamativa la ausencia de columnas en el 43 % de la programación conducida por mujeres (programa *Ciudad despierta*) ya que, si nos guiamos por el criterio de presencia/ausencia de columnas en *magazines*, podemos ver que cuando son conducidos por varones (9 horas semanales), en el 100 % de los mismos hay columnas y, de hecho, las columnas que se presentan a lo largo de la semana de programación, se distribuyen en un 59 % en estos tres *magazines* (*¿Qué pretende usted de mi?*, *Mirá quien habla* y *Subversiones*).

La unidad de análisis «Comentarios y opiniones en diálogo radiofónico» constituye el 46 % del contenido emitido ya que asume un total de 3122 minutos en una muestra de 6750 minutos. Las voces que participan en esta unidad de análisis son 32. De ellas el 75 % son masculinas (24) y 25 % femeninas (8). Se registra ausencia de voces trans en la muestra se-

leccionada. Los roles desde los cuales asumen la enunciación representan una conducción en un 71 % masculina y en un 29 % femenina; una co-conducción 85 % masculina y 15 % femenina; una locución de turno con presencia en la muestra de 55 % masculina y 45 % femenina y una voz de personificación humorística masculina.

El total de minutos registrados en la unidad de análisis «Entrevistas» es de 1142, es decir, un 17 % de la programación. Porcentualmente, la distribución de voces que entrevistan y que son entrevistadas es de un 77 % de entrevistadores masculinos y un 23 % de entrevistadoras femeninas. Del 77 %, es decir, de las veces que los varones entrevistan, en un 74 % lo hacen tomando como fuentes a otros varones, y en un 26 % a mujeres. En el caso de las entrevistadoras mujeres en un 29 % entrevistan a otras mujeres y un 71 % de las veces a varones, confirmando la tendencia sexista en el reconocimiento de las voces con status de fuentes y desmitificando la idea de que las mujeres actúan corporativamente con otras mujeres cuando tienen a cargo la conducción de un programa.

La unidad de análisis «Crónicas y Móviles» abarca 213 minutos de la muestra, configurando el 3 % de la programación registrada. Las crónicas, en la muestra, presentaron seis movileros/as y cronistas: Jorge Vasallo y Valeria Gamboa, Bruno Suárez, Ariel Mansilla, Mario Navarro, Juan Manuel Fernández. De las 30 salidas al aire registradas, 19 corresponden a la voz masculina y 11 a la femenina, es decir 63 % y 37 %, respectivamente.

La unidad de análisis «Música» consigna 921 minutos, lo que representa un 14 % de la muestra total. Los separadores se presentaron 52 veces, el 75 % corresponde a voces masculinas (39 veces), el 24 % con voces femeninas (12 veces) y el 2 % con voces diversas (1 vez). Un dato interesante es que el 40 % de los separadores se escucharon en un mismo programa, que había implementado un mecanismo participativo de integración de la audiencia a la hora de producir las piezas artísticas que el programa luego llevaría al aire. De estos 21 separadores, ninguno fue elaborado con una voz femenina o trans. Todos los oyentes que participaron en esta edición técnica –y en el concurso que los seleccionó– fueron masculinos. Esto nos habla de la brecha digital y de género presente en el manejo de herramientas de edición sonoras de las audiencias universitarias, entre otros factores intervinientes. Respecto de los temas musicales, la muestra capturó 284. De estos temas musicales, los que remitían conceptual e

ideológicamente al tema tratado en el programa fueron 21. El resto (263) cumplieron una función estética. Dentro de los temas vinculados, la distribución asumió un 71 % de las veces (15) una interpretación hecha por voces masculinas y 29 % de las veces (6) por voces femeninas. Aquí, ninguna vez apareció una voz disidente bajo este criterio de concordancia temática al contenido del programa. Respecto de los temas musicales estéticos, en un 82 % de las veces fueron interpretados por voces masculinas (216 temas), 16 % por voces femeninas (43 temas) y solo un 2 % por voces disidentes.

Las publicidades asumen un total de 372 minutos en una muestra de 6750 minutos, es decir, que representa el 6 % de la programación escuchada. La distribución temática expresa el sexismo en la selección de las voces asociadas a los temas de las publicidades y propagandas. En solo 4 de los 34 rubros temáticos, las voces masculinas no tienen participación, es decir que participan del 88 % de las veces que se emite una publicidad al aire. Dentro de los 15 rubros que se presentan asumidos de manera mixta o alternada (según el caso) la tendencia muestra un 79 % de participaciones femeninas (repeticiones al oído) y un 21 % masculinas. Las PNT⁸⁸ se distribuyen en un 63 % para las voces masculinas (33) y un 37 % femeninas (19). No hay registro de voces trans en la muestra. Asimismo hay rubros que marcan un desplazamiento, como por ejemplo: la difusión de información institucional de la UNC (cursos, presentaciones, campañas y concursos) es asumida en un 87 % por mujeres (similar al 90 % de las veces que voces femeninas difunden los eventos editoriales o culturales del columnista Saravia) y la tendencia se contrasta con un igual porcentaje para el rubro de difusión de publicidad política (candidaturas) a favor de voces masculinas, un 86 % en Telefonía (*apps* y negocios asociados) o un 95 % en turismo comercial. Este último ejemplo demuestra la dispar distribución de la pauta publicitaria en las voces y su retribución económica y simbólica.

A nivel institucional, en esta distribución de roles sexuados, la conformación de los equipos de trabajo y en la conducción de la programación

88. En la jerga radiofónica, PNT significa Publicidad No Tradicional.

es otro indicador importante. De un total de 22 horas y 30 minutos semanales registradas, la distribución de géneros asociada a la conducción de programas evidencia un 70 % de conducción masculina y un 30 % femenina. Uno de los conductores ilustra: «Es un lugar donde está todo bien y a la hora que se prende el micrófono es el primero que mete el pecho, digamos... se define quien conduce un programa con el primero que mete el pecho». De ese 70 % (15 horas y 30 minutos) el 55 % (8 horas y 30 minutos) corresponden a *magazines* y el 45 % a programas periodísticos. En el caso de las conducciones femeninas se focalizan en un 100 % en *magazines*, lo cual indica que la concentración de la programación periodística (en un 100 %) está asignada a conducciones masculinas.

Los equipos de trabajo están conformados por quienes desarrollan la conducción, coconducción, locución, columnas, móviles, producción, redacción, operación y musicalización. En la muestra la distribución de roles se ve atravesada por una sexualización de las tareas, evidencia que puede constatare en la siguiente asignación: la distribución de roles presenta una conducción marcadamente masculinizada, arrojando un 67 % de conducciones masculinas en estos segmentos, frente a un 33 % de femeninas (de un total de 8 voces, 6 masculinas y 2 femeninas) y una tendencia similar en la coconducción, con un 75 % masculinas y 25 % femeninas (15 voces, 12 masculinas y 3 femeninas).⁸⁹ Sobre las tareas de operación y musicalización la muestra capturada registró una asignación 100 % masculina, aunque en datos del período existe evidencia de que en la musicalización hay una mujer en función. Sobre el desarrollo de la locución, columnas, móviles, producción y redacción, la distribución se desglosa en el análisis de cada unidad de análisis.

Cuando preguntamos «¿cómo describirías tu participación actual en los SRT? ¿Cuáles son tus actividades, tus rutinas, horarios? ¿A qué te de-

89. Es importante rescatar la voz de un entrevistado que describe su percepción sobre la distribución de voces en la programación: «Todas las mujeres que están haciendo aire frente al micrófono están un sábado». Incluso en la frecuencia FM una entrevistada confirma «No hay más mujeres que conduzcan. Las dos los sábados. Y en la semana, olvídate, no». Este dato es percibido por uno de los columnistas de manera parcial, pero significativa: «Me parece que la FM, especialmente con la visión que tiene, con la línea editorial distinta que tiene, es distinta de la AM [...] por otra parte, no tiene sentada en la silla de conductora a ninguna mujer; y creo que eso sería necesario».

dicás actualmente en los SRT?»> tuvimos en cuenta el lugar de trabajo los horarios (turno matutino, vespertino o nocturno) y la modalidad de contratación (con horario fijo, flexible, contemplativa de margen en horario de llegada o de salida).

La muestra de las entrevistas presentó en el rol de producción y coordinación general de programas a 66 % varones y 33 % mujeres. La producción musical, de contenidos, redacción de noticias, edición de sonido, de mensajes, manejo de redes es mayoritariamente femenina. Además de esto, las productoras realizan otras tareas que exceden el rol de producción y son percibidas como ajenas a la tarea encomendada. Las realizan igual porque es la forma de ascenso en las lógicas de reconocimiento internas y estas son, por ejemplo, la atención del teléfono, asumir breves participaciones al aire o realizar favores personales al conductor del programa. La responsable del servicio informativo –es decir, su productora general– es una mujer, quien también tiene la responsabilidad de editar contenidos periodísticos.

Sobre el modo de ingreso a estas emisoras, se registraron 50 respuestas, de las cuales solo las mujeres accedieron presentando un *curriculum vitae* o por selección en el contexto de una pasantía. También solo las mujeres ingresaron por haber sido presentadas por sus esposos⁹⁰ o sus padres, no registrándose caso alguno a la inversa. De los ítems que podrían asociarse a modos de ingreso meritocráticos o nombrados por las personas entrevistadas como el «esfuerzo personal», en su totalidad fueron mencionados por varones.

«¿Trabajás la preproducción del programa en tu casa?». La tendencia es afirmativa, las personas entrevistadas describen una producción latente, 24 horas, desde casa y pendientes del teléfono. Solo los varones mencionan preproducir esporádicamente. En el caso de la preproducción que implica contacto con pares o jefes, el 100 % de quienes lo mencionaron

90. Ilustrativamente una columnista expresa: «Mi llegada como columnista fue absolutamente casual porque el hijo del [conductor] es amigo de mi hijo más grande –o sea, empezaron primer grado juntos– y los dos eran nuevos. [...] Un día vino a casa [...] mi marido –que es muy de radio– enseguida detectó [el programa], entonces lo escuchaba y un día lo encaró [al conductor] y le comentó. Me hicieron una entrevista en el programa y, bueno, se ve que estuvo buena la entrevista».

fueron mujeres y este mismo porcentaje se puede encontrar entre quienes mencionan producir guiones en dichas instancias.

Cuando indagamos sobre cómo influyen las rutinas cotidianas en ese «trabajar desde casa» encontramos que solo las mujeres mencionan que ven afectado su descanso, las mismas rutinas domésticas familiares o poder planificar actividades con la familia. Solo fueron varones quienes registraron no ver influenciado su trabajar desde casa por las rutinas cotidianas e incluso fueron los únicos que asociaron el trabajar desde casa con disfrutar de la tranquilidad para trabajar o estar más tiempo con sus hijos. Un testimonio fue revelador. Una movilera analiza que las rutinas de llevar el trabajo a casa le quitan indudablemente tiempo que desearía dedicar a su pequeña hija, asocia este evento en su vida, el ser madre, como un «antes y un después»⁹¹ y lo relaciona con la dedicación

91. Esta idea de un antes y un después de la llegada de un hijo o hija, aparece recurrentemente en varones y mujeres. Cuando preguntamos si, al convertirse en padres o madres – profesionalmente hablando– tuvieron que hacer algunos cambios de horarios o desplegar algunas estrategias, encontramos que los varones registran la suerte de la llegada en condiciones materiales y profesionales de estabilidad y hasta reconocimiento laboral ya capitalizado: «Tuve suerte, porque me llegaron grandes, viejo yo. Me casé grande, tuve hijas de grande, con lo cual también tenía un poquito más de espalda: tenía ya un nombre y mejores condiciones laborales, económicas. [...] Justo me fui de la empresa en la que había trabajado durante 11 años–. Muchas de las cosas que hago con ellas no las podría hacer si tuviera que cumplir un horario fijo y una cosa tan esclavizante»; o su posibilidad de negociar condiciones particulares a las que se vieron expuestos en su rol de paternar: «Desde que entré tuve que pensar de qué manera hacía las dos cosas durante la mañana e incluso a la tarde, cuando vuelvo, es lo mismo. Antes cuando me plantearon ciertos horarios yo no pude porque More entraba a una hora, la tenía que llevar a la escuela y no podía– ahora no porque está en la secundaria–. Entonces, en un momento, el programa me planteó que empiece a la 1. El tema es que ella entraba 12:30. La dejaba en el colegio y no llegaba acá a la una. Entonces, logré arreglar para que hubiera como una cápsula que me permitiera a mí empezar a la una y cuarto. Tener ese margen. Hubo una negociación en torno a eso. [...] Durante toda esa etapa de la primaria era como ir acomodando». Para las mujeres, el impacto tiene repercusiones en la conciliación cotidiana de la vida de criadoras-cuidadoras y la profesional. Una de las trabajadoras relata: «Otro gran cambio fue cuando fui madre, que claramente cambió todo lo conocido, porque siempre cuando hablamos de espejismo, de igualdad, creo que yo lo sufrí en carne propia, creyendo que yo podía ir y venir, hacer, deshacer, hoy quiero ser científica, mañana comunicadora y esto y lo otro y yo puedo y yo... y, de repente, cuando tenés hijos [...] te sentís ahí, como en una especie de cárcel –con todo el amor del mundo–, pero es como que yo ahí viví en carne propia lo que es el trabajo doméstico no remunerado y su impacto».

al trabajo⁹² (cantidad de información que consume, concentración que logra, etc.). Este dato, leído desde una perspectiva productivista, puede exponer y hasta perjudicar a las trabajadoras de una empresa. Sin embargo, desnuda el meollo de una cuestión paradójica: los servicios de radio y televisión (SRT) se perciben como una gran familia⁹³, muchos pasajes de las entrevistas mencionan incluso bromas y alusiones a conductoras que ofician de «madres», coconductores que son «como hermanos» y hay evidencia de ingresos por línea filial. En este contexto, el desconocimiento de lo que implica para las trabajadoras el evento de la maternidad es un gesto político-institucional que expone una crueldad inconsciente. Las políticas de acción positivas para las mujeres madres profesionales no son una reivindicación sectorial sino la respuesta legal y legítima correcta en un paradigma sociocultural donde las mujeres somos aún las principales responsables de las tareas de cuidado familiar. Las empresas que desconocen este dato y el impacto de las tareas de cuidado en el rendimiento profesional de sus trabajadoras solo ayudan a ensanchar la brecha

92. Una productora comenta: «La reproducción... es complicado, si, es re complicado. Y bueno trato de acomodarme. Tengo una nena que llega a las 17:30, la otra va a la mañana. Después de que ella llega y le hago la leche y todo eso, me empiezo a sentar. Bueno, ahora con el teléfono es más práctico, me resulta más práctico chequear un par de páginas y ya desde mi teléfono mando mensajes, mando [mensajes] por WhatsApp o mando audios o, eventualmente, hago una llamada. Pero, últimamente, me pasa que no tengo tiempo, nunca termino de sentarme en la computadora, por ejemplo, donde sería más cómodo para mí. Entonces voy pivoteando en la casa a medida que me van necesitando, con el teléfono en la mano, haciendo la tarea (la de ella) y tratando de ser madre, digamos, con tareas de la escuela, los baños, después viene la cena, cuando te diste cuenta son las 9 de la noche y estás todavía pegada al teléfono haciendo llamadas o recibiendo algún mensaje, recibiendo una respuesta».

93. Diversos profesionales lo describen así: «Estamos tantas horas –en algunos casos, incluso mucho más que con nuestras familias– que esto termina siendo una gran familia; con sus conflictos, con sus desavenencias, con sus aciertos y con sus diálogos y con sus cuestiones a resolver como cualquiera otra, nada más que nosotros somos una familia de 300»; «siempre nos manejamos como si fuéramos una empresa familiar, entonces todo acá es de favor y todo es pidiéndonos de amigos que me hagan la gamba». «Yo diría que, un poco, el rol de productor es el rol de niño (risas), ya sé porque, hay veces que se pierde... en el momento capaz no te das cuenta de que estás al aire o fuera de aire, sobretodo fuera de aire y pasa el tiempo y tenés que meter un montón de cosas, entonces como que el rol del productor es estar ahí diciendo «che, tiene que salir esto». En mi caso particular siempre me sentí como un padre, una madre soltera de cuatro bebés de 45 años, porque a veces llegaban tarde, a veces comían en el micrófono, a veces pasaban media hora fuera del aire y vos tenés que estar ahí, como, diciendo «tenés que entrar».

de género en el acceso, permanencia, regreso luego de las licencias por parto⁹⁴ y ascenso⁹⁵ en igualdad de condiciones. Una profesional de cargo intermedio describe:

Recién ahora, cuando mis hijos empezaron a ser más grandes, empecé a agarrar más cosas. Pero sí me perdí muchos años de capacitación y de un montón de cosas por tener a mis hijos [...]. Capacitaciones que competían con el horario familiar, en la UNC gratis, yo vivía acá, en Marqués, con mi hijo, 8 hs, no podía [...] me hubiese encantado que hubiesen podido venir en el horario de trabajo a poder darnos una hora de alguna de esas capacitaciones.

94. Una de las profesionales relata el período postparto: «Creo que lo borré de mi memoria. Es complicado, siempre es complicado, sobre todo adaptarse al regreso cuando ya sos otra persona. [...] Volver a trabajar y, bueno, tratar de equilibrar –digo yo, en realidad es tratar de hacer equilibrio– entre tus tareas como mujer, como madre, como productora que seguís siendo o periodista que seguís siendo. Se produce un cambio importante en la vida de uno, en la cuestión emocional también y, bueno, uno trata de... Obviamente, acá seguís siendo la misma, seguís siendo la productora y nada más, no ha cambiado nada, eso uno lo nota, tiene que... digamos, nadie ve *que las cosas son distintas* cuando uno vuelve. Te la arreglás medio sola también.

95. Las barreras para los ascensos podrían encuadrarse en lo conocido como el techo de cristal: «Presenté un proyecto donde pudiese traer [...] la agenda cultural de Córdoba [...] entrevistaba a personas que tuviesen que ver con esas actividades [...] se mostró muy interesado el público, se empezó a mover el teléfono que en ese horario no se movía, [...] ese *feedback* que alimenta a la radio. Bueno en ese período sí pudimos hacer, hacíamos sorteos [...] música en vivo. [...] Y por supuesto que no es que me pagaban aparte por eso, me pagaban por cubrir las horas –la misma cantidad– pero bueno, lo hacía por gusto, porque te pasa mucho más rápido y porque crecés, porque no sentís que tenés un *techo* sino que aprendés todo el tiempo, conocés gente, aprendés a entrevistar, a mí me encanta entrevistar. [...] Por cambios estructurales o de gerencias, [...] se cambió todo, ahora vuelvo a presentar los temas únicamente». Otra profesional, más antigua en el medio, comenta: «Tengo la sensación de que todo me lo tengo que ir ganando con el hacer. [*x programa*] podría haber sido el gran hito porque fueron muchos años de la tele, cuando la tele sobre todo era convocante, todos los años que tiene [*el programa*] que nunca salió del aire, eso debería haberme abierto puertas. Sin embargo... sobre todo por la exposición que el programa siempre tuvo, el *rating*; no? [...] Pero no, yo siento eso, que todo lo que me sale, todas las cosas nuevas, todo me lo tengo que ganar, por una cuestión de... de nada, de trabajo o de azar o de lo que sea, *siento que nada me abre las puertas*. Capaz que un [*x programa*], que es el programa que amo mucho; ese programa... ¡sí! ahí está, ese programa sí es un hito. Porque yo soy una referente gracias a ese programa, soy una referente».

En el ejemplo posterior se ve claramente también como la profesional reconoce haber diseñado un mapa donde no cabía la conciliación de tiempos laborales y familiares «en mi caso, por ejemplo, prioricé el trabajo a la formación de una familia, no te niego que con cierto arrepentimiento –a mis 52 años–, pero sí duele la estigmatización de cualquiera de las dos observaciones, que no me lo han hecho directamente, pero sí indirectamente».

Los gurúes del teletrabajo describen una idealización de la maximización de los tiempos personales-profesionales y la reducción de gastos para las empresas, y ese discurso cala en algunas de las personas entrevistadas:

Pero la redacción yo la podría hacer en mi casa. No tendría los insumos que me dan en la empresa [...] los insumos que tiene la empresa, el Internet, la computadora, el teléfono, la impresora [...] bueno la impresora sí, pero incluso hasta la podés tirar por Internet la orden a la impresora.

Estas medidas comienzan a asociarse a las respuestas que el colectivo de las mujeres y disidencias demandan. Estos paliativos desresponsabilizan a las empresas mediáticas en un posicionamiento justo sobre sus profesionales mujeres y corren el foco del rol activo que deben cumplir, incluso, como responsabilidad social empresaria. Es interesante pensar el teletrabajo en situaciones puntuales, ciclos eventuales que las y los trabajadores requieran, pero como política empresaria nos conduce a la discusión sobre la presencia/ausencia en los espacios de trabajo donde «meter un bocadillo», sistemáticamente, puede ayudarnos a pasar de ser buenas columnistas a nuevas coconductoras.

En la cultura profesional el tema de la incidencia de los y las hijas en las carreras profesionales es prácticamente «un tema de mujeres» y en las entrevistas realizadas pudimos ver que mujeres y varones registran su cuidado como «tenerles a cargo». Es interesante el caso de que solo varones (padres), ante la pregunta que indagaba sobre si tenían personas a cargo, responden que no, y a lo largo de la entrevista desarrollan respuestas que los involucran con niños/as bajo su cuidado en el rol de paternar. Muchos, incluso, responden que no tienen empleados/as o asistentes/as a cargo o que a cargo se encuentra su pareja (aludiendo a aspectos económicos).

Sobre el cuidado de niños/as, las mujeres son quienes detallan cómo se organizan para cubrir el horario laboral, involucrando en esa organización su delegación que recae en otro familiar o niñera (a tiempo parcial), en la negociación con un par afectivo o en la guardería.⁹⁶

Además de comprender cómo articulan estas profesionales las condiciones para poder llegar al trabajo y permanecer en él, hay una deriva que apareció en las entrevistas y tiene que ver con jerarquizar tareas y agendas profesionales. Las profesionales mujeres producen el contenido mientras sus hijos/as están en casa, guionan sus salidas al aire cuando alguien más los y las cuida, producen el contenido mientras sus hijos/as duermen⁹⁷ e incluso esquematizan y jerarquizan ideas en el momento de darse un baño. Para esto, además, mencionan distribuir los días de la semana para otras actividades profesionales (más), renuncian a otras actividades remuneradas para cumplir el horario, reducen voluntariamente la

96. «Como *no existe una guardería acá* [...] para mí fue muy difícil. Cuando yo tuve a mi hijo, cuando tuve al primer hijo, fue muy movilizador porque yo trabajaba acá 10 horas y, bueno, dije “listo chau, yo me dedico a mi hijo, trabajo 6 horas y no” [...] y, bueno, fue todo un problema acá porque era demasiado, pero yo no lo podía hacer porque realmente para mí era desgarrador dejarlo. [...] Para mí era complicado. Y ahí me bajaron muuucho el sueldo, por ejemplo. Ahí yo decía “cómo no hay algo acá, en la misma empresa, que me facilitara tener a mi hijo acá, a mano, más cerquita, o poder salir a llevarlo al colegio”. [...] Acá hay mucha gente que lo hace, solamente que me parece que es la cuestión que pasa por uno [...] sí, me hubiese gustado si me decían, bueno, hacé 10 hs pero sí, volverte a comer a tu casa; sí, podés llevar a tu hijo al colegio, algo que a mí me facilitara». Otra profesional recuerda: «Mis hijos son grandes, por lo que yo puedo hablar... ahora lo manejo libremente. En su momento fue difícil. [...] Me salta el tema de la culpa con mi hijo mayor [...] porque con él, los primeros años, tuve que trabajar muchísimas horas porque se dio una circunstancia que en ese momento mi pareja quedó sin laburo; entonces, quien era sostén de familia era yo y eso implicaba dejarlo a él todo el tiempo. Y era bebé, muy bebé. Y eso a mí hoy me genera una situación de decir, “si lo hubiese hecho de otra manera”. [...] Los horarios que me ofrecían para trabajar, y que eran extras, yo los aceptaba porque tenía una situación particular en mi casa y era mi subsistencia y bueno... parte de lo que yo reagué del acompañamiento de lo que es un bebé, era justamente por él. Desde una patronal ¿qué te pueden ofrecer? un sitio, un ámbito donde vos... no sé, una guardería [...] con el tema del destete [...] o con distintas circunstancias. Hoy tampoco las hay y han pasado 24 años».

97. «Por eso elijo ese horario, ¡cuando están durmiendo! Entre las 6 y las 9. Se levantan, preparo desayunos. Eso está re aceitado, esa rutina. Ya los miércoles es como que ya digo bueno, vamos todos a dormir temprano, mamá tiene la radio y, a las 9 que más o menos se empiezan a despertar, porque ellos van al mediodía al cole, preparo desayuno, es cuando llega la señora que está en casa trabajando, y me baño, calculo el esquema y lo escribo».

cantidad de horas de trabajo remuneradas (al aire y en conducción) cuando se convierten en madres o cambian de turno y desarrollan su jornada laboral mientras sus hijos/as duermen, en horario nocturno. Solo fueron profesionales varones los que mencionaron jerarquizar tareas y agendas profesionales de manera positiva y a su entero potenciamiento, como puede ser tener tiempo para organizar la agenda diaria o anticipar trabajo (durante el mismo horario laboral) para pedir un día posteriormente.

Sobre la distribución de roles se registraron múltiples incomodidades alusivas a que no existan identidades de género diversas en la programación y que no ingresen mujeres nuevas al aire; como así también que las mujeres hacen el trabajo más duro (la calle) y la producción, y los varones las conducciones al aire y accedan a los cargos gerenciales.⁹⁸

Sobre los modos en que se asumen los GyS a nivel discursivo podemos decir que dicha construcción de nociones articuladas expresa una lógica asociativa, que es social y que no es primariamente especulativa. Decimos esto porque la histórica articulación entre capitalismo y patriarcado ha producido una infinidad de tópicos y retóricas que enlazan y retroalimentan los fundamentos de uno y otro, y los marcos de inteligibilidad disponibles para nombrar lo que entendemos por género y sexualidades (sus alcances, sus limitaciones, sus lógicas internas) son producto de la relación de fuerzas entre los campos médico, jurídico, religioso, político, mediático, académico y –afortunadamente– las influencias que sobre estos ejerce y ha ejercido el activismo feminista.

En este sentido, los discursos sobre GyS están mediatizados y también su naturalización, ofreciendo un margen de escasa y relativa autonomía (Bourdieu) para el ejercicio de los/las agentes que desean transgredir las convenciones del campo.

98. El relato de un profesional que fue parte del directorio es esclarecedor: «Cuando yo competí para ser gerente de la radio éramos seis hombres. En la lista no había ninguna mujer. Si estamos aspirando a la igualdad, la igualdad tiene que ser desde el nivel cero hasta el nivel diez de poder, y de toma de decisiones, y de compromiso». Una profesional con experiencia en el multimedio expresa al respecto: «pasaron más de 50 jefes, (hay jefes que duraron tres meses) [...] gerente nuevo [...] yo pienso por dentro, eso ya se probó, eso no funcionó [...] siempre tengo que sumarme. Desde el directorio se expresó que “de las jefaturas de la empresa, mujeres hay una sola”. Una jefa de área hay. Una sola [...] y después seremos no sé cuantos gerentes o jefes. La desproporción es muy grande».

Este universo socio-simbólico (discursivo) asume también modalidades expresivas tanto al aire como en las auto y hetero-percepciones de quienes se desenvuelven profesionalmente en el medio. Para comprender cómo se articulan ambas dimensiones recuperamos cuatro niveles analíticos de Juana Ayala (2010): mecanismos debidos a la organización empresarial; mecanismos debidos a la cultura profesional periodística; mecanismos debidos al contexto sociocultural y mecanismos debidos a la idiosincrasia particular de cada periodista.

En las entrevistas realizadas, cuando preguntamos «¿qué es para vos el género?» registramos que los y las profesionales acuerdan en que el género es la identidad sexual (cultural) auto percibida. También hay acuerdo en que es la distinción femenina/masculino (M/H) y algunas personas, incluso, lo plantean en términos de encuadramiento cultural que normativiza binariamente. Sin embargo, para muchos –todos varones– es un tema delicado y que requiere respeto (del cual indican no saber) o un tema que está en boga.

Tanto para varones como para mujeres es un tema político (que remite a lucha y la reivindicación) que engloba la desigualdad, inequidad e injusticias. Este posicionamiento contrasta con quienes –en la misma muestra– plantean que es un tema no más importante que otros como la injusticia social o económica, y no lo asocian a estas dimensiones. Para algunas mujeres es una categoría y para muchas es la capacidad femenina de tener múltiples miradas, una diferencia (basada en el ser y en el tener/o no), que se refleja en la diferencia sintáctica entre el masculino/femenino. Para ambos, resultó ser un tema sobre el que dicen no reflexionar ni cuestionarse.

Cuando les preguntamos, en cambio, qué era la sexualidad, coincidieron en que es una elección sexual íntima y también un tema de agenda periodística.

Solo para los varones es mencionado como algo natural sobre lo que no reflexionan ni se cuestionan (como la vida y la muerte). Para ambos la sexualidad se asocia a los encuentros sexuales y es relacionado con la genitalidad. Allí las mujeres lo enuncian como una fuerza vital, motora y los varones como un instinto de necesidad.

Otro grupo de personas lo asocia a una dimensión subjetiva del ser humano, un tema de autoconocimiento y la ve como una expresión li-

gada a los cuerpos y los afectos. También aparece la idea de práctica que va más allá de la reproducción y el sentimiento y que se relaciona con la idea de vivir una vida plena (placer, disfrute). La sexualidad aquí, como una dimensión, se vincula con la educación recibida y con lo que algunas entrevistadas definen como un tabú. Incluso también se relaciona con la identidad y es referenciada por varones y mujeres como una dimensión a ser tratada con respeto (sin cosificación ni humillación).

Finalmente, la sexualidad es también una dimensión que implica responsabilidad, ya sea que esté vinculada a la tarea de comunicarla o sea un tema sobre el cual deban saber quiénes están a cargo de actividades con personas jóvenes y personal de instituciones.

Luego, transcurridas otras preguntas en el marco de la entrevista, re-preguntamos de otro modo, insistiendo en los modos de aparición de GyS. Preguntamos entonces: «¿Género y sexualidad aparecen en tu día a día laboral?».

Varias personas entrevistadas coincidieron en que aparece como tema de agenda. Asimismo, y coherentemente con lo expresado anteriormente, un conjunto de entrevistados/as reconocen la sensualidad de determinadas personas en el ámbito laboral entendiendo que GyS es una dimensión personal que involucra intersubjetividad y se expresa en el cotidiano laboral.

Sin embargo, aparecen también una serie de prácticas y discursos asociados al género y la sexualidad que distan mucho de ser placenteros. En un conjunto de entrevistas varones y mujeres coinciden en que GyS aparecen en el día a día laboral vinculados al destrato (o trato irrespetuoso) entre colegas. Expresan, por ejemplo, que han escuchado (o realizado) chistes sobre las elecciones sexuales de colegas.

También hay quienes registran una calificación primaria de género (por ser mujer) proveniente del equipo de trabajo, previa a la función/rol profesional que se va a desempeñar. Esto aparece también como descalificación sobre las mujeres bajo el precepto del sexo débil o en el registro de la falta de reconocimiento sobre la capacidad profesional⁹⁹ entre cole-

99. Una profesional lo explica claramente: «Hay toda una construcción que se hace sobre el género de las mujeres trabajadoras de prensa hacia adentro de esos espacios, ¿no?, y que te posibilitan el acceso a lugares que una no tiene... que no ha tenido históricamente; pero

gas y la correspondiente desigual distribución de cargos de producción, coordinación y conducción de programas periodísticos como un emergente de GyS en la programación.

Esta descalificación emerge cotidiana y explícitamente en tratos humillantes sobre la sexualidad de las trabajadoras, ejercidos mayoritariamente por personas en un cargo de mayor jerarquía. Es notorio un relato de la entrevista donde la profesional reconoce dejar pasar prejuicios y humillaciones –que aparecen en forma de micromachismos: temas sobre los que conversan, formas de mirar– en pos de una buena dinámica grupal. Estas humillaciones y la cosificación registrada a nivel enunciativo explican que los trabajadores entrevistados hayan identificado esta pregunta con haber escuchado sobre denuncias por acoso sexual en el ámbito laboral.

Un grupo de varones oscila entre reconocer discursos machistas en el discurso laboral (calificándolos como involuntarios) pero negando su asociación a la configuración de un clima laboral y desvincular compromiso, audiencia y ámbito laboral de GyS.

A nivel de criterios periodísticos por modificar, un grupo de entrevistados/as reconocen la resistencia masculina a la supervisión y corrección de contenidos por parte de una mujer y proponen no hablar mal de las mujeres al aire, dar visibilidad a autoras mujeres como criterio de selección de fuentes, desarrollar duplas¹⁰⁰ Hombre-Mujer, ambos como

una siempre tiene que dar esa discusión de por qué lo logró, por qué tiene que aspirar a ese espacio, por qué tiene que levantar la voz... o hasta esto de lo que hablábamos hace un rato del cuerpo, ¿no? Digo, hay una construcción cultural y simbólica de que un buen cuerpo, una compañera alta, piola, rubia, hermosa, divina, “y no puede ser tan buena productora en lo intelectual, es más para el cachengue, digamos. Y yo, desde mi lugar de poder de hombre activo ese poder”. Entonces el género es una construcción simbólica cultural muy fuerte, pero aun mucho más vinculado a lo mediático y porque ahí también se dan, no solo hacia afuera la cuestión de la violencia mediática, sino que se da hacia adentro la violencia, y la violencia en micro violencias y también en otras que son muy visibles, digamos, muy visibles, naturalizadas, avaladas por quienes tienen cargos de poder y que, una, en el lugar de jerarquía en que se encuentra es casi imposible dar la pelea, cuando una no tiene recursos». Otra trabajadora comparte su experiencia: «He escuchado comentarios de directivos anteriores “no la saquen a la (x) que tiene unas tetas bárbaras”».

100. Respecto de la incorporación de duplas, en general, las personas entrevistadas se pronuncian propensas a su incorporación: «¿En qué somos distintos los hombres y las mujeres? En la mirada, en la forma de percibir las cuestiones, me parece que ahí está la sinergia ideal. Por ejemplo, yo siempre digo “los abogados compiten con las abogadas, los ingenieros

referentes, interpelar a la audiencia en el reconocimiento de la locutora como integrante protagónica de la dupla de conducción/co-conducción e incorporar mujeres columnistas.¹⁰¹ Asimismo, aparece la idea de incorporar en las salidas al aire el ejercicio de desmarcarse de las posiciones de género (como criterio artístico y periodístico), tanto en el nombrarse como en las presentaciones, en las alusiones al aire, cambiar el artículo, identificarse con otro género, crear personajes, etc. Otras alternativas mencionadas cuestionan la homogeneidad masculina en el rol de la operación técnica y, en cuanto a las prácticas preprofesionales, la necesidad de reconocer la desigual posición de poder frente a pasantes (mujeres y jóvenes) y asumir un rol pedagógico.

Varios enunciadores masculinos reconocen actos de caballeridad en el ámbito laboral como gestos positivos y la gestación femenina como un período donde hay que cuidar a las trabajadoras. Sobre estos puntos hay evidencia legal en la materia (internacional y local) y pueden enmarcarse en políticas positivas que retomaremos en el cierre de este trabajo.

El nivel cuatro de análisis de estrategias retórico-discursivas (mecanismos de la idiosincrasia de cada periodista) evidenció que los modos de autopresentación de las personas entrevistadas fueron similares, aunque en quienes conducen, hacen locución o columnas, hubo tres valores a destacar. Ante la pregunta «¿quién sos vos?», la generalidad respondió por nombre propio, tarea que desempeña en el medio, cantidad de años que está en el medio, profesión u oficio, formación académica o historia de vida. Sin embargo, solo las mujeres asumieron en la respuesta su

con las ingenieras y los médicos con las médicas. Los periodistas, las periodistas, los locutores y las locutoras no compiten entre sí en género, al contrario, se complementan, porque al aire vos tenés que mostrar un producto que represente a los dos". Y es más, además de esos dos habría que representar los demás del universo de género. Esa es una deuda a pagar a futuro». Sin embargo, también alertan sobre sus posibles tergiversaciones: «Han puesto más mujeres a la pantalla, pero no dura mucho porque el mismo compañero la saca y es como que sí, arranca y van a ser iguales y en par, pero...».

101. Como reconocen la desigual distribución de voces femeninas especializadas en género en términos de un emergente *paradojal* de GyS en la programación, proponen esta modalidad de incorporación. Se sugiere visitar el apartado COLUMNAS de opinión de este informe considerando que en las mismas entrevistas las mujeres mencionan haber identificado que el *género como tema* implica conflicto y han optado por evitarlo (como estrategia preventiva a la discriminación) y otra profesional expresa haber sentido discriminación por sostener valores diferentes al resto del equipo, cuando aludía a GyS al aire.

identidad de género y solo 1 varón, la persona trans y algunas mujeres se definieron por identidad política.

Aparece también, en sucesivos ejemplos, el ejercicio de una caracterización y prescripción del género masculino y femenino. En ciertas oportunidades, demostrar sensibilidad sobre los temas de género es interpretado como una anteposición de intereses ideológicos a profesionales y, otras veces, puede adoptar el sentido de sesgo y operar entre periodistas como un punto ciego en la labor. A veces, esto genera rispideces y puede exponer a las profesionales que lo asumen a ser consideradas «poco objetivas» o «muy militantes». Otras veces, una herramienta retórica de autojustificación, aún a costa de reproducir falsos conceptos o nociones. Esto sucede, por ejemplo, cuando se recupera un dato para ejemplificar –moralmente– las violencias de género, asociándolas a violencias que se ejercen también hacia los varones. Algunas veces se presenta una postura de corrección política frente al género, asume su importancia, pero no explica ni profundiza en el sentido de esa incorporación de género, quedando en una pose discursiva. Otras veces, esta postura incluso rosa el cinismo, cuando por ejemplo en la presentación de una entrevistada, precandidata en campaña, la conductora alude a que es muy delgada y bella y el panelista que la acompaña dice: «Queremos escuchar sus propuestas, señorita», con tono irónico y explicitando la violencia de ese ingreso cosificador al plató del aire.

En lo que respecta al género, como tema, pudimos ver que, por momentos, es enunciado de modo paródico, llevando al extremo los planteos feministas y/o ridiculizándolos. Otra forma que adquiere esta presentación dicotómica de los planteos feministas, esta vez asociados al machismo «pero a la inversa», se expresa cuando las enunciatoras mujeres aparecen matizando sentidos, suavizando climas de tensión al aire o presentando una postura de corrección política frente al género, pero quedando en solo una pose discursiva.

4. CONCLUSIONES

La información recolectada y su interpretación como datos fueron posibles gracias a la creación de un sistema de indicadores para el estudio de la transversalización de la perspectiva de género y sexualidades (TPGS) en

radio. Esta innovación articuló los dos contextos enunciativos y nos permitió no solo relevar (cuantitativa y cualitativamente) sino revelar –bajo procesos de interpretación sociodiscursiva– el complejo entramado que sostiene las percepciones sobre GyS en nuestras radios universitarias.

El Sistema de Indicadores para Estudio de la TPGS en Radio es una herramienta innovadora que pone a jugar el alcance que, como investigadores/as, le damos a la categoría de GyS y la que los y las agentes e instituciones ponen a operar.

Creemos que este sistema de indicadores, que nos ha permitido la producción de conocimiento situado e ilustrado (como pudimos describir en esta ponencia), es una metodología no inductiva para el abordaje investigativo de GyS en nuestras emisoras universitarias y que sus resultados son un insumo fundamental a la hora de proyectar y mensurar políticas de acción positivas en los proyectos comunicacionales que quieran asumir la equidad en el acceso a las oportunidades como un valor pedagógico y político.

5. BIBLIOGRAFÍA

- AYALA GALLEGO, Juana (2010). «Producción informativa y mecanismos de reproducción de estereotipos de xénero nos medios de comunicación». En: Álvarez Pousa, Luis y Belén Puñal Rama (coords.). *Claves para una información non sexista*. Santiago de Compostela: Editorial Atlántica.
- ANGENOT, Marc (2010). *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Córdoba: Editorial UNC.
- BALSEBRE, Armand (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.
- BORIA, Alejandra y Facundo Boccardi (2013). *Prácticas teóricas 1: lenguajes, sexualidades y sujetos*. Córdoba: Editorial Ferreyra.
- BUTLER, Judith (2010). *Marcos de guerra. Las vidas lloradas*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- CARUNCHO, Celia (2010). «Ética y feminismo. Una aproximación al lenguaje de la teoría feminista». En: Álvarez Pousa, Luis y Belén Puñal Rama (coords.). *Claves para una información non sexista*. Santiago de Compostela: Editorial Atlántica, pp. 12-23.
- FERNÁNDEZ, José Luis (2008). *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires: La Crujía.

- FRUTOS, Ruth (2012). «Estado del arte para la construcción de indicadores de género en los medios de comunicación». En: I Congreso Internacional de Comunicación y Género. Universidad de Sevilla y Fundación Tres Culturas. España marzo 2012.
- INSTITUTO OFICIAL DE RADIO Y TELEVISIÓN (RTVE) (2001-2005). *Representación de género en los informativos de radio y televisión*. Primer y Segundo informe. Madrid, España.
- IZQUIERDO, María Jesús (2001). *Sin vuelta de hoja. Sexismo: poder, placer y trabajo*. Barcelona: Belaterra.
- LÓPEZ DIEZ, Pilar (1996). «Los *magazines* de la radio española: modelos, tendencias y representación de género» (Tesis doctoral). Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid. España.
- _____ (2005). «Los desafíos y la experiencia docente en el campo de los estudios universitarios de género y comunicación». En: Democracia, Feminismo y Universidad en el siglo XXI: XV Jornadas de Investigación Interdisciplinaria. Madrid, España.
- MATTA, María Cristina y Silvia Scarafía (1993). «Las entidades enunciativas». En: *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: ALER.
- MORALES, Paula (2017). «Comunicación, género y radio: avances de investigación en un campo emergente». En: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Simposio llevado a cabo en la conferencia de Intercom y Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Río de Janeiro, Brasil, 04 al 07 de septiembre de 2015.
- _____ (2018). «Reconocimiento y distribución simbólica de la palabra en radio. Una disputa por el sentido». *Revista RevIISE*, vol. 11, año 11, pp. 315-325.
- SÁNCHEZ LEIVA, María José (2007). *Crítica feminista y comunicación*. Sevilla: Comunicación Social.
- VERÓN, Eliseo (2013). *La semiosis social 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

6. DOCUMENTOS

- AA. VV. *El hilo de Ariadna*. Números varios. Universidad Autónoma de Yucatán.
- GMMP (2015). Proyecto de Monitoreo Global de Medios. Toronto: WACC.WACC. [Consulta: 01 de marzo de 2022]. Disponible en: www.whomakesthenews.org
- UNESCO (2014). Indicadores de Género para Medios de Comunicación. París.

RADIO INTERNACIONAL UNIVERSITARIA, LA INSTAURACIÓN DE UNA IDEA GLOBAL DE RADIO UNIVERSITARIA

Mario Giorgi y Daniel Martín-Pena

1. INTRODUCCIÓN

Radio Internacional Universitaria (RIU, Red de Redes) recoge la esencia de la antigua Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y El Caribe (RRULAC) y la transforma en una gran red de redes con una visión de acción global, más allá del contexto latinoamericano. La RIU se instaura en el marco del IV Encuentro de la RRULAC celebrado en Madrid y Extremadura en octubre de 2017. A través de esta ponencia pretendemos exponer las líneas de trabajo y proyectos desarrollados en los últimos dos años en favor de posicionar el movimiento de las radios universitarias y dar voz a todos los colectivos en un esfuerzo por democratizar la comunicación a través de difundir otro tipo de contenidos y formatos, rompiendo con la tradicional agenda mediática marcada por los medios hegemónicos. En estos años, RIU ha crecido de manera exponencial, agrupando a más de cuatro centenares de emisoras de un total de 17 países tanto de América como de Europa, dando cabida a distintas realidades que permiten enriquecer la práctica diaria de las emisoras universitarias a través del conocimiento mutuo. Son varios los proyectos que se han desarrollado y ponen de manifiesto el cariz internacional que ha adquirido la Red de Redes RIU. Por un lado, debemos mencionar el proyecto *Somos RIU*, hace tan solo unos meses un sueño, que ha logrado transformarse en una dulce realidad en forma de programa de radio semanal que se ha consolidado rápidamente y en el que participan de manera activa emisoras de distintos países que coproducen un espacio de una hora de duración que es

muestra del buen hacer de las radios asociadas a la RIU. Así mismo, un proyecto que ahora comienza a andar y que pone el foco en las cuestiones de género bajo el nombre de *RIU Diversidad*.

A través de esta ponencia vamos a poder conocer en detalle una serie de datos estadísticos que muestran la fortaleza y el gran potencial que tienen las radios universitarias si, como es el caso, logran unirse en torno a una gran red de redes como la RIU.

2. LOS ANTECEDENTES

La transformación de la RRULAC en la RIU, tema que ya abordamos oportunamente, no impide que nominalmente, ambas siglas convivan al momento de citar identitariamente conceptos y objetivos que ambas concentran al considerar los agrupamientos reticulares de nuestras radios universitarias.

Heredera de los sueños y de las realizaciones de la RRULAC, la Radio Internacional Universitaria, Red de Redes, tiene el mandato de seguir y profundizar los recorridos hermanados de las radios universitarias (Giorgi, 2018: 78).

Por cierto, debido a razones de espacio y prudencia global, cualquier análisis sobre el rol de las redes que integran la RIU, será omitido en este trabajo. Cada organización de red local conoce sus fortalezas y debilidades, desde y hacia sus integrantes y ante la RIU. En tal caso la cuestión de fondo debe abordar, metodológica y cualitativamente, la construcción que haya producido la RIU apoyada en las bases trazadas por la RRULAC, al cabo de sus dos primeros años, tras la reconfiguración y sobre las bases establecidas durante aproximadamente una década, desde los orígenes.

Es imprescindible reconocer en el armado latinoamericano-caribeño, pensado en 2009 y forjado desde 2011, una búsqueda permanente y participativa de las redes fundadoras, con el fin de incorporar nuevas redes y nuevos miembros. Ese esfuerzo va a producir un proceso inaugural en 2013 en Colombia, que instala en algunos de los integrantes de las redes –no sin tensiones– nuevas miradas, tal vez influenciadas por los tiempos de la digitalización y las nuevas tecnologías (TIC) y su consecuente rup-

tura de barreras y distancias. Fue justamente en Bogotá donde aparece en el programa la «Radio Internacional Universitaria», definiendo una participación que podríamos advertir como exploratoria de las representaciones europeas que, por primera vez, acercaban sus experiencias radiales al encuentro de las redes latinoamericanas. Y será en 2015 en Argentina, con la incorporación de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU), donde se diseñe, sin nombre aún, esa gran red de redes con una visión de acción global, radial y universitaria.

En honor a la verdad, el fenómeno de la transición obliga a citar al menos el pensamiento y la ejecutividad de dos presidentes de la RRULAC que, antes y durante, comprendieron que les tocaba en suerte la responsabilidad de la transformación continental de la RRULAC en la RIU, fortaleciendo los objetivos fundacionales y abriendo los nuevos desafíos, inspirados en los mismos sentires.

Uno de ellos, fundador sin discusión, es Fernando Chamizo. Anfitrión en 2011 en su condición de titular de la red mejicana y director de la Radio de la UNAM, logró definir «desde nuestros acentos»¹⁰² el disparador que permitiría buscar puntos de contacto y unidad a pesar y gracias a las diferencias. Es el propio Fernando Chamizo (2018) quien concluye:

Ojalá las radios universitarias de América Latina y del mundo, se multipliquen en cantidad y calidad [...]. Tenemos que encontrar formas creativas y novedosas para consolidarnos como red [...]. Tenemos que estar juntos (Chamizo, 2018: 147).

En un mismo andarivel, otro titular de la RRULAC, Aldo Rotman (responsable del SIRUNER¹⁰³) reflejará con claridad el proceso aspiracional y colectivo sostenido desde la Red de Redes, primero en 2015 en Buenos Aires y luego abriendo el camino de la RIU en Madrid y Extremadura. En 2017, cuando la RRULAC se iba a llamar RULLAC Iberoamérica (con la idea de sumar a Portugal junto a las radios españolas), sostenía Rotman: «al recorrer minuciosamente la experiencia, podemos llegar a ver con clari-

102. Nombre que definió el primer encuentro de la RRULAC, en México, entre el 5 y el 7 de octubre de 2011 y que contó con la participación especial del escritor Eduardo Galeano.

103. Sistema Integrado de Radios de la Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina.

dad, que las radios universitarias de habla hispana fueron buscando su destino, su lugar en el mundo, desde la decisión de andar juntas» (Rotman, 2018: 155).

¿Coincidencia o causalidad? La exhortación, el deseo de trabajar juntos, sobrevuela la RIU, universaliza aquel eslogan para la campaña de cooperación de la Secretaría General Iberoamericana: «Diferentemente Iguales»¹⁰⁴ y progresa inmediatamente entre otras geografías y otras lenguas, dando pasos hacia una apertura que por ahora parece no tener techo.

La RIU refleja a la RRULAC, toma su mandato y aborda con mirada bi-continental una nueva dinámica que incluye el desafío de articular y armonizar los vínculos y extender la invitación, siempre cordial, para que nuevos países y nuevas redes vayan sumándose o integrándose para sumar, entendiendo que es necesario construir y apuntalar el reconocimiento del prestigio que ponga en valor global el rol de la radio universitaria y sus agendas democráticas, en un mundo dominado por la sociedad de la información y sus malformaciones mediáticas.

3. DE RRULAC A RIU, LA INTERNACIONALIZACIÓN

El IV Encuentro de RRULAC Radios Universitarias en Marcha: Hacia la Conformación de una Agenda Contra Mediática reunió a radios universitarias iberoamericanas de más de una decena de países de América, El Caribe y Europa (Costa Rica, Nicaragua, Argentina, Chile, México, Ecuador, Colombia, Estados Unidos, Portugal, Italia y España). Las jornadas se celebraron del 24 al 27 de octubre de 2017 en Madrid y en Cuacos de Yuste (Cáceres). La primera parte del encuentro tuvo lugar en la sede de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) en Madrid y la segunda en la sede de la Fundación Academia Europea e Iberoamericana de Yuste en el Monasterio de Yuste (Cáceres).

104. La Secretaría General Iberoamericana diseñó la campaña Diferentemente Iguales, para los 22 países de Iberoamérica, para dar a conocer el impacto de la cooperación en cultura, conocimiento y cohesión social. La cooperación iberoamericana es resultado de las Cumbres Iberoamericanas de Jefes de Estado y de Gobierno que se celebran desde hace 27 años y se realiza gracias al apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID).

La asamblea ordinaria de la Junta Directiva de RRULAC (Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y El Caribe) se desarrolló el 23 de octubre en Madrid. Después de más de tres horas de reunión, se tomó la determinación de transformar la RRULAC en una red de carácter global que pudiese abarcar realidades radiofónicas de otros lugares más allá del contexto latinoamericano. Fue Benito Taibo, presidente de la Red de Radios Universitarias de México, quien sugeriría el nuevo nombre para RRULAC. De esa forma nació la RIU, con el claro compromiso de ampliar las emisoras universitarias que forman parte de esta red, con una visión claramente iberoamericana e internacional. Así, la Red de Redes heredaba y proseguía con el buen trabajo iniciado en 2009 por la Red de Radios Universitarias de Latinoamérica y El Caribe (RRULAC). Además, se aprobó un nuevo estatuto para la naciente red presente en dos continentes, Europa y América, por ello se instauró el cargo de la Vicepresidencia Institucional, a la postre una figura que complementaría al presidente en el otro continente. De esta manera, la RIU quedó presidida por Daniel Martín-Pena en representación de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) y la Vicepresidencia Institucional quedó en manos de Mario Giorgi, en representación de la Asociación de Radiodifusoras de Universidades Nacionales de Argentina (ARUNA). El estatuto aprobado también recuperó la figura del Consejo Consultivo Honorario, que estaría integrado por todas las personalidades que ejercieron el cargo de presidente en la RRULAC/RIU, es decir, Guillermo Gaviria, Fernando Chamizo, David Dahma y Aldo Rotman. La idea es que este comité recoja el legado de la RRULAC y del buen hacer de todas las personas que han ido contribuyendo a la consolidación de esta gran red de redes de buena voluntad.

4. LA GESTIÓN Y LOS PROYECTOS DE LA RIU EN EL PERÍODO 2017-2019

En esta línea, la serie de reuniones virtuales entre América y Europa –producidas desde octubre de 2017 hasta el presente– lejos de cargar con un mero informe de gestión, se conforma con sucesos palpables y efectivos que marcan la nueva forma de concebir la asociación voluntaria ejercitando verdaderamente su faz colaborativa. A lo largo de este fructífero período han surgido iniciativas vinculadas con coproducciones, publicaciones,

acuerdos institucionales con distintas entidades, acciones de representación institucional e infinidad de reuniones virtuales.

En el campo de las coproducciones, sobre el antecedente de la RRULAC donde se destacan iniciativas formidables como la radionovela *Cuando vuelvas del olvido*¹⁰⁵ y otras no menos importantes, aparecen ahora series de actualidad y continuidad garantizada las que, mediante un esquema de rotación de responsabilidades de producción y gestión compartidas, dan vida a *Somos RIU*. Ese es, por definición ideológica, el programa emblema de la Red de Redes y en verdad lo es, porque, más allá de los contenidos (de los que hablaremos más adelante), involucra a varias emisoras, las que, sin desatender sus compromisos locales y la participación dentro de sus propias redes, afrontan los procesos de investigación y producción periodística para dar testimonio semanal de una articulación viva y en constante evolución cuantitativa y cualitativa.

En uno y otro lado del Atlántico, periodistas, locutores y editores técnicos dan vida al ciclo que efectivamente resulta la innovación más importante como producto del cruce de RRULAC a RIU. *Somos RIU*, ha logrado transformarse en una dulce realidad en forma de programa de radio semanal que se ha consolidado rápidamente y en el que participan de manera activa emisoras de distintos países que coproducen un espacio radiofónico de una hora de duración que es muestra del buen hacer de las radios asociadas a la RIU.

Se trata, además, de una enorme muestra de generosidad profesional y compromiso de todos y cada uno de los integrantes de las emisoras que, como afirmamos anteriormente, suman a su labor cotidiana el proceso de selección, producción y emisión del material que cada radio provee en forma individual. Asumen la responsabilidad rotativa de centralizar la edición final, en una tarea de pos-producción que vuelve a cada una de las radios participantes, transformado en *Somos RIU* y distribuido a todas las radios asociadas a las redes. Hay que señalar, por cierto, que falta que se sumen, que se *contagien* más emisoras y agreguen al color de los acentos, los paisajes de cada uno de nuestros pueblos, con la peculiar mirada de la radio universitaria.

105. Producido por las radios de la Universidad Autónoma de México y las argentinas de la Universidad Nacional de Entre Ríos y Universidad Nacional de Rosario.

Somos RIU supone, por otra parte, honrar aquel concepto de *todas juntas* y determina un antes y un después de la Red de Redes. Una exteriorización de las convicciones por las que las radios universitarias llegaron a construir la RIU, las que, por mandato de sus propios orígenes, ya deberán buscar versiones por afuera de las hispanoparlantes, formatos bilingües y nuevos intercambios participativos y convocantes desde el surco trazado en 2017 en las deliberaciones extremeñas que sellaron las nuevas características de la Red de Redes.

Por otro lado, a partir de inicios de 2019 se ha comenzado con la preproducción y la producción de un nuevo proyecto: *RIU Diversidad*, bajo la coordinación de Verónica Orihuela de Concepto Radio del TEC de Monterrey (México). Tras varias reuniones y conversaciones con Federico Mayor Zaragoza surgió la idea de trabajar contenidos vinculados a la iniciativa Carta de la Tierra. La premisa principal es difundir, promover y enriquecer el discurso sobre la construcción de una cultura de paz y género mediante el aporte de contenidos de las radios integrantes de la RIU. El proyecto pretende seguir la misma lógica de producción que el programa *Somos RIU*. Para el proyecto se cuenta con la colaboración de la Cátedra UNESCO de Ética, Cultura de Paz y Derechos Humanos del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. En el marco de V Encuentro de RIU se presentaron los primeros cinco programas que han sido coordinados desde la emisora Concepto Radial a la que han sumado contenidos gran parte de las emisoras que coproducen el programa *Somos RIU*.

Otro rasgo que marca impronta y que resulta novedoso e identitario de la RIU, que va en línea con la novedad del programa radial común, lo ha constituido sin duda *Radios universitarias en marcha*, el primer libro de la RIU. Ese material, ese objeto siempre a la mano, siempre renovable, del que incluso extraemos citas y referencias para enriquecer estas reflexiones, es el testimonio del nuevo tiempo radial universitario y de la necesidad de dejar sentado el posicionamiento de los gestores radiales, académicos, científicos e investigadores en tiempos del alumbramiento de la RIU y un desafío para la continuidad de la red global. En el prólogo del primer volumen, Rebeca Grynspan¹⁰⁶ refleja:

106. Titular de la Secretaría General Iberoamericana y ex vicepresidenta de Costa Rica.

Las estaciones radiofónicas universitarias han logrado construir un gran patrimonio cultural, integrado por millones de voces y realidades que nos recuerdan la riqueza y la pluralidad de Iberoamérica. Esta publicación recoge algunos ejemplos que son buena muestra de ello (Grynspan, 2018: 8).

Que una generación de gestores de proyectos de comunicación universitarios sortee las barreras de sus propias tareas remuneradas y cedan su tiempo y profesionalismo para trabajar en la Red de Redes, sin dudas requería este contenido literario, un apoyo referencial sin mayores aspiraciones que la de quedar al alcance de quienes trabajen, gestionen, actúen, programen, estudien o simplemente intenten conocer los modos y las condiciones en que se desenvuelven nuestros medios. Un primer tomo que buscará sucesión toda vez que las radios decidan encontrarse cada dos años para fortalecer y multiplicar la RIU, y tal vez estas líneas conformen ese registro nuevo, para seguir encadenando un material que –sin modestia– no estará demás, cuando sea necesario el abordaje de la radio universitaria en procura de su rol definitivo y global al servicio de una agenda democrática sin exclusiones. Dicho libro fue presentado durante la Junta Directiva de la RIU celebrada en agosto de 2018 en la Universidad de Quilmes (Argentina) en el marco de las XII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo, bajo el lema «Lo que dicen hoy nuestras radios. Un recorrido por sus contenidos, las audiencias y los formatos». Esta publicación constituye un verdadero hito en la historia de la RRULAC y de la actual RIU. En sus diez años de recorrido por primera vez se ha logrado editar y producir un libro propio de carácter colaborativo que consta de tres partes. Una primera dedicada a un marco conceptual del medio, la segunda sobre las redes en el contexto de la radio universitaria y una parte final sobre las buenas prácticas en el seno de las estaciones radiofónicas universitarias. Un libro editado por UNDAV Ediciones con una tirada de 1000 ejemplares, en el que han colaborado más de una veintena de autores.

Por otro lado, y no menos importante, es la capacidad mostrada por la RIU en este periodo, para lograr el acercamiento a instituciones y entidades de carácter internacional con el objeto de marcar impronta y hacerse presente en foros destacados que pongan en valor la importante labor de nuestras estaciones radiofónicas. Una tendencia que se inicia de manera

activa en el marco del IV Encuentro de RRULAC IB en el que se suscribieron dos acuerdos con Fundación Cultura de Paz y con la Red Iberoamericana de Farmacogenética y Farmacogenómica (RIBEF). En estos dos años de gestión se han producido acercamientos a varias entidades e instituciones. En este sentido, se han suscrito varios acuerdos de colaboración.

Uno de los acuerdos estratégicos más destacados ha sido el logrado con la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). Rebeca Grynspan siempre ha defendido el papel de las emisoras universitarias. En este sentido, el objetivo final de este convenio alberga la cooperación entre RIU y SEGIB para el fomento de los intereses iberoamericanos. Entre las acciones a destacar, el espacio radiofónico *Somos RIU*, del que hemos hablado unas líneas atrás, dedicará algunas de sus secciones al fomento colaborativo en el marco de Iberoamérica. La firma de este convenio se produjo en la sede del Gobierno Regional de Extremadura el 5 de abril de 2019, coincidiendo con el 95 aniversario de la creación de la primera radio universitaria, que tuvo lugar en 1924. No debemos olvidar que este día fue declarado en 2012 Día de la Radio Universitaria Latinoamericana por el Consejo Interuniversitario Nacional de Argentina. El convenio fue suscrito por Rebeca Grynspan, secretaria General de la SEGIB, y por Daniel Martín, presidente de RIU, con la presencia como testigo de honor del rector de la Universidad de Extremadura (UEX), Antonio Hidalgo y de la directora de Relaciones Externas de SEGIB, María Salvadora Ortiz.

Otro acuerdo destacado se materializa el 5 de noviembre de 2018, momento en que se lleva a término la firma del convenio de cooperación entre la Radio Internacional Universitaria, Red de Redes (RIU) y la Unión de Universidades de América Latina y El Caribe (UDUAL). La firma del acuerdo se realizó durante la primera jornada de la III Reunión Brasil-Cono Sur de la UDUAL realizada en la Universidad Nacional de Avellaneda, a cargo de la vicepresidencia de la RIU. El acto fue presidido por el rector ingeniero Jorge Calzoni, quien es además vicepresidente de Organismos de Cooperación y Estudio y Redes de la UDUAL, y convocó al secretario General de la UDUAL, el Dr. Roberto Escalante y al vicepresidente de la RIU, y director de Medios de la UNDAV, Mario Giorgi quienes rubricaron el convenio que busca el fomento de actividades que vayan en beneficio de la difusión de las acciones a nivel latinoamericano en el contexto de la educación superior.

Por un lado, la presidencia de RIU mantuvo una reunión con Paloma Zuriaga, directora de Radio Nacional de España (RNE), y con Antonio Buitrago, director de Radio Exterior de España. Fruto de esta reunión se suscribió un acuerdo de colaboración entre ARU (en representación de RIU) y Radio Nacional España (RNE). En marzo de 2018 se suscribió el convenio mediante el cual ambas instituciones se comprometen a aunar esfuerzos para promover la presencia de la universidad en la emisora pública. El acuerdo contempla la difusión de programas producidos por las radios universitarias iberoamericanas y la integración de las radios universitarias en iniciativas formativas que puedan ser de interés para ambas partes: cursos, congresos, seminarios, simposios, etc. Mediante este acuerdo, Radio y Televisión Española (RTVE) refuerza su compromiso de servicio público colaborando en la difusión de contenidos a través de Radio Exterior de España, el canal internacional de RNE. Uno de los contenidos que más interesó a RTVE fue el programa *Somos RIU*.

Otro acuerdo interesante es el relacionado con el Día Mundial de la Radio, marcado anualmente por la UNESCO el 13 de febrero. En este sentido, la Asamblea General de las Naciones Unidas hace suya la resolución aprobada por la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en su 36ª reunión en que proclamó Día Mundial de la Radio el 13 de febrero, día en que se estableció la Radio de las Naciones Unidas en 1946. La idea de establecer el Día Mundial de la Radio nació del presidente de la Academia Española de la Radio, Jorge Álvarez, que en enero de 2008 solicitó la instauración de esta celebración al director General de la UNESCO, Koichirō Matsuura. Fue en noviembre de 2011 cuando, finalmente, la 36ª Conferencia General de la UNESCO proclamó el Día Mundial de la Radio a partir de la propuesta formal del Gobierno de España a través de su embajador. En 2012 la Academia Española de la Radio impulsó la creación del Comité Internacional del Día Mundial de la Radio para promover las celebraciones anuales de este día y así contribuir al prestigio de este medio de comunicación en todo el mundo. Desde la presidencia de la RIU se han mantenido varias reuniones con Jorge Álvarez, presidente de la Academia Española de la Radio, con objeto de integrar a la RIU en dicho comité y lograr el respaldo para la celebración de la Fiesta de la Radio Universitaria como una de las iniciativas dentro del marco del Día Mundial de la Radio: un evento para

conmemorar el 5 de abril de 1924, nacimiento de la emisora de La Plata y de promover que la celebración del Día Mundial de la Radio, en próximas ediciones, sea dedicado a «radio y educación». Entre los miembros del Comité Internacional del Día Mundial de la Radio se encuentran entidades como: Association of European Radios (AER), Asia Pacific Institute for Broadcasting Development (AIBD) o World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC). La RIU está pendiente de la resolución de dicho comité para la integración en el mismo.

Por otra parte, a través de Federico Mayor Zaragoza, se ha mantenido una estrecha vinculación con la iniciativa Carta de la Tierra que es una declaración de principios éticos fundamentales para la construcción de una sociedad global justa, sostenible y pacífica en el siglo XXI. La iniciativa busca inspirar en todas las personas un nuevo sentido de interdependencia global y de responsabilidad compartida para el bienestar de toda la familia humana, de la gran comunidad de vida y de las futuras generaciones. La Carta de la Tierra es una visión de esperanza y un llamado a la acción.

Después de numerosos borradores y de considerar el aporte de personas de todas las regiones del mundo, en marzo del 2000, la Comisión de la Carta de la Tierra logró un consenso, en una reunión que se llevó a cabo en la sede de la UNESCO en París. Posteriormente fue lanzada formalmente en ceremonias en el Palacio de Paz en La Haya.

La RIU ha avalado la iniciativa de la Carta de la Tierra, y se está en contacto directo con Federico Mayor Zaragoza para establecer un acuerdo de colaboración con la Fundación Ramón Areces para la promoción y la divulgación de la iniciativa de la Carta de la Tierra y para la divulgación de la investigación en las universidades iberoamericanas.

Así mismo, la RIU mantuvo relaciones y contacto estrecho con otras entidades como la Fundación Academia Europea e Iberoamérica de Yuste, Fundación Carolina o Universia/Santander Universidades.

Finalmente, también es reseñable la infinidad de encuentros y reuniones que se han mantenido desde la presidencia institucional, que han llevado a la RIU a participar en foros internacionales celebrados en Cuba, Colombia, Brasil, Uruguay, Ecuador, México, Argentina, España, Portugal, Francia e Italia.

5. CONCLUSIONES

La RIU avanza en el desarrollo de varios objetivos superpuestos y, a la vez, complementarios: la afirmación institucional, el vínculo inter-radial y la creación permanente de todo tipo de contenidos. Las redes de radios son relativamente jóvenes y, salvo excepciones, viven situaciones de inestabilidad producto de su misma esencia voluntaria que las expone a cambios de gestión, debates internos sobre la evolución institucional de cada espacio y su inserción y reconocimiento en las universidades y en sus países. El desafío de sus conductores consistirá en fortalecer cada red para después vertebrar la RIU y avanzar con ella en esos mismos reconocimientos, pero con la mirada multilateral de la internacionalidad, destacando el rol que cumplen y el que pueden cumplir las radios universitarias.

Con respecto al vínculo inter-radial, la mirada democrática debe promover la interacción bilateral o multilateral entre las emisoras, redes y países sin la necesidad tutelar de la RIU y solo acudir a su centralidad cuando se trate de acciones de magnitud e interés global, más allá de los encuentros estatutarios. Pero el espacio de interacción radio-radio/s también acompañará la integración y las fortalezas. Todo indica que hay una enorme construcción a futuro, mientras las bases ya se van consolidando.

6. BIBLIOGRAFÍA

- CHAMIZO, Fernando (2018). «La fiesta de la radio universitaria de Latinoamérica y el caribe. I Encuentro RRULAC 2011». En: Martín-Pena, Daniel y Agustín Vivas Moreno (eds. y coords.). *Radios universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones.
- GIORGI, Mario (2018). «De cómo la RRULAC se transformó en la RIU». En: Martín-Pena, Daniel y Agustín Vivas Moreno (eds. y coords.). *Radios universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones.
- GRYNSPAN, Rebeca (2018). «Prólogo». En: Martín-Pena, Daniel y Agustín Vivas Moreno (eds. y coords.). *Radios universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones.

ROTMAN, Aldo (2018). «El desafío de las radios y los docentes universitarios. III Encuentro RRULAC 2015». En Martín-Pena, Daniel y Agustín Vivas Moreno (eds. y coords.). *Radios universitarias en marcha. Hacia la construcción de una contra agenda mediática*. Avellaneda: UNDAV Ediciones.

- APORTES COMPLEMENTARIOS -

EJE 1

PENSAR, ENSEÑAR E INVESTIGAR A LAS RADIOS

EL USO DEL STREAMING EN LAS CLASES DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

Gerardo Martínez Lo Ré, Florencia Lattuada, Carlos Colombo,
Victoria Schmuck, Patricia Lezcano, Federico Aicardi,
Lucas Del Chierico, Martín Parodi y Lucía Fernández Cívico

1. INTRODUCCIÓN

Esta presentación constituye una puesta en común sobre las modificaciones en la práctica docente a partir de la implementación del uso del *streaming* en la materia Producción Radiofónica en la carrera Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario. El recorrido que vamos a realizar pretende sintetizar las experiencias de los últimos tres años y medio en los que el uso del *streaming* fue modificando nuestra práctica áulica en la búsqueda por encontrar estrategias para abordar las nuevas demandas que se presentaron en el espacio taller.

Durante el periodo que abarca 2015-2019 las diferentes comisiones fueron incorporando a su ejercicio docente estrategias pedagógicas, encontrando nuevas maneras de preproducción, producción y puesta en circulación de los materiales radiofónicos que ponen en el aire los estudiantes. El correlato que trajo aparejada la incorporación del *streaming* fue una modificación en las prácticas y la búsqueda de nuevas formas de producción y de experimentación sobre géneros y formatos que se suman a una nueva manera de enseñar, aprender y hacer radio.

2. UNA NUEVA DINÁMICA DE CLASES (LO RÉ-LATTUADA)

El poder hacer radio *de verdad* durante el cursado cambió la modalidad de las clases. Que los alumnos realicen sus programas semanalmente en el segundo cuatrimestre da una dinámica única que no habíamos vivien-

ciado con anterioridad. Los alumnos se dividen en grupos, con los integrantes suficientes para que puedan encarnar los diferentes roles necesarios para el programa, que irán alternando con el correr de los mismos para que la experiencia sea más enriquecedora. Cada grupo hace la producción íntegra de su programa semanal que se emite por el *streaming* del Labso¹⁰⁷ cada martes en el mismo horario. Son programas breves, en los que se realizan distintos formatos radiofónicos, donde todos los integrantes participan en una o más funciones específicas y los temas surgen del interés propio de cada equipo. En los últimos años, hemos ido sumando también la posibilidad de que creen y manejen redes sociales propias de cada programa. Esta convergencia de medios les otorga incluso más cercanía con la cotidianidad de los jóvenes alumnos y permite que se active también el interés en la difusión de la pieza que realizan. Además, nos produjo una transformación de perspectiva como docentes en el cursado de la materia, que se vio reflejada en la metodología a utilizar dentro de este esquema.

El uso del *streaming* como parte del cursado de la materia, dio la posibilidad de que los alumnos se conecten de otra manera con la idea de hacer radio. Ya dejó de ser *como sí* para convertirse en realidad, ya que tienen potencialmente la posibilidad de que alguien los escuche. Ese *alguien* permite la aparición de una audiencia concreta y, de esta manera, la comunicación radiofónica, porque instala la audiencia dentro de la experiencia de clases.

La modalidad que venimos implementando desde la realización de los programas tiene que ver con la división en grupos de la clase. Cada grupo, de entre cinco y siete personas, se convierte en creador y productor de un programa, los mismos varían de género según el interés de los estudiantes. Cada producción realiza su artística particular y prepara contenidos, muchos de ellos editados previamente, tratando de elaborar un micro programa de 10 o 15 minutos que sea dinámico y con determinada producción previa. El mismo grupo divide sus roles según las necesidades del proyecto e intereses particulares. Muchas veces rotan en las funciones, pero todos participan en la producción de los contenidos de una u otra manera.

107. Laboratorio Sonoro dependiente de la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario.

El uso de *streaming* en clase nos permitió poder suponer que estamos trabajando en una emisora de verdad y que cada equipo tenga la responsabilidad de llegar con los tiempos estipulados para cada emisión semanal, en un horario establecido con antelación y que se reitera hasta el final del cursado. Esta dinámica permite, a su vez, acercarnos a una práctica más profesional, similar a la que pueden encontrarse, luego, en cualquier radio donde logren tener la oportunidad de trabajar. Les pedimos que hagan una estructura del programa, la cual vamos supervisando y sugiriendo opciones, y si bien se permite que vaya modificándose, intentamos que se respeten a modo general algunos mojones básicos que den identidad a ese programa en particular.

Hacer radio en vivo también conlleva una experiencia única que no se iguala con otras formas de hacer programas. La puesta a punto de cada uno de los detalles y la exposición de quienes están al aire, al estar siendo potencialmente escuchados por otros, genera una experiencia única, recuperando la característica efímera de lo radiofónico, pues, aunque hoy puede ser recuperado de muchas y diversas formas, esa *salida* en vivo no vuelve a ocurrir. Vivenciamos de parte de los estudiantes mayor entusiasmo, como así también mayor nerviosismo. Creemos que es muy valioso para cada uno de ellos vivir este estar al aire *de verdad*, ya que colabora como una experiencia previa más cercana a la realidad a un futuro posible en algún medio de comunicación.

A lo largo de los años hemos tratado de incorporar algunas otras cuestiones que hacen a la escucha de la radio hoy día por parte de las audiencias más jóvenes. Hemos sumado la posibilidad de interacción con los programas por parte de mensajes de WhatsApp, tanto de la clase como de quienes pueden estar oyendo desde algún otro lugar (amigos, familiares, compañeros de otras materias, etc.). También hemos agregado el uso de redes como forma de promocionar las producciones, donde el mismo grupo suma la función de *community manager* para fomentar el interés en los demás. Esta convergencia de medios hace a la radio que conocemos hoy. Muchas veces la posibilidad de video en vivo desde plataformas como Facebook Live también motiva el interés de los alumnos.

Otra manera que sumamos, para incentivar la promoción de su programa, es que en cada emisión haya un adelanto de la próxima, lo que obliga al grupo a pensar estrategias de *enganche* del público y estar pensando en

la continuidad y desarrollar más las estrategias de productores de contenidos que luego necesitarán para su quehacer profesional.

Este año, también, junto con otras comisiones de la materia, hemos acordado sumar la realización de *podcasts* para la creación de piezas radiofónicas, relacionadas directamente con el programa pero que tienen su independencia de este, y poder sumarlas como forma de promoción o generar canales diferentes con un público que es exclusivo del consumo de estas *pastillas* sonoras.

Una nueva propuesta que hicimos en 2019, para seguir insistiendo en el concepto de la radio realidad, es que los *oyentes* de la clase escuchen el programa de sus compañeros desde su propio aparato móvil con auriculares. Creemos que esta invitación puede sumar aún más a comprender la experiencia, así como a acercarse más a los productos sonoros, ya que escuchar desde el celular es la forma más habitual para las nuevas generaciones de contactarse con los materiales sonoros. Además, se disminuye en forma notoria la dispersión (tan característica del medio auditivo) entre los estudiantes/*oyentes*, quienes hasta pueden salir del aula y volver a ingresar, siempre conectados con el programa que se está emitiendo.

3. LA RADIO EN VIVO (COLOMBO-SCHMUCK)

Nada más movilizador para un alumno de radio que saber que va a salir al aire. La noticia de que su práctico podrá ser escuchado más allá del Laboratorio de Sonido de la facultad genera el regreso de los nervios y las manos transpiradas.

La eterna magia de la radio vuelve a ponerse en marcha.

La posibilidad de contar con un sistema de *streaming* en el estudio de radio de nuestra Escuela de Comunicación Social generó un salto de calidad y de compromiso por parte de los alumnos de la Cátedra de Producción Radiofónica, del segundo año de la carrera.

De comenzar la cursada con alumnos que no saben a ciencia cierta de qué se trata *eso de la radio* e incluso llegan a confundir la AM con *antes meridiano*, al compromiso y el interés en hacer más de lo solicitado para que *su programa de radio* se luzca por encima del resto.

Cuando, antes de finalizar el primer cuatrimestre, se les informa a los alumnos que en el segundo cuatrimestre se van a realizar prácticas de for-

matos radiofónicos en el estudio pero que ahora serán emitidos por *streaming*, preguntan, entre dudosos y preocupados, si van a ser «escuchados por otros».

Luego de recorrer el primer cuatrimestre mezclando teóricos y prácticos en el Laboratorio de Sonido, pero que no son emitidos, llega el momento de armar diferentes formatos para trabajarlos y emitir al aire todas las semanas *su programa*.

Allí, la realidad marca un mayor compromiso por parte de los alumnos para con la calidad, la artística y el relato radiofónico.

Mucho más cuando, a la clase siguiente, cuentan que fueron escuchados por amigos y conocidos o cuando mientras un grupo está en el estudio haciendo su programa el resto puede escucharlo a través de un celular en el aula.

Volver a presenciar esa sensación única de *hacer radio*, con su decodificación en presente, su velocidad, su instantaneidad, marca claramente que la ventaja de poder *hacerla en vivo*, a través del *streaming* es una experiencia superlativa para alumnos de Comunicación Social.

Los alumnos se dividen en grupos de cuatro o cinco integrantes, de manera que cada uno pueda ocupar un rol particular dentro del mismo.

Arrancamos el *streaming* una vez por semana y con un programa periódico breve, para que los alumnos puedan trabajar y producir las noticias entre todos y después contarlas o leerlas al aire, el relato radial.

Así, en el primer programa ya deben definir el conductor, los productores, el operador y las distintas voces que van a salir al aire.

A medida que van pasando las semanas, desde la cátedra les pedimos que busquen y piensen en nuevos contenidos, formatos y piezas sonoras que puedan ir incorporando; como entrevistas (en vivo o grabadas) o encuestas para completar las noticias o registros de sonidos ambiente para enlatados. De esta manera, van aprendiendo a trabajar el material con programas de edición.

Al comienzo del segundo cuatrimestre los programas comienzan siendo un breve informativo, pero al poco tiempo cada grupo va adquiriendo su propio estilo e identidad y los programas comienzan a cobrar forma y sentido para los alumnos, incluyendo la belleza de acentos distintos traídos en las voces de alumnos de otras regiones.

Todos los grupos escuchan atentamente los programas de los otros compañeros y no solo aprenden de los errores y aciertos ajenos, sino que intentan diferenciarse de algún u otro modo; generándose una sana competencia entre los ellos.

Existen notables diferencias en los aprendizajes entre los dos cuatrimestres.

Con el *streaming* el aprendizaje es mucho más rápido y enriquecedor porque los alumnos están motivados y trabajan con mayor entusiasmo, puesto que son conscientes de que *van a ser escuchados por otros*.

Esto genera rápidamente un mayor compromiso por parte de los alumnos al sentirse empoderados en el relato radial. Por otro lado, deben, y esto no es menos importante, aprender a manejar los tiempos estipulados para su programa. El grupo, al armar el envío, debe necesariamente respetar los horarios asignados a cada equipo para lograr una cierta continuidad en la programación.

Y, además, se remarca desde la cátedra que su programa se emite ese día en ese horario cada semana. Con lo cual se genera también el compromiso con esos públicos, mejorando la asistencia de los alumnos a clase, ya que más allá de ser estudiantes sienten ese compromiso con la audiencia.

Esa obligación contraída de armar un programa diferente cada semana, saber que siempre hay alguien del otro lado escuchando, no solo genera cierta presión positiva en el alumno, sino que marca la necesidad de ser profesional a la hora de asumir un compromiso en día y horario de emisión.

Cuando terminan de emitir los programas, los docentes le damos a cada grupo una pequeña devolución. Primero escuchamos sus propias críticas y a partir de ellas, proponemos un nuevo desafío para la clase siguiente.

Pero lo más interesante suele darse en las propias críticas que se realizan entre ellos, donde quien estuvo al aire debe aceptar qué cosas le gustaron y que cosas no a esa pequeña audiencia del aula.

Y, a su vez, ya no solo emiten un formato radial, sino que se obligan a ser escuchas críticos de esos envíos, aprendiendo también de los errores ajenos.

Después de la devolución, los alumnos planifican lo que van a hacer en el programa siguiente y cómo van a alcanzar el nuevo objetivo.

Esta dinámica de trabajo es muy interesante ya que, a medida que van avanzando, ellos mismos van buscando nuevas formas de experimentar y eso enriquece el aprendizaje.

Sobre el final del cursado, los alumnos ya casi se manejan autónomamente, solo consultan pequeñas cosas o dudas mínimas, se nota el manejo de los tiempos radiofónicos o la pequeña sutileza de los silencios para remarcar la palabra. El relato se vuelve magia.

«Nosotros le hacemos el bocho a la gente», dijo en una entrevista Norberto Chiabrando, uno de los mejores conductores de la radiofonía rosarina. Ese «hacerle el bocho» no es más que la magia del relato que solo algunos pueden conseguir detrás de un micrófono de radio.

Chiabrando lo lograba con creces, pero también sabía de sus debilidades, es por ello que siempre pensó la radio como un colectivo, nunca en soledad.

Esa construcción de grupos, con distintos roles (conductores, locutores, periodistas, operadores técnicos, productores, movileros, corresponsales, especialistas en diferentes temas, etc.) donde se debe respetar y darle el lugar a cada uno, porque cada una de esas personas con sus características particulares le va a dar un sabor único a ese plato que se cocina todos los días en un estudio de radio.

Bienvenidas todas las nuevas herramientas y TIC, pero la radio nunca podrá perder la magia del relato y seguirá siendo radio en tanto y en cuanto le «haga el bocho a la gente».

4. EL DESAFÍO DE LA FICCIÓN POR STREAMING (LEZCANO-AICARDI)

Cada año, desde el espacio taller se reinventa la propuesta pedagógica, pensando en los contenidos que establece la cátedra, pero también, en los nuevos desafíos que traen los estudiantes. Encontrar una síntesis, una manera de producir contenidos sonoros que resulten atractivos, que sean innovadores y provocativos se transforma en el objetivo a trazar en el comienzo de cada año lectivo. La incorporación del *streaming* en la segunda mitad del año de cursado movilizó a la cátedra a aggionarse en las formas y tiempos de producción que se trabajan. El pasaje del público áulico al público abierto sumó mayor profesionalismo a la propuesta dentro del aula.

4.1. DESAFÍOS DEL VIVO POR STREAMING

El uso del *streaming* supuso un nuevo manejo del tiempo, no solo por la necesidad de generar piezas radiofónicas que vayan al *aire* sino por el desafío de transformar ese *tiempo* en un tiempo atractivo para producir piezas sonoras interesantes para la audiencia.

Se propuso a los alumnos trabajar un género que permitiera afianzar conocimientos del primer cuatrimestre y generar un despliegue de producción que acercara la experiencia al ejercicio profesional.

En ese marco, e incentivados por la plataforma –que se sumaba como herramienta– se planteó el uso del nuevo espacio para producir ficción.

El contenido de la ficción es no perecedero. La radio tampoco muere, apenas se transforma. Es por eso que la ficción radial puede y, de hecho, resurge –en tímidos destellos– en este loable contexto. El asunto ahora es saber si sus hacedores estamos a la altura de semejante circunstancia (Cotton, 2018: 240).

Ese llamamiento para recrear y pensar en usar el *streaming* como herramienta para visualizar la ficción y explorar las maneras de producirla fue el puntapié inicial del trabajo en comisión.

¿Dónde se forman los productores, guionistas, actores, editores de la ficción sonora del inmediato mañana? ¿Qué espacios de experimentación, práctica y perfeccionamiento están a disposición? ¿En qué espacios en las grillas de programación se dirimen estos nuevos desafíos de la comunicación? (Cotton, 2018: 242).

Sobre el interés, tanto en la audiencia como en los estudiantes, de recrear el género radioteatro, decían Miguel Ángel Ortiz Sobrino y Federico Volpini Sisó:

En la primavera de 2005, el entonces director de Radio 3, José Antonio Martín Morán, convocó una encuesta entre los oyentes de la que se define como emisora joven de Radio Nacional. La respuesta no dejó de sorprenderle: «me piden ficción», nos relataba en el Festival de Benicassim de ese año. Ni más música, ni más actualidad: espacios dramáticos (Ortiz Sobrino y Volpini Siso, 2017: 14).

Aparecía entonces la oportunidad de recrear el género desde el espacio taller con las nuevas posibilidades que brindaba el *streaming* y con el entusiasmo que despertó en los alumnos la posibilidad de explorar un género del que apenas habían escuchado hablar.

En ese marco la definición fue abordar de lleno esa nueva herramienta como una posibilidad inmejorable para trabajar ficción, específicamente un ciclo de radioteatro.

La propuesta se concretó en una consigna: cada grupo de estudiantes debía producir un ciclo de radioteatros de diez capítulos de siete minutos cada uno que se emitirían una vez por semana.

Las características del género, resignificado y enriquecido por los recursos disponibles, pero también condicionado por esos mismos recursos trajo la segunda definición: saldrían grabados y en el mismo horario cada semana.

4.2. LA ESTRATEGIA DE PRODUCCIÓN DEL CICLO DE RADIOTEATRO

El desafío consistía en abordar un género rico para trabajar la potencialidad del lenguaje radiofónico. Un trabajo que se sostuviese sobre el guion dramático, la puesta en escena, la capacidad expresiva y que imponga ciertas formas de trabajo en la preproducción, producción y puesta al aire.

La propuesta requería explorar una forma de secuenciación en la producción que garantizara que los alumnos pusieran al aire un capítulo cada semana, que avanzara en la historia y creciera en calidad y profesionalismo.

En la exploración de esas estrategias se estableció una cadena de producción que comienza en el inicio del segundo cuatrimestre. Allí los alumnos definen sus historias, caracterizan a los personajes, los lugares donde se va a desarrollar la acción, la necesidad –o no– de un narrador, las características de los personajes y los eventos que movilizarán la historia capítulo a capítulo.

El proceso de producción se colectiviza, se pone en común, se abre al curso, se aportan recursos, se proponen, se descartan y se exploran posibles soluciones, el trabajo es colaborativo, cada grupo opina sobre su historia y las de sus compañeros.

El proceso de la puesta al aire se estructura de manera secuenciada de la siguiente manera: en un primer paso, la entrega del capítulo editado

para transmitir por *streaming*. En segundo paso, la corrección del guion que se graba en esa clase y, por último, la escucha del capítulo que saldrá la semana siguiente frente a la clase para que, a modo de *feedback*, sus compañeros aporten sus opiniones.

Esta dinámica de producción abrió una nueva manera de trabajo, que puso a la fecha de puesta al aire como límite gracias a la emergencia del *streaming*.

En cada escucha de los capítulos se toman definiciones sobre la producción y esa producción ya no está limitada al espacio taller, pertenece al público potencial que está allí, en la puesta en circulación.

La toma de definiciones sobre la marcha de un producto, atendiendo no solo al propio grupo sino al conjunto de la clase, enriqueció las historias y valorizó los aportes con el objetivo de mejorar la puesta al aire.

Entre las múltiples dimensiones de lo que debemos, podemos y/o queremos enseñar y aprender sobre la radio y sobre hacer radio hay, sin dudas, contenidos conceptuales, historia, contenidos prácticos; se trata de un conjunto de saberes sobre el qué, quiénes, cuándo y cómo hacer radio. En ese marco, una de las dimensiones más complejas a enseñar tiene que ver con la toma de decisiones en situación real –o simulando la situación real– del acontecer de la radio. La estrategia adoptada que describimos más arriba pone de manifiesto la importancia central de la construcción de un tiempo/espacio pedagógico/profesional en el cual los estudiantes puedan aproximarse a esas decisiones, a los fundamentos que las sostienen, a la puesta en práctica y ejecución de esas mismas definiciones y a las consecuencias o efectos que las mismas tienen en el desarrollo de su propuesta radiofónica. Este es el aspecto más significativo de esta experiencia tanto para los estudiantes como para quienes nos proponemos abrir, en la medida de nuestras posibilidades, el mundo de la radio y de la construcción de sentido a través del lenguaje radiofónico a las nuevas generaciones.

5. EL TRABAJO EN EQUIPO (DEL CHIERICO-PARODI)

Realizar un programa de radio puede ser una odisea individual o una aventura grupal. En el proceso de aprendizaje, el trabajo en equipo permite una mejor división de roles, acercando la práctica en clase a una rea-

lización más cercana al desarrollo profesional de las funciones del medio radiofónico. Siguiendo esta línea, y luego de experimentar con grupos de diferentes tamaños para las prácticas al aire, nuestra comisión trabaja desde hace tres años con la clase completa realizando un mismo programa de radio. El desafío es enorme, al igual que la responsabilidad que recae en cada uno de los alumnos –al estar en juego el proyecto colectivo–, pero los beneficios en términos de evolución de los alumnos, compromiso con el programa, crecimiento del compañerismo y motivación han sido gratificantes.

En el 2016, al encontrarnos con una comisión de 12 alumnos, y ante el riesgo de segmentar el aula, optamos por trabajar la salida en vivo con el grupo completo trabajando en un único programa. La experiencia superó no solo nuestras expectativas académicas, sino que también encontramos una serie de elementos positivos en la dinámica de los grupos que nos motivaron a repetir la experiencia aun cuando nos enfrentemos a grupos más grandes.

A partir de iniciada la etapa de desarrollo de los programas en vivo nuestra aula se transforma en una sala de producción. Cada uno de los integrantes de la misma cumple una función específica:

- Los alumnos se encargan de la producción integral del programa, divididos en una serie de roles que consideramos imprescindibles, pero siempre abiertos a la posibilidad de que surjan otros roles y formas de producción no tradicionales. La estructura básica del programa se compone de productores generales, conductores, coordinadores y operadores. Para nosotros, más allá del rol asignado, cada alumno es un productor de contenidos, es decir, es un realizador sonoro integral. Cada productor debe ser capaz de investigar, guionar, entrevistar, grabar, editar, crear una estética sonora y definir la integración al aire de los contenidos que genera.
- Los ayudantes alumnos se integran a la dinámica de trabajo como tutores especializados en las siguientes áreas: guion, puesta al aire, edición, operación técnica y manejo de la voz.
- Los docentes, además de supervisar la dinámica de las unidades de trabajo, nos focalizamos en una serie de aspectos generales: utilización creativa de los elementos del lenguaje radiofónico, innovación en los enfoques y en los tratamientos,

y deconstrucción de los estereotipos de la radio tradicional. Por otra parte, alentamos el desarrollo del potencial individual de cada alumno, motivándolos a ir más allá, incluso de sus propias expectativas.

Al inicio del segundo cuatrimestre comienza la etapa de preproducción. Los alumnos deciden los temas de su interés sobre los que quieren trabajar y se decide de manera grupal tanto el nombre como la forma de contener esos intereses en una única producción. Uno de nuestros grandes desafíos como grupo de trabajo es la búsqueda de una unidad conceptual ante esta gran variedad de individualidades e intereses personales que aparece.

A continuación, desarrollamos la idea, definimos junto a los alumnos la estética, los roles y la conformación de las unidades productivas (pequeños grupos de trabajo). En esta etapa es fundamental la figura de los ayudantes alumnos para realizar un seguimiento cercano y asesorar a cada unidad para llegar de la idea al producto final: desarticulando clichés, potenciando la originalidad y la sonoridad de este.

Una vez culminada la etapa de preproducción la clase entra en una nueva dinámica que se sostendrá durante el período de salida al aire. La jornada se divide en tres momentos:

1. Revisión de contenidos, estructura y puesta a punto para la salida al aire.
2. Emisión del programa.
3. Evaluación y trazado del plan de producción para la siguiente semana.

1. Los docentes se reúnen con los productores generales para evaluar contenidos, estructura y puesta al aire. En paralelo, los ayudantes alumnos trabajan con el resto de los estudiantes, divididos por área, la salida al aire: el grupo de operación técnica carga el material, revisa la calidad sonora y práctica el manejo de los equipos; el grupo de edición revisa las producciones y asiste en su corrección; el grupo de los conductores y voces que componen el aire practica la dinámica de cada salida y repasa los contenidos.

2. Durante la salida al aire los docentes se limitan a observar la dinámica de trabajo y actuar como oyentes.

3. Una vez finalizado el programa se lleva adelante una reunión con el grupo completo, la que se inicia con la autocorrección. A partir de la experiencia obtenida en estos años, hemos descubierto que esta autocrítica coincide en muchos puntos con nuestra propia evaluación y, al surgir de los mismos estudiantes, las correcciones aparecen como un ejercicio de autosuperación y no como una demanda de los docentes. Los elementos que no surgen en esa etapa son luego detallados por los docentes en una devolución, planteada en términos de desafío de cara a la siguiente semana.

Dentro de los resultados positivos de esta dinámica de trabajo hemos notado con satisfacción que luego de culminada la clase, de manera espontánea, los alumnos se mantienen reunidos diagramando el siguiente programa. Este momento fuera del horario de clases, informal, se vuelve un elemento socializante y fortalece al grupo tanto dentro como fuera del aula.

Para concluir, al construir desde cero una única producción, observamos que todos los componentes del aula asumen mayores responsabilidades, creando un compromiso con el producto y con el otro. Los alumnos, porque asumen una responsabilidad para con sus pares al depender la clase completa del rol de cada uno. Los ayudantes alumnos, al involucrarse de manera directa en la producción y asumir su responsabilidad como tutores. Y nosotros, los docentes, al salir del rol de meros evaluadores, siendo permeables a nuevas ideas que enriquecen nuestra profesión.

6. EL USO DEL *STREAMING* EN LAS CLASES DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA (FERNÁNDEZ CÍVICO)

A partir de la incorporación del *streaming* en el aula, desde la cátedra organizamos el ciclo lectivo de manera que, a partir del segundo cuatrimestre, trabajamos los contenidos habituales de la materia, pero desde la producción de un programa de radio, con todo lo que eso implica:

Tiempos: al tratarse de programación *en vivo* y continuada, se genera un mayor compromiso en cuanto a los turnos y dinámicas, se respetan los horarios asignados y se intenta buscar cierta *continuidad* en la programa-

ción, con lo cual deben estar al tanto de los programas que los preceden y los que continúan a cada producción.

Roles y dinámicas: cada semana los y las estudiantes salen al aire con sus producciones, resolviendo los desafíos que eso representa a nivel de contenidos, montaje y coordinación en tiempo real. Al transcurrir varios programas, es notable el avance en cuanto al trabajo en equipo, división de tareas y comunicación entre ellos durante la emisión en vivo, asumiendo los diferentes roles y ocupando los distintos espacios en el estudio, con mayor responsabilidad y claridad en cuanto a las tareas a desarrollar.

Posibilidad de escucha y devoluciones por fuera de las fronteras del aula: normalmente invitan a sus familiares y amistades a escuchar, lo que genera mayor entusiasmo y hace del trabajo en clase una experiencia genuina mucho más cercana a los requerimientos de una producción profesional.

Profundización de las temáticas trabajadas en la primera parte del año e inclusión de nuevos temas dentro de la estructura de los programas: notamos avances significativos y diferencias fructíferas en cuanto a la realización de prácticos *aislados* y los que se hacen en el contexto del programa: un servicio informativo, una entrevista, un informe, alguna realización de ficción en el marco de una producción que tiene características, objetivos y tiempos determinados, no se despliega de la misma manera que por fuera de esa estructura.

Realizar los programas con una determinada periodicidad, posibilita a su vez una mayor consolidación en los formatos, estructuras y segmentos, pudiendo trabajar la identidad de las realizaciones con mayor profundidad. En este sentido hemos desarrollado un proyecto intercátedra, junto a docentes de Comunicación Visual Gráfica I (CVG I), que consiste en el desarrollo de la identidad gráfica de los programas. Las y los estudiantes de Producción Radiofónica comparten una narrativa de sus producciones (por escrito y acompañadas de audios) a quienes están cursando CVG I, como para que puedan construir la imagen de los programas, (que utilizarán luego en redes sociales, por ejemplo) cerrando el año con una exposición final de los trabajos impresos y compartidos en las paredes del Laboratorio Sonoro.

Dicha consolidación de formatos, estructuras y segmentos ha permitido, además, el intercambio de producciones entre equipos, es decir: alteramos las producciones dentro del aula de manera tal que un grupo que venía haciendo un programa informativo (de su autoría), pasa a hacer

uno de ficción, todo bajo la dirección y supervisión de los autores de esta última propuesta. Esto permite a los *autores*, guionistas, etc. escuchar su propia producción, realizada por otros; y a quienes se desempeñan en un programa que no es suyo, fortalecer el trabajo del equipo en una realización diferente a la que manejan con mayor periodicidad. Las devoluciones que se hacen, luego de pasar por esta experiencia, genera notables mejoras en sus trabajos.

Por último, en cuanto al intercambio de producciones entre las diferentes comisiones, una vez generado un buen número de programas, junto al material sonoro que eso supone, las y los invitamos a armar un adelanto o anuncio que luego intercambiamos entre las diferentes emisiones de *streaming*. Es decir: las y los estudiantes de los miércoles pasan los anuncios de sus programas a los de los martes, como para que quienes cursan ese día (y sus respectivos oyentes) estén al tanto de las realizaciones del resto de las comisiones de Producción Radiofónica.

7. BIBLIOGRAFÍA

- COTTON, Marcelo (2018). «La ficción en la radio: una visión de futuro». En: Bosetti, Oscar Enrique y Ricardo Miguel Haye (comps.). *Pensar las radios: reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores*. Avellaneda: UNDAV Ediciones.
- ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel y Federico Volpini Siso (2017). «Realización, lenguaje y elecciones narrativas de radioteatro: tres aproximaciones a la creación de espacios sonoros en el tiempo». *Área Abierta. Revista de Comunicación Audiovisual y Publicitaria*, vol. 17, n.º 1, pp. 13-36. [Consulta: 13 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/ARAB.53496>

SALIR A SONAR. PROPUESTAS DE TRABAJOS PRÁCTICOS EN EL MARCO DEL TALLER DE LENGUAJE II Y PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA, UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA

Tamara Liponetzky y Eugenia Sanuy

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo da cuenta de una experiencia de trabajos prácticos realizados en el marco del Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica del segundo año de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). La idea central del proyecto gira en torno a la participación de los alumnos en todos los pasos previos y realización de un producto comunicacional sonoro útil a la comunidad cordobesa. En ese sentido se hizo hincapié en la investigación para la producción y no solo en la ejecución o en lo tecnológico. Se trabajaron aspectos vinculados a la construcción del receptor previsto y el contexto de escucha.

El proyecto, de corte extensionista y de integración a las problemáticas sociales y culturales de Córdoba, intenta reflexionar en cómo la universidad, y los estudiantes, pueden incidir en la trama social urbana de la ciudad. Partimos de las formas de comunicación masiva en que la palabra pública es producto de emisores responsables que desde su comunicación producen algún tipo de vínculo con la ciudadanía y desde allí legitiman su propio lugar.

Asimismo, en el marco del proyecto Interfaces de la Cultura Contemporánea: Jóvenes, Medios y Cuerpos en Tensión, el equipo de investigación y sus integrantes nos proponemos identificar las particularidades de distintas producciones con las que los jóvenes buscan comunicar y establecer –en los intersticios donde el poder se constituye– la posibilidad

del cambio y de una voz propia, las luchas por la visibilidad y el deseo de articular con otros colectivos sociales.

La experiencia se realizó durante 2015, 2016, 2017, 2018 y se trabajaron las siguientes temáticas:

- La Noche de los Museos
- Los barrios de Córdoba
- Las bibliotecas populares
- Conflicto universitario *la toma*

Nuestras reflexiones parten de los trabajos producidos por los alumnos como prácticos escritos y realizaciones sonoras que retoman la investigación, la producción y la redacción desde diversos formatos que luego efectivamente fueron reproducidos en emisoras y espacios culturales vinculados a las temáticas específicas de cada uno.

En este sentido, la experiencia de los alumnos de poder salir a la calle a investigar, luego producir y, por último, ver y escuchar sus producciones fuera del aula resulta imprescindible para pensarse en el rol de futuros comunicadores y que al mismo tiempo puedan comenzar a posicionarse como productores sonoros y asumir las responsabilidades que esto implica en el campo de trabajo real.

El Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica propone un acercamiento teórico-práctico al estudio del lenguaje radiofónico y la producción. Hablamos de aproximación y acercamiento, teniendo en cuenta que este taller es la única asignatura que se relaciona con el medio radiofónico dentro del ciclo básico; por lo tanto, debe funcionar como un espacio de aprendizaje que atienda a las necesidades de formación de los alumnos en el medio radiofónico y, a la vez, sea la puerta de entrada para aquellos que elijan la Orientación en Comunicación Radiofónica.

En sus dos áreas: Lenguaje y Producción, se aborda el estudio y la realización de la lengua y de la producción desde la perspectiva del medio radiofónico. En este sentido, se pone el acento en las posibilidades creativas, analíticas y de producción del alumno para facilitar su aproximación a la radio. A partir de los diferentes diagnósticos realizados, se impone como un objetivo específico reforzar la utilización adecuada de la lengua escrita y oral. Se propicia, además, la mirada crítica de los *modelos* impuestos por la radio hegemónica de mercado para atender a una pers-

pectiva alternativa, trascendental en las instancias de aprendizaje de los futuros comunicadores. En esta misma línea se trabaja sobre la idea de lo sonoro que explora otros dispositivos tecnológicos que han extendido los alcances, las posibilidades y demandan, por parte de los alumnos y de los docentes, un tratamiento adecuado sin pretender agotar, ni correr detrás de los nuevos adelantos en materia tecnológica.

Este trabajo práctico, que se realiza todos los años con una temática diferente, en el marco de las dos áreas del taller, intenta que los estudiantes puedan experimentar la realización, desde el minuto cero, de un producto sonoro concreto que pueda sonar en el mundo exterior y no solo en las aulas.

De esta manera, se puede trabajar en la investigación para la producción y luego escuchar las producciones al aire no solo con fines educativos, sino también en vinculación con la sociedad.

En el marco de las actividades extensionistas de la materia, este práctico se propone no solo ayudar a la difusión de actividades que se hacen fuera del marco educativo, sino también vincular a los estudiantes con la vida social y cultural de la ciudad. Además, uno de los objetivos apunta a que los alumnos, puestos a producir para radio, puedan familiarizarse con los diversos formatos disponibles desde lo sonoro, teniendo en cuenta un oyente modelo y un espacio concreto de reproducción.

2. 2015

Con el propósito de colaborar con las estrategias de difusión de La Noche de los Museos, ofrecimos una propuesta comunicativa sonora concebida, diseñada y realizada por estudiantes de segundo año de la Licenciatura en Comunicación Social. La idea fue producir una serie de piezas sonoras de diferentes formatos que fueron emitidos en diversos medios radiales de la ciudad de Córdoba en el período previo a la realización del evento mencionado. El objetivo de esta serie era generar curiosidad y expectativa en el público por la actividad, por lo que su difusión fue durante el mes anterior.

3. 2016

La actividad que presentamos fue una propuesta comunicativa para promover y divulgar el circuito de bibliotecas populares de la ciudad de Córdoba. Este trabajo fue desarrollado por estudiantes del ciclo básico de la Licenciatura en Comunicación Social y estudiantes avanzados de la Licenciatura en Bibliotecología.

El Proyecto Producción Radiofónica para la Promoción de las Bibliotecas Populares consistió en la articulación de dos espacios: por un lado, el educativo, de formación de los comunicadores sociales y de los bibliotecólogos y, por otro, el de las bibliotecas populares, entidades sociales que funcionan a nivel local en nuestra comunidad. Esta articulación tuvo el fin de promover y difundir las bibliotecas populares como espacios relevantes.

La propuesta se inscribió en las acciones extensionistas del Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica. El soporte interdisciplinario buscó atender los múltiples aspectos de las bibliotecas populares como objeto de las tareas de investigación y producción. En esta experiencia resultó muy enriquecedor poder articular con otra unidad académica y de disciplinas muy diferentes, lo que permitió abordar la temática desde otras miradas y ver las posibilidades y alcances de la comunicación radiofónica.

4. 2017

Al son del barrio: La actividad consistió en una propuesta comunicacional para difundir espacios y actores sociales de los barrios de la ciudad.

La investigación sobre los barrios hizo hincapié en múltiples lugares: los centros culturales, el centro vecinal, el club, la plaza, la radio comunitaria, etc.

En esta producción hubo barrios marcados por los momentos *escolares*, otros por los feriantes, por juegos y meriendas al aire libre. Algunos por el centro cultural o la biblioteca popular como espacios de encuentro. Otros por el centro vecinal o el club. Conocer y guardar registro de los relatos de los barrios resultó productivo por el contacto de los futuros comunicadores con el patrimonio cultural de los lugares que habitan. Asimismo, posibilitó a los alumnos vincularse con la ciudad en la que viven,

algunos desde siempre y otros desde que llegaron aquí a estudiar. En este sentido, el trabajo práctico los colocó en la lógica del *flaneur* para intentar recorrer y reconocer la ciudad con otros ojos y otros oídos.

5. 2018: LA REALIDAD NOS TOMA POR SORPRESA

El 2018 se presentó, desde el comienzo, como un año difícil. Las luchas y medidas de fuerza de los docentes a lo largo del primer cuatrimestre desencadenaron en una toma, por parte de los estudiantes, del Pabellón Argentina y varias facultades de la Universidad Nacional de Córdoba, entre ellas la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

La toma, que duró 28 días, buscó dar visibilidad a los reclamos docentes, pero también poner de manifiesto los conflictos que vive la UNC, el desacuerdo estudiantil por la conducción del rectorado y la grave crisis que afecta a la universidad pública, entre otras instituciones como la educación en general, la salud, el trabajo, la cultura, etc.

En ese contexto, y pensando a la hora de redactar esta ponencia en el texto de Tina Gardella «Salir de la radio para hacer radio» cuando comenta que los alumnos, de algún modo, cuestionaron los temas de los prácticos, y que es deber de los docentes tener la flexibilidad suficiente para adaptarse y estar atento a lo que a los alumnos interpela y moviliza. Pues a nosotros se nos metió la toma por la ventana. Algunos docentes se acercaron a la toma de nuestra facultad, otros no, y lo mismo pasó con los estudiantes.

Desde algunas cátedras se organizaron charlas informativas sobre la situación de la universidad, sobre el presupuesto, los salarios, etc. En ese marco de movilización generalizada, las docentes del Taller II pensamos que debíamos adecuar las pautas de la redacción del trabajo práctico a lo que nos estaba pasando aquí y ahora.

El taller organizó coberturas colaborativas y se pensaron trabajos, formatos y modos de enseñar y aprender en ese contexto de conflicto. Los alumnos produjeron audios sobre la toma, entrevistas, *spots*, microrrelatos que sonaban en el patio de la facultad y en la calle, mientras los profesores de economía explicaban el drástico aumento del pago de intereses de la deuda de nuestro país y la consecuente caída del poder adquisitivo del salario de los docentes y de todos los trabajadores en general.

Enseñar radio en ese contexto significó salir, porque la facultad estaba cerrada, y preguntar a los que pasaban por Ciudad Universitaria qué pensaban acerca de lo que estaba sucediendo. Fue también escuchar y analizar audios de los medios hegemónicos que hacían hincapié en que los estudiantes estaban ensuciando y dañando la propiedad pública y fue también escuchar y participar de los debates que se daban entre los propios estudiantes. No hubo consenso, las posiciones eran diferentes y eso enriqueció el debate y la participación por parte del alumnado.

Lo interesante de la toma fue la urgencia, por parte del estudiantado, por tener conocimientos de la técnica para poder comunicar lo que estaba sucediendo. Una de las mayores críticas a la formación que se ofrece en la carrera de comunicación en la UNC es la falta de práctica. Esta toma puso sobre la mesa de nuevo esta discusión.

¿Cómo comunicar? ¿Qué decir? ¿Qué enseñar?

Y ahora ¿qué hacemos? Por parte del equipo de cátedra y por parte de los mismos alumnos que estaban tomando la facultad, que se acercaron a hablar con nosotras, surgió la idea de realizar clases públicas de producción y lenguaje con el objetivo de generar audios que pudieran circular, no solo entre los integrantes del curso, sino para ser enviados a otras facultades y a distintos medios. Se organizó una clase en la explanada de acceso de la facultad, se llevaron equipos, se escucharon audios, se comentó y se discutió.

Fue una clase muy concurrida, se acercaron miembros del colectivo de Radio Revés, que en el marco de la toma realizaron un programa llamado *Toma corriente* donde informaban sobre las distintas situaciones que atravesaban las facultades y pabellones tomados, aportaban las noticias de último momento y la cobertura desde otros medios. También se realizaron entrevistas a personajes relevantes y a transeúntes ocasionales que circulaban por Ciudad Universitaria.

En este sentido, pensar que en el 2018 la producción sonora del taller pasó por una toma de la facultad, por un pedido del estudiantado y por una clase pública nos hizo volver a reflexionar sobre lo público como el lugar que legitima a los actores sociales y los reconoce como creadores de sentido. La educación como un derecho humano que debemos defender se constituyó en una de las temáticas que se abordaron en las discusiones y en los trabajos de los alumnos, así como también la mirada crítica sobre

las coberturas de los medios hegemónicos y comerciales acerca de lo que estaba ocurriendo en la antigua casa de Trejo.

Como sostiene Beatriz Ammann la polisegmentación de lo social y sus múltiples voces es representada en un gran diálogo, construido por mediación del dispositivo tecnológico. En ese gran diálogo se ponen en cuestión saberes y poderes, pluralidades de lenguajes sociales y de discursos ideológicos que constituyen un medio dinámico de múltiples voces.

Reconocerlas, estudiarlas y ponerlas en diálogo es uno de los principales objetivos del taller y, en ese sentido, el dinamismo de la actualidad se constituye en una variable que no podemos dejar de considerar.

Nuestros estudiantes se posicionaron ante una situación compleja en el marco de un ajuste a la educación pública y su manera de hacerle frente fue haciendo sonar sus ideas, investigando, preguntado, grabando, creando *hashtags*, interpelando y relacionándose con la comunidad universitaria. Y, en esta instancia, no solo fueron productores sonoros, sino también sujetos políticos que buscaron modificar las políticas universitarias. En este punto, al ser ellos mismos los interesados en el objeto a producir, el proceso de aprendizaje fue diferente y requirió un compromiso de su parte que, pensamos, hizo a ese 2018, un año inolvidable.

6. BIBLIOGRAFÍA

- AMMANN, Ana Beatriz (2010). «Temporalidad radiofónica y vida cotidiana: un diálogo engañoso». En: Dalmasso, María Teresa y Lucrecia Escudero Chauvel (coords.). *Tiempo, espacio e identidades*. Buenos Aires: La Crujía. [Consulta: 10 de marzo de 2022]. Disponible en: <https://www.designisfels.net/wp-content/uploads/2021/05/i15.pdf>
- GARDELLA, Tina (2017). «Salir de la radio para hacer radio». En: Bosetti, Oscar y Ricardo Hays. *Pensar las radios*. Buenos Aires: UNDAV Ediciones, pp. 157-175.
- MATA, María Cristina (1993). «La radio, una relación comunicativa». *Diálogos de la Comunicación*, n.º 35, pp. 55.
- _____ (1998). «Saber sobre la radio». *Signo y Pensamiento*, vol. 17, n.º 33, pp. 91-98. Colombia.

RADIO UNIVERSIDAD JUJUY. DE LO ACADÉMICO A LO ALTERNATIVO

Gabriela Isabel Campero, Luisa Verónica Ortiz y Florencia Cecilia Mónica Pereira

1. INTRODUCCIÓN

Desde el presente trabajo queremos expresar que durante el proceso de cambio que atraviesa Radio Universidad Jujuy en cuanto a sus contenidos –un proceso de reinención constante en la forma de producirlos, escucharlos y leerlos– pensamos que enseñar e investigar la radio del nuevo siglo asume un desafío, en el sentido de problematizar la radio, no solamente como herramienta para un fin, sino proponerla como un medio para formar más que para informar.

Es por esto que nuestra radio se constituye en un espacio ideal para la democratización del conocimiento, el desarrollo de la educación informal, la socialización de las actividades del quehacer universitario y el fomento de la *praxis* en la comunicación.

No pretendemos que la *comunicación alternativa* (CA) sea abordada solo como *popular y comunitaria*, o como la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico. Creemos que, desde nuestro espacio de trabajo e investigación, la CA refleja un cambio en la manera de abordar contenidos, formatos y estructuras que abarcan a más personas y se adecuan a los cambios constantes de la sociedad. Para los programas, cada periodista aporta una temática específica que crea que debe ser abordada, ya sea extraída de algún medio masivo de la provincia o propio. Se busca tratar cada tema de agenda (o no) desde una perspectiva diferente, buscando entrevistar a las y los actores de cada situación particular, para escuchar y dar voz a *todas las campanas* para así

poder informar a nuestra audiencia, brindándole el sello personal del equipo periodístico de Radio Universidad Jujuy.

Con este trabajo inacabado intentamos una redefinición de *comunicación alternativa* al abordarla desde una perspectiva que abarque no solo lo *popular*, sino entendiéndola como un circuito donde los temas tratados tengan en cuenta los distintos actores involucrados, el lenguaje que utilizan y la reinterpretación del mundo que hacen a los fines de fortalecer los espacios en donde se trasmite y se recibe la información.

Lo alternativo lo vivenciamos desde la importancia que la radio universitaria jujeña tiene para sus oyentes, como espacio de democratización de los sentidos y de la palabra en la elaboración del producto periodístico divulgado por el diario digital que, en forma permanente, busca adecuarse para la socialización del conocimiento y la información con una amplia prospectiva para comunicar educando al radioescucha.

Las radios universitarias emanaron del seno de las propias instituciones académicas como instrumentos de información y comunicación que utilizan las instituciones de Educación Superior.

En este sentido, las emisoras universitarias suponen un modelo diferenciado de hacer radio por sus características propias: el contexto específico de actuación, los agentes que participan en él, las temáticas especializadas que se programan, el perfil de oyentes a los que van dirigidas y la transferencia del conocimiento a la sociedad que permiten estos canales mediante la divulgación de la ciencia y los descubrimientos y hallazgos que se producen en las propias universidades, como cunas del saber y de la experimentación científica (Lazo y Pena, 2014: 8-25).

A pesar de estos rasgos en común, cada radio cuenta con peculiaridades: en lo contextual, Radio Universidad de Jujuy, es pensada desde un modelo de gestión y perfil que profundiza el vínculo entre la comunidad universitaria en general y cada uno de sus claustros, como también con la comunidad de la provincia en tanto destinataria de los contenidos desarrollados diariamente dando lugar a varias voces con perspectiva crítica. Desde los productores, el trabajo de producción es colectivo por medio del intercambio de temáticas en reuniones periódicas antes de los programas o en forma virtual en el grupo de WhatsApp del equipo. Los contenidos están dirigidos al oyente en general al abordar las causas sociales, culturales, económico-políticas, además de la divulgación de la actividad

institucional y científico-académicas. La interacción con el público cobra relevancia desde la apuesta, cada vez más sincronizada, en la divulgación inmediata del producto radial en el diario digital y el uso de las redes sociales, WhatsApp y Facebook.

Estas características particulares nos dejan entrever que el medio de comunicación ha afianzado una relación vincular entre su estructura de producción, de organización o de contenidos, con una institución de educación superior, cuya función es la difusión de la cultura, la ciencia y la educación; así como contribuir al desarrollo formativo de estudiantes.

Cuando hablamos de contribuir al desarrollo formativo hacemos referencia a la iniciativa de propiciar la inclusión de estudiantes avanzados y graduados de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNJu, por medio de la convocatoria que se realiza a fines de cada año lectivo para formar parte de las prácticas profesionalizantes de verano (durante enero y febrero) con la finalidad de otorgarle al beneficiario las herramientas necesarias para el quehacer periodístico. Estas actividades son coordinadas y supervisadas por algunos integrantes del personal contratado y de planta permanente del medio.

Actualmente el modelo de organización de la radio 92.9 podría encuadrarse como mixto, ya que combina cierto grado de gestión y organización institucional con la participación activa del estudiantado y/o graduados en labores tanto de programación como de realización. Es así que al personal de Radio Universidad Jujuy lo integran docentes, estudiantes o profesionales de la comunicación, como también expertos de diversas áreas del conocimiento, que buscan a través de productos comunicacionales, la democratización de los saberes.

En el proceso de producir y emitir contenidos alternativos, la radio pretende establecer enlaces con una audiencia más diversa, ávida de opinar y participar sobre temas de interés social y generar una reacción transformadora del entorno a través de la comunicación.

Desde la imagen institucional, Radio Universidad Jujuy promueve la apertura a todas las voces, a la pluralidad de contenidos como marca distintiva de la labor periodística que, en más de una ocasión, marcó agenda entre sus pares multimedios.

En resumen, esta investigación pretende reflexionar sobre el proceso de cambio que atraviesa Radio Universidad Jujuy, que busca visibilizar y

problematizar no solo la labor de las facultades y sus actividades académicas, científicas, estudiantiles e institucionales, sino también del entorno social en el cual se encuentran. Nuestra radio se propone incidir y trabajar en nuevos géneros y formatos que regulan las actuales formas de comunicación, elaborando contenidos con ciertas perspectivas para incidir en los públicos y moldearse a los mercados.

2. RADIO UNIVERSIDAD DE JUJUY: PERSPECTIVA HISTÓRICA

Durante el gobierno nacional de Carlos Saúl Menem se impuso la política neoliberal. Este período se caracterizó por la crisis hiperinflacionaria, el recorte presupuestario y las grandes reformas en el sistema educativo, como la Ley Federal de Educación y la Ley de Educación Superior. Estas medidas se sumaron al Decreto 2360/94 que preveía la disminución de los montos en las partidas presupuestarias asignadas a la educación y al Decreto 290/95 que reducía los salarios de la administración pública. Radio Universidad Jujuy se crea e inaugura el 5 de octubre de 1991 en el marco de la lucha y el debate en las universidades nacionales que se dio en 1990 en defensa de la educación pública y gratuita y de los derechos de sus trabajadores. Remitiéndonos a la *Historia de la Universidad Nacional de Jujuy (1972-2015)* realizada por el magíster Gabriel Lagos, rescatamos que:

La idea de crear un medio de comunicación propio venía gestándose desde hacía tiempo. En 1987 el Departamento de Prensa comenzó con la emisión del programa *Hora Universitaria*, el cual salía al aire una vez por semana en Radio Nacional. Dos años más tarde, se consiguió la autorización, para emitir en la frecuencia de FM 92.9 (Lagos, s/f).

Sin embargo, por la difícil situación financiera que atravesaba la UNJu se pospuso su primera emisión durante dos años más. En 1991 se realizaron las 1° Jornadas de Educación y Comunicación, donde se convocó a distintas figuras del medio con el fin de enriquecer el proyecto para la construcción de un medio radial para nuestra casa de estudios.

Desde su génesis, Radio Universidad de Jujuy, como las demás radios universitarias, constituye una nueva forma de comunicación que emana del seno de la propia institución académica como instrumento de in-

formación y comunicación utilizada por las instituciones de Educación Superior.

En la radio se puso en acción aquello que sostiene Kaplún: que –en este tipo de acciones– los comunicadores aprenden educación y los educadores la comunicación. Es así que el personal de las radios universitarias lo integran no solo docentes, estudiantes o profesionales de la comunicación, sino también expertos de diversas áreas del conocimiento que buscan, a través de productos comunicacionales, la democratización de los saberes. En el caso de Radio Universidad 92.9, sus emisiones comienzan a fines de 1991 de la mano de un grupo de profesionales de la radio y periodistas reconocidos por la comunidad jujeña, entre ellos Laura Barberis quien fuera la primera coordinadora del medio jujeño.

Desde la mirada de José Augusto Ventín Sánchez, con el correr de los años, en la práctica periodística, se va afianzando la relación vincular entre el medio universitario (su estructura de producción, de organización o de contenidos) y la institución de Educación Superior, para la difusión de la cultura, la ciencia y la educación, así como para contribuir al desarrollo formativo de estudiantes (Ventín Sánchez, 2015: 90).

En ese proceso de producir y emitir contenidos especializados o alternativos para llegar a una audiencia más amplia: «el proceso de democratización de la palabra se enfocó en establecer enlaces con sectores que comúnmente han sido excluidos y que no tienen espacios para opinar y participar». Según la perspectiva de Espino, es así como «a través de la radio universitaria se ofrece una herramienta de comunicación a colectivos que desean tratar temas que no tendrían cabida en el medio convencional» (Espino, 2014, citado por Mullo-López 2017: 121).

La parrilla de programación de la FM 92.9 LRK 301, actualmente, se preocupa por:

Acercar a la ciudadanía las actividades y las inquietudes propias de una institución dinámica y proveedora de los avances y del conocimiento, que realizan una labor igualmente de transformación del entorno a través de la comunicación (Contreras Pulido *et al.*, 2014: 120).

Finalmente, vale mencionar que los principales programas periodísticos del medio universitario jujeño adoptaron el formato *magazine* para transmi-

tir los contenidos a su audiencia; ya que es uno de los más utilizados al combinar diferentes subgéneros informativos (entrevistas, tertulias, noticias, debates, etc.) en espacios de tiempo relativamente breves, consagrándose como una de las fórmulas de transmisión de contenidos más apreciada.

2.1. GESTIONES ADMINISTRATIVAS DE RADIO UNIVERSIDAD

JUJUY: ¿CÓMO SE CONFORMA EL SISTEMA DE MEDIOS EN LA UNJU?

La UNJu representa un actor social de relevancia para Jujuy y se propuso potenciar políticas transversales de comunicación. Los principales sectores, dependientes de la Secretaría de Asuntos Académicos, funcionan de manera articulada como canales de vinculación y comunicación hacia la sociedad en general.

Siguiendo a Rasjido, nos indica que, particularmente, el espacio de:

Radio Universidad Jujuy está pensado desde un modelo de gestión y perfil que profundice el vínculo con la comunidad universitaria en general y cada uno de sus claustros, como también con la comunidad de la provincia en tanto destinataria de los contenidos desarrollados cada día en nuestra institución. Recientemente se avanzó en la consolidación de un nuevo formato para la difusión y divulgación del producto periodístico e institucional diario utilizando las nuevas tecnologías, mediante el desarrollo de servicios de información complementarios a los ya existentes fundamentalmente caracterizados por el formato audio. En este sentido, la página *webunjuradio.com* posibilita la circulación complementaria de contenidos y la mixtura de audio/texto e imagen potenciando exponencialmente el volumen de destinatarios (Rasjido, 2018: 4).

Es por esto que nuestra radio universitaria se constituye en un espacio ideal para la democratización del conocimiento, el desarrollo de la educación informal, la socialización de las actividades del quehacer universitario y el fomento de la praxis en la comunicación.

Las radios universitarias son vitales para formar democracias y para formar comunidades mediante los temas propositivos que se analizan; por eso es tan importante que existan las emisoras de este tipo, ya que cada emisora es un medio con identidad propia marcada por los contenidos que resalta y propone.

2.2. APROXIMACIÓN A UNA DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

Durante el proceso de cambio que atraviesa Radio Universidad Jujuy, en cuanto a sus contenidos, experimenta un proceso de reinención constante en la forma de producirlos, escucharlos y leerlos. En este contexto, enseñar e investigar la radio del nuevo siglo asume un desafío, en el sentido de problematizar la radio, no solamente como herramienta para un fin sino proponerla como un medio para formar más que informar.

Este espacio que, en un principio surgió como una herramienta para difundir las noticias universitarias y permitir la práctica profesional de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNJu, a lo largo de su historia fue mutando en forma y/o contenidos.

Antes de avanzar en la descripción y reflexión concretas sobre el proceso de cambio que atraviesa Radio Universidad Jujuy en cuanto a contenidos, debemos necesariamente resaltar que el objetivo de cada periodista que trabaja en esta radio universitaria es el de visibilizar y problematizar no solo la labor de las diferentes facultades (Ciencia Agrarias, Ciencias Económicas, Humanidades y Ciencias Sociales e Ingeniería) y sus actividades académicas, científicas, estudiantiles e institucionales, sino también del entorno social en el cual se encuentran y teniendo siempre en cuenta las diferentes problemáticas que en dicho contexto social puedan encontrarse. La forma de hacer radio en Radio Universidad Jujuy se aborda desde una perspectiva de *comunicación alternativa*.

Siguiendo a Lewis (1995), entendemos a la comunicación alternativa como aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir, a los más utilizados. La comunicación alternativa permite que el receptor tenga un papel más activo y que pueda contribuir en la toma de decisiones.

No pretendemos que la CA sea abordada solo desde la mirada de *lo popular y lo comunitario* o como la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico. Creemos que, desde nuestro espacio de trabajo e investigación, la CA refleja un cambio en la manera de abordar contenidos, formatos y estructuras que abarcan a más personas y se adecuan a los cambios constantes de la sociedad.

También compartimos la postura de Máximo Simpson Grinberg, quien entiende la *comunicación alternativa* como una práctica multidi-

mensional, esencialmente antimonopólica, que promueve un cambio radical de las relaciones comunicacionales, alterando el *statu quo* de los sistemas de propiedad, control, elaboración y difusión de mensajes. Desde estos ejes vamos a analizar el trabajo que se realiza en Radio Universidad Jujuy.

3. RADIO UNIVERSIDAD COMO MULTIMEDIO

La comunicación multimedial se asienta principalmente en los pilares fundamentales de la «red global» que es Internet. Esta vía de comunicación se encuentra en plena expansión teniendo en cuenta su utilización por parte de un número superlativo de usuarios, aún cuando continúa latente la discusión sobre su alcance y uso por parte de una sociedad globalizada, en términos de la escala social y económica (Rasjido, 2018: 9).

Para reconocer estas premisas se tuvieron en cuenta diversos acuerdos y estudios que indagan sobre las características de Internet y las nuevas transformaciones culturales. Al respecto, el sociólogo español Manuel Castells (1997: 88) aseguró que el conjunto de las actividades de nuestra sociedad atraviesa una transformación y entiende que los rasgos que constituyen ese nuevo núcleo se adhieren a un nuevo paradigma como la *tecnología de la información*. En efecto, Radio Universidad Jujuy buscó sumarse al periodismo digital local, pero lo hizo con un objetivo claro: la conformación de una agenda informativa propia.

3.1. RADIO UNIVERSIDAD ONLINE

Nuestra radio, como medio digital local, cuenta con una página web (www.unjuradio.com), Facebook (Radio Universidad Jujuy 92.9) e Instagram (@unjuradio), plataformas digitales a las se puede acceder durante las 24 horas del día. La producción noticiosa se mantiene de lunes a viernes. Los sábados y domingos la edición disminuye en cuestión de actualización instantánea, pero se mantiene activa con un orden de notas generales de relevancia.

4. ESTABLECIMIENTO DE AGENDA

Evidentemente, la agenda informativa contiene algunos factores de las noticias que pueden reconocerse en:

- Tiempo: se fija en la oportunidad de preparar la información a tiempo, primero al público, cuando requiere de esa información.
- Contexto: relación proporcional entre el interés de la noticia y la cercanía del hecho al público objetivo.
- Dimensión: se considera el tamaño de la noticia y las relaciones informativas que se pueden establecer o no alrededor de la misma.
- Importancia: marca lo significativo, lo trascendente.
- Actualidad: el tiempo que transcurre entre el hecho y la difusión de la noticia.
- Novedad: aquello que no se conoce a la fecha. Es cualitativo.
- Utilidad: el interés que se permite hacia el lector que a veces puede formar opinión.

Sin duda, uno de los aspectos relevantes que hacen al trabajo informativo de los medios de comunicación es la *agenda de la información*, *agenda informativa* o *agencia noticiosa*, denominaciones que aluden al proceso que efectúa cada uno de los medios de comunicación sobre determinados temas noticiosos. Estos medios tienen cierta libertad para fijar su propia estructura de trabajo además de su determinación y autonomía al momento de publicar la información.

La agenda informativa se establece de diversas maneras; una de ellas incluye el análisis y discusión por parte de los directores, editores y periodistas conformando un grupo de trabajo para que así, en conjunto, se determine la emisión final de la información. Las decisiones pueden ser consensuadas entre un director y un editor general o director de la publicación y, en algunos casos, por el propietario del medio.

En la elaboración de nuestra agenda informativa una de las normas generales de trabajo se encuentra en la generación propia de fuentes o bien se acude a fuentes provenientes de las agencias de noticias, gacetillas de prensa y, en la actualidad, de Internet.

Las nuevas tecnologías comienzan a tener un efecto decisivo sobre la circulación de la información, pero también sobre las interacciones de la gente

con ella. En tal sentido, la construcción de la agenda informativa la constituyen básicamente los medios, aunque los dispositivos digitales permiten cada vez más consultar otras fuentes de información.

5. PROGRAMACIÓN MATUTINA DE 7 A 13

Los medios de comunicación juegan un papel central en la construcción social. Ellos nos muestran lo que unos pocos quieren mostrar. Y esto lo podemos ver reflejado en la programación del horario central de Radio Universidad.

De esta manera, pasaremos a describir brevemente, la modalidad y el trabajo de cada programa.

6. FRANJA HORARIA DE 7 A 11: *LA MAÑANA DE UNIVERSIDAD*

El equipo de periodistas en estudios está conformado por Gustavo Miranda, Elisa Stela, Liliana Limachi, Patricia Barro Maldonado (deportes). Fuera de los estudios cuentan con una productora, un columnista (cultura), un operador técnico y un editor.

Al finalizar cada programa, el equipo de periodistas junto a su productora, se reúnen a pautar la agenda del día siguiente. Cada periodista, va sugiriendo diferentes temas para ser abordados en el próximo programa. Los temas que se sugieren pueden estar establecidos en la agenda diaria o semanal, como también no estarlo y buscar indagar sobre otras temáticas no abordadas por los grandes medios de la provincia. En el caso de los temas tomados desde los grandes medios de comunicación, se busca darles otra mirada, otro tratamiento, diferente al que les dieron los medios hegemónicos de la provincia.

¿Cómo buscan brindarle otro enfoque al mismo tema? Entrevistando a otros actores involucrados en la misma situación, analizando de manera objetiva cada temática o situación planteada. Finalmente, una vez definidos los temas a tratar en el siguiente programa, la productora contacta a los entrevistados para cada temática particular.

El trabajo de los móviles en exteriores también está previamente pautado mediante reunión de producción. Cada movilero/a puede aportar temáticas a tratar en cada programa.

Cada entrevista realizada, tanto en los estudios como telefónicamente, es posteada en todas las plataformas digitales para lograr así un mayor alcance de la producción periodística y permitir la interacción con la audiencia mediante comentarios en cada posteo.

7. FRANJA HORARIA DE 11 A 13: *ANTES QUE SEA TARDE*

El equipo de periodistas en estudios está conformado por Andrea Velasco, Héctor Espinoza, Luis Puentes, Florencia Pereira y Franco Mansilla (deportes).

Este programa cuenta con columnistas que abordan temáticas específicas, con la novedad de que el encargado/a de cada columna no necesariamente visita el estudio de Radio Universidad, sino que también puede realizar su columna mediante el uso de audios de WhatsApp. Este tipo de entrevistas por WhatsApp es una metodología de entrevista implementada por este equipo de trabajo como alternativa a las entrevistas telefónicas o en piso. Las mismas son utilizadas para las diferentes columnas del programa, para entrevistas tanto de móviles en exteriores como sobre alguna temática particular a abordar en el programa.

Antes que sea tarde cuenta con un amplio abanico de columnas que, al nombrarlas, dejarán entrever que, en dicho programa, se busca abordar diferentes temáticas sociales:

- Tecnología
- Música
- Deportes
- Cine
- Análisis del discurso
- Historia de vida
- Agenda cultural
- Efemérides

La particularidad de la columna de cine es que, con ella, buscamos brindar una cartelera alternativa a la de las grandes cadenas de cine del país, más precisamente la cartelera de películas que se emiten en la sala de cine del Espacio INCA Mercosur.

En este programa se busca generar interacción con las y los destinatarios a partir de la *frase del día*, la cual consiste en seleccionar un *dicho* o *frase* actual emitido/a por algún/a famoso/a y reproducirlo al aire a nuestra audiencia, de manera tal que puedan adivinar a quien pertenece la misma, con el incentivo de poder obtener un premio a cambio de acertar al autor/a de la frase. Tanto *la frase del día* como cada sorteo semanal se postean en todas las plataformas digitales y sirve al equipo no solo como herramienta de interacción, sino también a modo de sondeo para poder saber a cuántas personas alcanzan y cuántas siguen el producto radial.

Particularmente los temas a abordar en *Antes que sea tarde* se plantean mediante grupo de WhatsApp, donde cada periodista aporta una temática específica que crea que debe ser abordada, ya sea extraída de algún medio masivo de la provincia o propio. Al igual que el equipo del horario anterior, se busca abordar cada tema de agenda (o no) desde una perspectiva distinta, buscando entrevistar a las y los actores de cada situación particular, para escuchar y dar voz a *todas las campanas* y así poder informar a nuestra audiencia brindándole el sello personal del equipo periodístico de Radio Universidad Jujuy.

8. DIARIO DIGITAL UNJURADIO: SELECCIÓN DE CONTENIDOS

El diario digital UNJu Radio (www.unjuradio.com) se nutre de las entrevistas y/o noticias que tratan los diferentes programas de la radio. En este trabajo los programas radiales que vamos a abordar son *La mañana de universidad* que se emite de lunes a viernes de 7 a 11 y *Antes que sea tarde*, de 11 a 13.

Si entendemos que Radio Universidad Jujuy va reinventándose, adecuándose a los cambios y demandas sociales de los radioescuchas y pretende que los contenidos que se abordan incidan de alguna manera en el público y se acomoden a las demandas del mercado, la producción y elaboración de las noticias debe dar respuesta no solo al público de la academia, sino que debe estar orientado al consumo de toda la población alcanzada por la onda radiofónica de Radio Universidad Jujuy.

El primer criterio de selección de notas que se suben al diario es el de primicia. *La mañana de universidad* aborda los temas actuales del día con una agenda plural y diversa; el tema es tratado con todos los actores invo-

lucrados en la noticia mediante una entrevista telefónica o por WhatsApp en el caso del segundo programa, que realizan los periodistas/comunicadores que se encuentran en el estudio. Enseguida, el audio de la entrevista se envía a la redacción del diario quienes desgraban el mismo y redactan la nota escrita con un soporte sonoro editado (corta duración y conciso) de la nota completa.

El trabajo de redacción es posible gracias a la preproducción que realiza cada programa hasta la concreción de la nota que sale al aire.

Es imperioso destacar que la agenda periodística de Radio Universidad Jujuy y la producción de noticias es muchas veces tomada por otros medios locales de la provincia.

Cuando hablamos de primicia nos referimos a la idea de ser los primeros en dar la noticia y a la forma de darla. Tanto las noticias académicas como aquellas que hacen a la cotidianeidad política, social, económica y cultural de la provincia; se abordan de tal forma que todos los actores sociales se sientan y se vean representados, en un marco de pluralidad y con la intención del diario y la radio de ser generadores de espacios de expresión e información.

Es desde esta forma de hacer, redactar y contar las noticias donde vemos que se produce una *comunicación alternativa* en tanto que buscamos que la forma en la que comunicamos cambie, transforme y produzca reacción en la audiencia. Desde nuestro espacio pretendemos que todos puedan sentirse hacedores de esta nueva forma de comunicación que venimos trabajando en Radio Universidad Jujuy.

Como periodista de redacción, el poder tener la facultad y criterio para seleccionar las noticias que se van a subir al diario digital, a los fines de posibilitar la visibilización de todos los productos radiales, nos facilita tener una audiencia y lectores que se sienten acompañados en sus demandas e incógnitas. Nos permite abordar diferentes temas desde todas las miradas de una manera plural, reconociendo la posibilidad de expresión donde el micrófono y el diario se abren a la comunidad.

La idea consiste en pensar a la radio como gran foro democrático donde múltiples voces se expresen y confronten, donde se construyan acuerdos mínimos entre la ciudadanía, donde se identifiquen necesidades y propuestas disponibles para la acción política. Esto implicó ubicar a la radio como parte del espacio público, como terreno de lo común, sin

obviar que allí albergan condiciones de desigualdad y conflictos. Puntualmente el diario UNJuradio, como así también el trabajo netamente radial, buscan que la producción y la comunicación sean alternativas, donde la participación posibilite crear y recrear intereses comunes, diálogo y discusión entre los actores que de una u otra manera influyen en la sociedad.

El diario digital pretende ser, además, generador de noticias propias, no solo las que proveen los programas abordados, sino también mediante el trabajo personal de los redactores-editores para reforzar lo que se trabajó durante el día; se realizan entrevistas vía WhatsApp a profesionales y/o personas idóneas para las columnas del diario, valorando la información como construcción de sentidos, como un insumo para la participación y la ampliación del espacio público.

9. CONCLUSIONES

Intentamos con este trabajo inacabado una redefinición de *comunicación alternativa*, entendiéndola como un circuito donde los temas tratados tengan en cuenta los distintos actores involucrados, el lenguaje que utilizan y la reinterpretación del mundo que hacen a los fines de fortalecer los espacios en donde se trasmite y se recibe la información; sin desmerecer su sentido *popular*.

Cuando decimos inacabado queremos destacar que Radio Universidad Jujuy actualmente atraviesa cambios en la elaboración de sus contenidos como en la selección de la agenda que va tratando a diario, porque se pretende que en las prácticas comunicacionales los actores que intervienen en el proceso comunicacional sean los protagonistas de las noticias y que los espacios donde se generan puedan ser intervenidos por estos.

Si bien García Canclini considera que la cultura popular contemporánea se constituye a partir de los medios electrónicos y no son el resultado de las diferencias locales sino de la acción homogeneizadora de la industria cultural, nuestros contenidos radiofónicos propuestos plantean la necesidad de un mensaje pensado por parte de los receptores y que sean hacedores partícipes y sujetos activos en el proceso comunicacional.

Cada equipo de trabajo busca abordar las temáticas de agenda desde diferentes perspectivas y escuchar las distintas voces que las competen. Además, también abordan cuestiones sociales, benéficas, culturales y de

interés general, no limitándose solo a lo *noticioso*, dejando un espacio para que la audiencia pueda interactuar y opinar (por qué no) acerca de cada temática abordada. Esto se ve reflejado en la lectura de los mensajes que llegan a la línea celular de cada programa donde muchas veces la audiencia opina y también a la lectura de preguntas a nuestros entrevistados (siempre y cuando las preguntas guarden el orden y respeto correspondiente y no resulte ofensivo, tanto para el entrevistado como para el equipo de trabajo en general de toda la radio y la sociedad).

10. BIBLIOGRAFÍA

- ALFARO, Rosa María (1988). «Participación... ¿Para qué? Un enfoque político de la participación en la comunicación popular». *Revista Diálogos de la Comunicación*, n.º 22. Lima: FELAFACS.
- BOSETTI, Oscar Enrique y Ricardo Haye (2018). *Pensar las radios*. Avellaneda: UNDAV Ediciones.
- CASTELLS, Manuel (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Volumen I. La sociedad red. Madrid: Alianza Editorial.
- CONTRERAS PULIDO, Paloma (2014). «Programar una radio social en la universidad: el Propósito Penélope de Uni Radio». *Edmetec. Revista de educación mediática y tic*, vol. 3, n.º 1, p. 120.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (s.f.). *Ni folclórico ni masivo ¿Qué es lo popular?* [Consulta: 15 de octubre de 2021]. Disponible en: https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/garcia_canclini.pdf
- KEJVAL, Larisa (2009). *Truchas. Los proyectos político-culturales de las radios comunitarias, alternativas y populares argentina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- LAGOS, Gabriel (s/f). «Historia de la Universidad Nacional de Jujuy (1972 - 2015)». [Consulta: 10 de marzo de 2022]. Disponible en <https://www.unju.edu.ar/historia.html>
- LAZO, Carmen Marta y Daniel Martín Pena (2014). «Investigación en radio universitaria. Presente, pasado y futuro». *Edmetec. Revista de educación mediática y TIC*, vol. 3, n.º 1, pp. 8-25.
- LEWIS, Peter (1995). *Medios de comunicación alternativos. La conexión de lo mundial con lo local*. Reino Unido: Ediciones UNESCO.
- MULLO-LÓPEZ, Alex Hernán (2017). «Contenido y estructura de la radio universitaria de Ecuador en el contexto analógico y digital». *Razón y Palabra*, vol. 21,

- n.º 3-98, pp. 118–149. [Consulta: 10 de marzo de 2022]. Disponible en <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1048>
- RASJIDO, Fabricio (2018). *El trabajo periodístico de Radio Universidad de Jujuy y su vinculación con la etapa multimedial para captar nuevos públicos*. Ponencia presentada en XXII JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN.
- SIMPSON, Máximo (1986). *Comunicación, alternativa y cambio social: América Latina*. Ciudad de México: Premia.
- VENTÍN SÁNCHEZ, José Augusto (2019). *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Chía: Ediciones Universidad de la Sabana.

EJE 2

LO QUE DICEN LAS RADIOS

CON TONADA CIENTÍFICA: UN ESPACIO PARA COMUNICAR LA CIENCIA

Marcos César Ramírez Bárbaro, Jorge Miguel Cusanelli y Ana Cecilia Enríquez

1. INTRODUCCIÓN

En la presente ponencia expondremos las actividades llevadas a cabo en el marco del proyecto de extensión denominado Con Tonada Científica. Espacio Radial de Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología, realizado desde la Secretaría de Extensión y Vinculación Tecnológica de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Misiones (UNaM).

El proyecto se propone realizar actividades de comunicación y divulgación de los proyectos de investigación que se ejecutan en todas las facultades de la UNaM.

Primeramente, describiremos los principales objetivos del proyecto y cuál fue la motivación para presentar una propuesta de estas características; luego enunciaremos las diferentes actividades que fuimos realizando durante estos tres años de ejecución del proyecto, puntualmente el programa radial, las temáticas abordadas en el mismo y también la participación del equipo en la Semana Nacional de la Ciencia y la Tecnología.

Finalmente desarrollaremos los objetivos y lineamientos propuestos por el equipo para el año 2019.

2. ¿POR QUÉ COMUNICAR LA CIENCIA?

El proyecto de extensión Con Tonada Científica. Espacios para la Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología se enmarca en los estudios

de Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología. Entendemos que esta área es un rasgo ineludible de las sociedades actuales y de preocupación ciudadana pocas veces visto en la historia (Albornoz, 2007: 48).

En el caso de nuestro país, sus transformaciones y aperturas en política científica y tecnología son resultado de «configuraciones cambiantes de actores que en distintos momentos fueron capaces de generar diferentes alianzas y provocar confrontaciones en los inestables escenarios de la política y la economía» (Albornoz y Gordon, 2011: 4).

En los últimos años, Argentina ha iniciado el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva denominado Argentina 2020. Otro actor que aparece allí es el CONICET quien definió dentro de sus temas estratégicos de investigación a dicha temática dentro de sus prioridades.

En este contexto, las universidades reivindican su rol de importantes enunciatoras en relación con la ciencia, la tecnología y el desarrollo (Polino y Castelfranchi, 2012: 369). La Universidad Nacional de Misiones (UNaM), espacio en el que se desarrolla este proyecto, no está ajena a estos debates ya que está en pleno desarrollo de su Plan Estratégico de Ciencia y Tecnología donde coloca a la comunicación pública de la ciencia y la tecnología (CPCyT), como uno de sus ejes fundamentales a trabajar.

Fue así como la directora de este proyecto, la Dra. Itatí Rodríguez comenzó a indagar mediante la realización de la Maestría en Ciencia, Tecnología y Sociedad que se dicta en la Universidad Nacional de Quilmes, sobre la problemática de la comunicación de la ciencia y la tecnología en una universidad periférica como lo es la UNaM.

Para ello se planteó realizar, en un primer momento, un acercamiento a la temática mediante la realización de un programa de radio teniendo mayor accesibilidad a este medio con el que cuenta la universidad desde hace más de dos décadas.

El proyecto surge de la necesidad de comunicar qué y cómo se investiga dentro de la Universidad Nacional de Misiones entendiendo que la misma es un importante centro de producción científico-académica, cultural y artística del nordeste argentino constituyéndose, en efecto, en un espacio estratégico por su ubicación geográfica dentro de la región de la triple frontera (Argentina, Brasil, Paraguay). En este sentido, resulta auspicioso construir un espacio destinado a la comunicación de las actividades científico-tecnológicas que se producen en la UNaM, a modo de con-

tribuir al fortalecimiento de los vínculos entre las distintas universidades y centros de la región, así como con la comunidad en general.

En este marco, nos propusimos generar un espacio de diálogo entre la comunidad científico-académica y la sociedad, a través de un medio de comunicación popular como es la radio. La propuesta consistió en realizar un programa de radio semanal de una hora de duración que propició el abordaje de investigaciones en curso, alcances de trabajos científicos, entrevistas con investigadores, especialistas, entre otros. Se recurrió a trabajos realizados por los estudiantes e investigadores de las distintas facultades de nuestra universidad, pero también de los centros de investigación de la provincia y la región.

Cabe señalar que varios de los integrantes de este proyecto han sido becarios doctorales del CONICET, teniendo como lugar de trabajo distintos puntos del país. En este contexto, han generado vínculos con diferentes equipos de investigación, que se retomaron en entrevistas y secciones de los programas radiales. Consideramos relevante trabajar con distintas estrategias y recursos comunicacionales en el área radiofónica: entrevistas, columnas de opinión, micros de ficción, recursos humorísticos, cobertura de eventos científicos, entre otros.

Nos proponemos generar un programa que pueda circular en distintas plataformas: UNaM Transmedia, redes sociales, sitios webs, emisoras radiofónicas de la provincia de Misiones y asociadas a la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA), como así también otros espacios comunicacionales de las universidades de la región: Universidad Nacional del Nordeste (UNNE), Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) y la Universidad Nacional de Litoral (UNL).

Desarrollamos un trabajo en conjunto con la radio de la Universidad Nacional de Misiones y el Centro de Producción Audiovisual del Departamento de Comunicación Social (FHyCS-UNaM), en articulación con el Instituto de Estudios Sociales y Humanos (UNaM-CONICET) y la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

3. SOBRE EL PROGRAMA RADIAL *CON TONADA CIENTÍFICA*

Durante la segunda mitad del 2017 comenzaron las emisiones del programa radial. Se llevaron a cabo siete programas, los mismos abordaron las

temáticas más variadas de investigaciones dentro de la UNaM y también contamos con la participación de la doctora Cleopatra Barrios investigadora del Instituto de Investigaciones Geohistóricas (IIGHI) dependiente del CONICET y la UNNE, quien desarrolla su investigación sobre los santos populares de la región, principalmente en la provincia de Corrientes.

Durante los demás programas abordamos la problemática de la foresto industria en el norte misionero a través del trabajo de la doctora Delia Ramírez, quien realizó su tesis doctoral sobre un grupo de campesinos de Puerto Piray que resistieron el avance de las pasteras, principalmente de la compañía Planta Celulosa Piray (PCP).

También la investigación de Emiliano Martí, estudiante de Genética de la Facultad de Ciencias Exactas de la UNaM quien está realizando su trabajo final de grado sobre un tipo de langosta que habita en Misiones. Asimismo, abordamos el trabajo de la licenciada en genética Yanina Briñócoli quién a través de su tesis de grado detectó la presencia de una nueva variedad de la especie corvina de río en la cuenca del arroyo Garupá de la cual se tenía registro únicamente en aguas del Brasil.

Además, abordamos el trabajo de la magíster Gisela Montiel, docente de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNaM sobre el emprendedurismo en alumnos de grado de dicha facultad. De igual manera lo hicimos con el doctor Omar Silva docente de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales quién describió su investigación doctoral respecto a los medios de comunicación y las nuevas tecnologías.

Por otra parte, también hablamos con el ingeniero forestal Jonathan Von Below, docente de la Facultad de Ciencias Forestales de la UNaM y becario doctoral del CONICET, quién comentó sobre su investigación respecto al desarrollo de un protocolo de mapeo de indicadores ecosistémicos para la provincia de Misiones.

Durante el 2018 se emitieron ocho programas los cuales giraron en torno a las temáticas más variadas desde la economía, pasando por la arqueología, la comunicación y la genética.

En el 2019, producto de la presentación en una de las emisiones en la que participó la arqueóloga Victoria Roca, *Con tonada científica* fue nominado en el rubro mejor programa cultural/educativo en radio en los premios Martín Fierro Federales, cuya premiación se llevó adelante en el mes de julio en la provincia de Santiago del Estero.

4. PARTICIPACIÓN EN LA SEMANA NACIONAL DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

Como parte de las actividades del equipo de extensión participamos en la Semana Nacional de la Ciencia y la Tecnología, evento que se realizó en simultáneo en todo el país, organizado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología de la Nación. La actividad que presentamos fue una radio abierta en la plaza 9 de Julio de la ciudad de Posadas en la cual invitamos a investigadores de diferentes facultades de la UNaM y a los equipos de prensa de la Facultad de Ciencias Exactas, Humanidades y de la Secretaría General de Ciencia y Técnica de la UNaM, quienes colaboraron con el proyecto y la organización del evento.

Los investigadores invitados fueron el magíster Jorge Alcaraz¹⁰⁸, docente e investigador de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales; la magíster Gisela Montiel¹⁰⁹, docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y, por la Facultad de Ciencias Exactas, Químicas y Naturales, la bioquímica y becaria doctoral del CONICET Marina Novosak¹¹⁰.

5. BIBLIOGRAFÍA

ALBORNOZ, Mario y Ariel Gordon (2011). «La política de ciencia y tecnología en Argentina desde la recuperación de la democracia (1983-2009)». En: Albornoz, Mario y Jesús Sebastián (eds.). *Trayectorias de las políticas científicas y universitarias de Argentina y España*. Madrid: CSIC, pp. 1-46.

ALBORNOZ, Mario (1997). «La política científica y tecnológica en América Latina frente al desafío del pensamiento único». *Redes. Revista de Estudios Sociales de la*

108. Alcaraz es profesor y licenciado en Historia y magíster en Antropología Social, su trabajo de investigación se titula Representaciones sobre el Territorio de Misiones. Construcción de Imaginarios e Identidades Políticas.

109. Montiel es licenciada en Publicidad y magíster en Comunicación y Cultura. Su trabajo de investigación se titula Aprender a Emprender. La UNaM como Facilitador de una Generación de Profesionales con Actitud y Aptitud Emprendedora.

110. Trabaja en el Instituto de Biotecnología de Misiones (InBioMis), cursa el Doctorado en Ciencias Aplicadas de la Facultad de Ciencias Exactas, Químicas y Naturales. Su trabajo de investigación se denomina Plantas Medicinales Autóctonas de Misiones: Acción Antimicrobiana y sobre la Virulencia de *Streptococcus Agalactiae* de Diversos Orígenes.

- Ciencia, vol. 4, n.º 10, pp. 95-115. [Consulta: 16 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90711303003>
- _____ (2007). «Los problemas de la ciencia y el poder». *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad*, vol. 3, n.º 8, pp. 47-65. [Consulta: 16 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=92430805>
- ALCARAZ, Jorge (2016). *Representaciones sobre el territorio de Misiones. Construcción de imaginarios e identidades políticas* (Proyecto de Investigación). Posadas: Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Secretaría de Investigación y Posgrado.
- BARRIOS, Cleopatra (2015). *Re-presentaciones fotográficas del Gaucho Gil. Las imágenes como productoras de sentidos y formas de articulación de la cultura popular-masiva* (tesis doctoral). Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata.
- BRIÑÓCOLI, Yanina (2017). *Identificación molecular de larvas de corvinas (Pisces, Sciaenidae) del arroyo Garupá, Misiones, Argentina* (tesis de grado). Posadas: Universidad Nacional de Misiones.
- BUCCHI, Massimiano y Brian Trench (2008). *Handbook of Public Communication of Science and Technology*. London & New York: Routledge.
- CAZAUX, Diana (2008). «La comunicación pública de la ciencia y la tecnología en la “Sociedad del Conocimiento”». *Razón y Palabra*, vol. 3, n.º 65.
- CORTASSA, Carina (2012). *La ciencia ante el público. Dimensiones epistémicas y culturales de la comprensión pública de la ciencia*. Buenos Aires: Eudeba.
- DAZA, Sandra y Tania Arboleda (2007). «Comunicación pública de la ciencia y la tecnología en Colombia: ¿políticas para la democratización del conocimiento?». *Signo y Pensamiento*, vol. 25, n.º 50, pp. 100-125.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (2012). «La formación de investigadores en ciencias sociales y humanas: agencia y estructura socioeducativa en la periferia de la sociedad del conocimiento». *Signo y Pensamiento*, vol. 30, n.º 60, pp. 62-72.
- LOZANO, Mónica (2011). «El nuevo contrato social sobre la ciencia: retos para la comunicación de la ciencia en América Latina». *Razón y Palabra*, n.º 65.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2005). «La percepción que tienen los colombianos sobre la ciencia y la tecnología». *La percepción que tienen los colombianos sobre la ciencia y la tecnología*. Bogotá: Colciencias.
- MONTIEL, Gisela (2015). *Aprender a emprender. La UNaM como facilitador de una generación de profesionales con actitud y aptitud emprendedora* (Proyecto de Investigación 16E175). Posadas: Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Ciencias Económicas. Secretaría de Investigación y Posgrado.

- NOVOSAK, Marina (2017). *Plantas medicinales autóctonas de Misiones: acción antimicrobiana y sobre la virulencia de streptococcusagalactiae de diversos orígenes* (Proyecto de Investigación). Posadas: Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Ciencias Exactas, Químicas y Naturales. Secretaría de Investigación y Posgrado.
- POLINO, Carmelo y Yuriy Castelfranchi (2012). «Comunicación pública de la ciencia. Historia, prácticas y modelos». En: Aibar, Eduard y Miguel Quintanilla. *Ciencia, tecnología y sociedad*. Madrid: Trota, pp. 351-377.
- RADIO UNIVERSIDAD (2017). *Con tonada científica*. Posadas: Universidad Nacional de Misiones.
- RAMÍREZ, Delia (2017). *La producción agroforestal y el agronegocio: una etnografía en el Alto Paraná* (tesis doctoral). Posadas: Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Secretaría de Investigación y Posgrado.
- SILVA, Omar (2016). *Mediaciones gráficas/hipermediaciones online: continuidades y transformaciones del dispositivo mediático* (tesis doctoral). Posadas: Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Secretaría de Investigación y Posgrado.
- VON BELOW, Jonathan (2015). *Vulnerabilidad, aprendizaje social y gobernanza de sistemas socio ecológicos de la provincia de Misiones frente a cambios en el uso de la tierra* (tesis de grado). El dorado: Universidad Nacional de Misiones.

VEJECES EN EL AIRE. TALLER DE RADIOTEATRO CON PERSONAS MAYORES¹¹¹

María Baigorria, Lorena Cabrol y Rosario Montiel

1. INTRODUCCIÓN

El propósito del siguiente trabajo es explorar desde una mirada transdisciplinaria cómo el dispositivo educativo Taller de Radioteatro propone un horizonte simbólico sobre los modos de ser/estar en la vida y de qué forma esa experiencia de aprendizaje y comunicación posibilita a las personas mayores la resignificación de su identidad personal y social.

El Taller de Radioteatro es un espacio de educación no formal que pertenece a la oferta de más de 60 cursos y talleres del Departamento de la Mediana y Tercera Edad de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos en Paraná. En este sentido, se vincula con una propuesta política pedagógica que, desde hace 35 años, interpela a la comunidad adulta mayor desde un enfoque de derechos, haciendo principalmente hincapié en las potencialidades de la vejez y del proceso de envejecimiento. Junto a otros Programas Universitarios para Adultos Mayores (PUAM) y en diálogo y tensión con otras instituciones, dispositivos e imaginarios sociales, el Departamento configura parte del repertorio de representaciones propias de las personas mayores para significar sus trayectorias y anticipar destinos posibles a su envejecer.

111. El presente aporte tiene sus antecedentes en otro presentado en el Congreso Iberoamericano de Programas Universitarios para Personas Mayores, llevado a cabo en Chile en octubre de 2018.

Significados y sentidos que se visualizan en un escenario de envejecimiento poblacional donde, con el aumento de la esperanza de vida, el tiempo post jubilación es cada vez más grande. Ante esto es necesario trabajar en la construcción de distintos espacios que garanticen la participación y el desarrollo personal en esta etapa de la vida.

Desde este contexto, y por la propia constitución del espacio, es que nos proponemos pensar el Taller de Radioteatro desde los aportes de la gerontología, la comunicación, la educación y el teatro.

2. FUNDAMENTACIÓN

El Taller de Radioteatro encuentra su fundamento en la línea de educación no formal y aprendizaje permanente a lo largo de la vida en el territorio universitario sostenido por el Departamento de la Mediana y Tercera Edad.

Desde esta perspectiva el aprendizaje puede ser vivenciado por las personas mayores como un lugar de encuentro con un otro, de seguir poniendo en juego la creatividad, sosteniendo un proyecto vital que posibilite seguir manteniendo lazos y vinculaciones sociales y comunitarias.

Se constituye como una oportunidad para que los adultos mayores exploren y exploten aquellas potencialidades que no sabían que tenían o que no habían tenido oportunidad de desarrollar. Pero, además, posibilita la incorporación de recursos personales frente a los cambios que supone la etapa de la vejez. En ese marco, el enriquecimiento es un propósito necesario para apuntalar el crecimiento y una estrategia para conservar la integración personal.

El radioteatro desde su invitación a producir historias y personajes, a tomar/actuar la palabra, a recrear dramas y a adquirir representación en el espacio público, contribuye a aumentar el sentimiento de confianza en sí mismas y valoración personal de las personas mayores.

En los juegos de su deseo vital, el adulto mayor apunala las ligazones a través de los cuales ha constituido su unidad identitaria; renueva/recrea las imagos identificatorias con las que ha elaborado su narcismo y sustituye los baluartes en los que apoyaba sus sentimientos de valía y autosuficiencia respecto de sí mismo, en los contextos socioculturales en los que participa (Yuni y Urbano, 2011: 14).

Ahora bien, como dispositivo de construcción de sentidos, el taller se instituye desde una serie de discursos que buscan incentivar y otorgar valor al transcurrir de la temporalidad, a la construcción de la memoria biográfica, a la experiencia de vida, al lugar de las personas mayores como sujetos deseantes/deseables y al ejercicio de la ciudadanía. Estos enunciados puestos a disposición en el ámbito de aprendizaje son tomados, cuestionados, asimilados, reconstruidos desde la posición subjetiva de cada persona mayor.

El Taller de Radioteatro se ofrece como una red simbólica cuya trama la componen estos discursos, los modos de comprender y pensar lo radiofónico y lo dramático, y la singularidad y diversidad de modos de envejecer y ser una persona mayor que trae consigo cada participante. Ese encuentro con otros/otras es el escenario en el que se traduce y se traslada el enriquecimiento personal.

Dicen Yuni y Urbano:

La acción de aprender se apoya en un cambio de posicionamiento subjetivo y en una nueva perspectiva acerca de las cosas y de sí mismo. Es decir, pareciera que estos sujetos alcanzaran una nueva perspectiva existencial en la cual pueden conectarse con su deseo y reconocer las huellas y desafíos que imponen los cambios internos y externos. El proceso de aprendizaje se sostiene en una suerte de reacomodamiento subjetivo que permite revisar lo vivido, construir una nueva narrativa identitaria de sí y para sí (Yuni y Urbano, 2011: 16).

Pero lo que hace particular a esta experiencia es la interpelación para construir narrativas colectivas, destinadas a asumir una expresividad particular y a procurar un debate en el terreno de las representaciones y los relatos. Frente a los fantasmas del viejismo toman revancha otras sensibilidades y sonoridades, otros modos de envejecer y de ser una persona mayor posibles y deseables; pero ante todo diversas.

Por otro lado, cabe destacar que, en el marco institucional, el taller surge como una demanda explícita de las personas mayores manifestada en otros espacios educativos del Departamento de la Mediana y Tercera Edad. En parte porque el formato radioteatro constituye un hito en la historia de la radio en Argentina, se trata de un fenómeno cultural de gran impacto en la generación actual de las personas mayores.

3. EL RADIOTEATRO COMO ESCENARIO DE PARTICIPACIÓN

La posibilidad de promover el ejercicio de la ciudadanía de las personas mayores es habilitada por la radio y sus potencialidades, y el radioteatro como formato para la construcción de sentidos transformadores.

Pensamos esta dimensión en relación con el concepto de ciudadanía comunicacional de María Cristina Mata, que nos invita a reflexionar sobre «los múltiples, variados procesos que nos permiten constituirnos como actores sociales y políticos con incidencia en la cosa pública, común, política» (Mata, 2009: 6). La comunicación es inherente a estos procesos ya que, por un lado, permite colectivizar intereses, sentidos e ideas y, por otro, hace factible la aparición en el espacio público.

Esta perspectiva nos permite pensar el Taller de Radioteatro como un espacio ciudadano donde reivindicar la capacidad de las vejeces de ser y contar, de formar parte de la toma de decisiones, de asumir las libertades para expresar. Siguiendo a Mata, se trata de una ciudadanía que se distingue porque implica una conquista, un habla que se produce forzando las barreras de la comunicación. En el caso de la realidad argentina, anteponiendo al discurso hegemónico, que estereotipa e invisibiliza a las personas mayores, asociando la vejez con la enfermedad, la pasividad, el desapego, otras representaciones construidas colectivamente, desde sus sensibilidades, como sujetos de derecho y de deseo. Asociamos esta comunicación:

Con procesos de búsqueda de igualdad e inclusión; con apuestas para que el hablar no sea mera reproducción del discurso que domina ni simple afirmación de aquello que lo dominante niega, oculta o deslegitima, sino apuesta para conquistar una palabra «otra», impugnadora, cuestionadora, fundante de nuevas realidades a conquistar (Mata, 2009: 9).

Bajo esta concepción las potencialidades de la radio se vuelven claves para pensar una comunicación dialógica y participativa. Tomando los conceptos de Mario Kaplún, asumida desde sus posibilidades educativas, la radio nos propone crear desde el poder de la sugestión, invitar al viaje sonoro de la imaginación. También a partir de la comunicación afectiva, hacer uso de la unión indisoluble entre el oído y los sentimientos, recu-

perar la dinámica de la afectividad, de la vivencia sonora que atraviesa el cuerpo. Desarrollar el sentido de la empatía, la capacidad de ponerse en el lugar del otro, pensar en los otros/otras interlocutoras. Además, hacer uso de la relación de identificación, a reconocer aquello que tenemos en común, esto es una construcción desde donde se puede nombrar una identidad colectiva.

El radioteatro resulta uno de los formatos más fecundos para trabajar estas características de lo radiofónico; por lo cual para Kaplún, lo vuelve un instrumento extraordinario dentro del campo de la educación no formal. Ya que sirve «para motivar, para llegar no solo a la mente del oyente sino sobre todo a su sensibilidad y a su conciencia». Pero este aspecto formativo, es posible de pensarse también en relación con quienes asumen su producción, quienes se comprometen en la tarea de significar a través de él y que primeramente deben hacerse carne de una construcción de sentidos problematizadora y diversa.

De esta forma, el lenguaje teatral se torna un vehículo de apropiación de distintas herramientas para construir y llevar adelante una producción radioteatral.

De la experiencia debe nacer el orden grupal necesario, que permita concretar un objetivo común. Este estado de convivencia o relación autónoma y creativa entre los integrantes del grupo posibilita compartir responsabilidades y encontrar frente a un problema grupal, una solución grupal por acción común. El hombre resuelve por acción, por drama. Trabajamos con la teatralidad contenida en el ser humano.

Las posibilidades educativas que nos permiten desarrollar el taller responden directamente a la nueva ética de la educación, que tiende a hacer del individuo protagonista de su propio aprendizaje y desarrollo cultural.

El mismo se propone como objetivos de trabajo desarrollar una propuesta vinculada a la idiosincrasia cultural de las personas mayores que los reencuentre con experiencias de vida que posibiliten su continuidad identitaria. Busca, además, propiciar el ejercicio de la ciudadanía comunicacional a través del uso de la radio y sus potencialidades y promover el uso de distintos lenguajes y formas discursivas para la expresión de los adultos mayores como sujetos participantes y constructivos, dejando atrás conductas estereotipadas.

4. TALLER DE RADIOTEATRO

Los círculos de cultura son concebidos como el lugar donde se promueve un diálogo vivo y creador, donde todos sabremos algo y todos ignoraremos algo, pero donde juntos podremos buscar, saber más (Ramírez en Moacir Godotti et al., 2008: 10).

La propuesta se pensó bajo la metodología de taller ya que se considera que esta modalidad supone el encuentro de un grupo de personas con un objetivo común y permite el intercambio dialógico y creativo. Un espacio que posibilita la convivencia democrática, con el aporte de todas las voces a la producción radiofónica. Siempre pensando en una comunicación que compromete la reflexión en la construcción de sentidos.

En esta clave se utiliza el juego dramático como herramienta de desinhibición, de integración grupal y de desarrollo de la imaginación que aporta un clima propicio para *jugar* a ponerle voz y cuerpo a los personajes. A través de juegos y ejercicios de improvisación se busca la expresividad de los participantes.

Siendo conscientes de que se utiliza el juego dramático como recurso didáctico-pedagógico, y entendiendo que el teatro es un juego de ficción de la realidad que produce una nueva realidad, es preciso tener muy en claro que en este espacio se comparte experiencia, responsabilidades, clima de confianza, respeto y posibilidades de expresarse y comunicar ideas y emociones.

Tomando como ámbito de construcción la radio y sus potencialidades este proceso de aprendizaje «se trata, necesariamente, por propia exigencia de los objetivos, de un proceso libre, en el que el hombre debe tomar sus opciones cada vez con mayor autonomía» (Kaplún, 2002: 46).

Los talleres son así, en términos de Mario Kaplún, procesos de acción-reflexión-acción que los sujetos hacen desde sus realidades y experiencias junto con los demás. En este sentido, el lugar de las coordinadoras del espacio es «acompañar al otro, para estimular ese proceso de análisis y reflexión, para facilitárselo; para aprender junto a él y de él; para construir juntos» (Kaplún, 2002: 45).

El Taller de Radioteatro inicia en 2017. Desde entonces se desarrolla anualmente en dos trimestres. Se ha logrado la constitución de un grupo

estable compuesto principalmente por mujeres (en un promedio de edad entre los 50 y los 80 años).

En el transcurso del dispositivo se han logrado producciones en sus diversas expresiones: improvisaciones, escritura de guiones, piezas radiofónicas dramáticas. Estas permitieron la apropiación del lenguaje radioteatral para la construcción de historias que fueron compartidas públicamente en medios de comunicación, como la radio de la universidad, Radio UNER 101.3 y la Radio Comunitaria Barriletes 89.3, y a través de su circulación en la web. También en otros espacios institucionales, como jornadas de educación y Muestra Anual de Cursos y Talleres del Departamento de la Mediana y Tercera Edad.

Pensando específicamente en el formato radioteatro, se observa que las personas mayores presentan una relación con el mismo vinculada a sus vivencias como oyentes del formato. Esta experiencia marca un particular modo de implicarse con las posibilidades de producción que otorga esta modalidad radiofónica.

Desde el principio la radio fue música popular, recitadores, partidos de fútbol y desde 1931 radioteatro. Patricia Terrero mira el radioteatro argentino desde:

La proximidad de ciertas expresiones del imaginario nacional y popular, la relación de alguna de ellas con procesos de mitificación y creencias populares, o con la formación de la identidad social y cultural de los sectores populares (Terrero, 1981: 4).

A la hora de producir ficciones en el taller hay un recupero de esas prácticas de consumo ligadas al radioteatro, la complicidad del medio que los hacía parte casi lúdicamente, proponiéndoles intrigas, personajes y conflictos conocidos, pero aun así cautivantes. La puesta en escena de relatos contruidos desde la memoria del género posibilita la opción de mixturar el pasado con recursos creativos contemporáneos, apelando a los rasgos de una identidad compartida para introducir sus voces en temas que nos hablan de la memoria, los vínculos, la familia, el amor, la soledad.

Si bien la propuesta del taller es la producción colectiva de piezas de radioteatro, cabe destacar que en la elaboración de estas aparece una fuerte impronta autobiográfica.

Por otro lado, en la construcción de representaciones de la vejez que adquieren forma en las distintas producciones, persisten aún algunos rasgos estereotipados sobre esta etapa de la vida, pero en tensión con otros modos de significarla, vinculados a su dimensión deseante, a la idea de diversidad y a la perspectiva de derechos.

Además, es importante mencionar que se observa en el grupo la demanda por instancias de participación, donde asumir un lugar protagónico y ser escuchados.

5. CONCLUSIONES

Como dispositivo comunicacional/educativo el Taller de Radioteatro constituye un espacio de participación y de ejercicio del derecho a la comunicación por parte de las personas mayores, donde es posible construir relatos y representaciones que les permitan significar su trayecto vital para sí mismas y en tanto posibilidades de trascender.

En este sentido, la emergencia de la dimensión autobiográfica en las producciones, aún sin ser un objetivo específico del taller, da cuenta de que la participación en el espacio tiene un impacto subjetivo, vinculado a la cuestión identitaria.

La presencia en el espacio público, habilitada por la radio, potencia el deseo de trascendencia tan relevante en esta etapa de la vida, así como también posibilita el empoderamiento.

6. BIBLIOGRAFÍA

- BUENDÍA HERRERÍAS, Irene (2014-2015). *La psicogerontología en la actual educación con personas mayores* (trabajo final de grado). Universidad de Granada. Facultad de Ciencias de la Educación.
- BOAL, Augusto (1989). *Teatro del oprimido*. México: Nueva Imagen.
- BROOK, Peter (1989). *Provocaciones*. Buenos Aires: Fausto Ediciones.
- GROTOWSKI, Jerzy (1981). *Hacia un teatro pobre*. México: Ediciones.
- JUÁREZ RAMÍREZ, Guadalupe (2007). «Los círculos de cultura: una posibilidad para dialogar y construir saberes docentes». En: Moacir Godotti, Margarita *et al.* (comps.). *Paulo Freire. Contribuciones para la pedagogía*. Buenos Aires: CLACSO.

- [Consulta: 10 de marzo de 2021]. Disponible en: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/formacion-virtual/20100720030435/14Jua.pdf>
- KAPLÚN, Mario (1978). *Producción de programas de radio. El guión. La realización*. Quito: Ediciones Ciespal.
- KAPLÚN, Mario (2002). *Una pedagogía de la comunicación*. La Habana: Editorial Caminos.
- LANDREANI, Nélica (1996). «El taller un espacio compartido de producción de saberes». *Cuadernos de capacitación docente*. Paraná: Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos.
- MATA, María Cristina (2009). «Ciudadanizar las políticas de comunicación: los nuevos desafíos». *II COLOQUIO ARGENTINA-BRASIL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN*. En: CD de Cátedra Políticas de la Comunicación FCEDU-UNER. Mendoza, Argentina.
- TERRERO, Patricia (1981). *El radioteatro*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- VEGA, Roberto (2011). *Teatro y alfabetización en valores*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- YUNI, José Alberto y Claudio Ariel Urbano (marzo, 2011). «Aportes para una conceptualización de la relación entre aprendizaje y resignificación identitaria en la vejez». *Palabras Mayores*, vol. 3, pp. 2-21. Lima.
- YUNI, José Alberto (2014). «Nuevos paradigmas del envejecimiento». En: *Jornadas 20 Años del PEPAM*. Universidad Nacional de La Plata. Buenos Aires, Argentina.

Marcelo Cotton

1. INTRODUCCIÓN

Suele decirse la frase «es ficción», como sinónimo de mentira. Nuestro sistema perceptivo-sensible ha sido llevado a la idea de que existe una línea divisoria entre ficción y periodismo, la misma que existiría entre mentira y verdad. En ese sentido, esa línea divisoria en los medios de comunicación equivaldría a decir que la verdad (o los hechos verdaderos) son transmitidos por las y los periodistas en los medios de comunicación, en los programas periodísticos; y las mentiras son producto de la imaginación de una especie de *fabuladores*, que suelen llamarse escritores, guionistas, dramaturgos y son llevadas a su representación por actores (personas entrenadas en el arte del engaño, de enmascararse detrás de personajes).

Nos acostumbramos a aceptar que hay escenarios distintos, que la verdad (o los hechos verdaderos, comprobables) se representan en el escenario de lo cotidiano, del día a día, de la urgencia, de la necesidad, que fue ganando a la radio, hasta convertirla casi en su medio exclusivo, donde periodistas confluyen con la información sobre los hechos de la realidad y allí la despliegan. Y que la ficción, la *mentira*, el arte, tiene, por su parte, su propio escenario para desarrollarse, el espacio (más exclusivo) del entretenimiento, separado de la vida diaria, como ser el teatro o el cine, donde esa dosis de ficción se produce como resultado de una decisión conciente de *darse un gusto*. Lo que significaría salirse por un rato de la dura realidad de la política y la economía que llevan a la sociedad de la mano e incluso

rigen la posibilidad o no de tomarnos ese tiempo de ocio donde sea posible el entretenimiento de la ficción.

Esta idea de sinonimia entre periodismo y verdad, de ficción y mentira (aunque no sea racional) rige nuestras costumbres y hábitos; determina el modo en que nos disponemos a leer, escuchar o ver los relatos que consumimos; y, al mismo tiempo, el modo en que los producimos.

2. LA FICCIÓN NO ES INVENCION

La palabra *ficción*, viene de *figere* que significa *dar forma, construir*. Por lo tanto, cualquier relato en radio, bajo esta idea, es ficción, ya que hay que construir, dar forma, para que este se desarrolle en una línea de tiempo radiofónica y a través de los cuatro elementos constitutivos de su lenguaje (palabra, música, efectos, silencio), sea este relato basado en una *verdad* o hecho comprobable o en una invención que, para ser verosímil, necesita nutrirse de pequeñas verdades o, incluso, verdades profundas.

Con lo cual, la línea divisoria entre ficción y relato periodístico es difusa o, incluso, artificial.

La ficción se alimenta de la verdad, de verdades menos perecederas si se quiere. Y lo periodístico necesariamente conlleva un relato, una construcción inventada, artificial para la transmisión de información basada en hechos verdaderos o comprobables.

Nos han llevado a creer, incluso, que *información* es sinónimo de *noticia*. Decimos «noticiero» al referirnos al *informativo* y viceversa. Sin embargo, la *información* supone datos extraídos de los hechos. Y *noticia* se refiere a aquella forma de transmisión de información basada en la llamada «pirámide invertida», inventada, construida, con una estructura determinada.

Y si nos remontamos tiempo atrás comprobamos que la *noticia* (tal cual la conocemos hoy) se divulgó por el mundo a partir de la invención del telégrafo, que permitía que los *último momento* pudieran transmitirse velozmente de un lugar a otro, coincidiendo con la guerra de Secesión en los Estados Unidos cuando la cantidad de hechos noticiables merecían ser transmitidos con urgencia. Según el periodista Daniel Ulanovsky Sack, la aún actual forma de producción de noticias se difundió y se expandió en los medios de comunicación gracias a la Revolución Industrial, cuyo para-

digma era la expansión de la *producción en masa* y, por supuesto, la comunicación no iba a estar ajena a ese proceso.

Esa práctica se ha perpetuado hoy en día tanto que, por repetición, hemos llegado a creer que *noticia* es sinónimo de información. Es decir, que hemos ocultado el relato debajo de la concepción de verdad asumiendo que la noticia es impoluta, porque no hay en ella otra cosa que la transmisión de los hechos.

En el ámbito académico de la comunicación creemos ser concientes del hecho de que no hay relato objetivo, que todo relato está mediado por distintos intereses que moldean el mensaje, el cual llegará *deformado* al receptor.

Solemos citar a Orson Welles y su experimento de «La guerra de los mundos», quien en 1938 realizó en la radio una transmisión en vivo de una supuesta invasión extraterrestre en la ciudad de Nueva York, recreando la novela homónima y provocando en la audiencia el pánico, el terror, incluso el suicidio.

Orson Welles derribó esa pared que mencionaba anteriormente, que divide la ficción y el periodismo, esa pared inexistente que hemos llegado a imaginar. Sin embargo, ¿somos concientes del mecanismo que utilizó Orson Welles para cruzar esa frontera y provocar lo que provocó?

Welles, por un lado, subvirtió las convenciones. Las convenciones son aquellas formas que de tan repetidas se transforman en indiscutibles. Narró una historia de ficción desde la convención periodística. Lo hizo con una gran obra, elaborada y guionada hasta el último detalle.

Salvando las enormes distancias, el mismo Mario Pergolini suele utilizar algunas de esas herramientas para hacer pasar como verdad una mentira como la muerte de Phill Collins o ciertas declaraciones polémicas de Messi. Lo llamativo es que, aun conociendo la historia del conductor –quien no se vincula necesariamente con un periodismo serio, sino más bien con el entretenimiento y la parodia– otros medios, en esos casos citados, han reproducido la noticia falsa, simplemente por el hecho de haber sido difundida en un medio de comunicación bajo las convenciones periodísticas.

Otro capítulo aparte merecen las noticias falsas en Internet y las redes sociales, de las que ahora no nos vamos a ocupar, pero que vale la pena mencionar, pues se convierten –aunque cada vez menos– en creíbles gra-

cias a las mismas causas y orígenes: la ficción se viste de formato periodístico. El problema es que no se reconoce el disfraz.

Ese disfraz es lo que me ocupa. El mediador. El relato. El relato no distingue entre verdad o mentira, entre periodismo o ficción. El relato radial, sonoro, es el mismo. Se aplica tanto en uno como en otro. No es bueno ni malo. Es. Existe con o sin conciencia de su existencia. Aparece por creación del productor, conductor, operador o editor. O por reproducción o automatismo.

Veamos un ejemplo clásico: *El informativo radial* se compone de datos basados en hechos de la realidad que luego son redactados y llevados al aire por locutores con voces potentemente colocadas mientras el operador acompaña con las consabidas cortinas musicales características de este formato.

Si descomponemos y separamos estos elementos, podremos observar que son artificios. Lo único real (aparentemente) son los datos que llegan a la redacción: un accidente, una declaración de un funcionario, una estadística publicada, etc. Todo lo demás, es decir la forma en que esos datos se redactan, el orden en que las noticias se ordenan una detrás de la otra, la elección de la que abre y la que cierra el informativo, la voz impostada de los locutores, la música fría y apremiante que da ritmo y clima a lo supuestamente más importante que debemos saber –y algunas cosas más– son construcciones. Más o menos instaladas, convencionalizadas y aceptadas como sinónimos de verdad, pero no son otras cosas que elementos del relato, mediadores artificiales. Ficción.

Si separamos los elementos narrativos de un clásico informativo radial y observamos detenidamente cualquiera de ellos, podemos analizar su influencia en la sensorialidad del oyente. Pongamos por caso la música. Su sentido de urgencia, su fría temperatura, su ritmo imparable y sin matices, ¿qué sensaciones provocan en el oyente?, ¿cómo percibimos sensorialmente la información con un relato mediado por esa música? «La música expresa sentimientos y matices que van más allá de lo que pueden describir las palabras. Por eso, en la construcción del mensaje radiofónico, es valiosa y esencial» (Levatti y Lvovich, 2013: 19).

¿Y las locuciones? ¿Cómo podemos digerir la información de una catástrofe natural si luego, sin solución de continuidad, nos enfrentan con

los datos de la victoria deportiva de nuestro equipo o con una polémica declaración de una modelo en contra de otra?

Si seguimos analizando la construcción convencional de los informativos de radio, es posible que algunos de nosotros, lleguemos incluso a definirla como esquizofrénica.

El caso es que no hay manera de eludir la construcción del relato, lo ficcional del relato en el discurso radiofónico. Aún en los formatos más relacionados con la transmisión de los hechos de la realidad.

Es por eso que es imperiosa la formación del productor/realizador como sujeto; ya que la mera capacitación práctica, cuyo más importante punto de referencia son los medios de comunicación sin perspectiva histórica, entraña el riesgo de formar profesionales para la *reproducción*, es decir, meros peones de la comunicación que, sin darse cuenta, imitan no la información sino el relato ya ensamblado por los detentores del poder que han instalado las formas o formatos (no solo los contenidos) en los medios sin casi cuestionamientos y, me atrevería de decir, otro tanto en la academia.

La producción, en su más amplio sentido del término, es lo que debe estar en juego en el ejercicio de la profesión y de la formación.

No abunda el productor capaz de producir contenido, sentido, significado, amplitud de perspectiva, reflexión, imaginación. Nadie niega el poder de la radio en tanto su capacidad para generar imaginarios. Acaso sea su característica intrínseca, la más potente. ¿Acaso no es ese el espíritu de la radio? ¿Su característica intrínseca? De las distintas definiciones que coinciden sobre estas características de la radio, elijo una, la del escritor, locutor y periodista español Fernando Delgado (2012) quien dijo: «La radio es el medio más anónimo, el que induce más al cultivo de la imaginación. La radio permite ser otro».

Por lo tanto, la radio es ficción.

Debemos capacitarnos para saber contar, construir relatos para transmitir ideas, conmover, mover a la reflexión, al cuestionamiento, al pensamiento libre. Sin esas herramientas que nos hagan productores de sentido solo podemos hacer la radio que escuchamos y no la radio que queremos.

Si nos asomamos, además, a las características del género dramático nos topamos con una definición bastante genérica: «El género dramático, por su parte, es aquel que plantea historias y situaciones para ser repre-

sentadas escénicamente». Una historia se compone de tres actos (introducción, nudo y desenlace) cuyo eje central es una cuestión o conflicto por desenmarañar por parte de una fuerza protagonista (compuesta por uno o varios personajes). Las historias, para lograr su cometido de atrapar la atención, entretener y conmover, deben ser verosímiles, es decir, similares en algún aspecto a la vida.

Construir un relato verosímil, entretenido, atrapante, conmovedor, basado en una fuerza protagonista que atraviesa conflictos para llegar a una resolución o desenlace, sirve para ganarnos la confianza y la adhesión del público. Es parte intrínseca de nuestra historia cultural como lectores, oyentes y espectadores de cuentos e historias. Por lo tanto, la efectividad que resulta de un buen cuento se traslada a todos los aspectos de la vida.

Aplicamos herramientas de la ficción al narrar una anécdota personal a nuestros amigos, haciendo hincapié en una atractiva apertura que capte la atención, sosteniendo el interés hasta el final generando cada vez más expectativa por la resolución del conflicto, describiendo detalles específicos de los personajes para hacerlos empáticos, verosímiles, etc. Todos estos y más recursos los aprendimos al escuchar cuentos y los aplicamos intuitivamente en nuestros relatos, por su efectividad.

Pues bien, es lícito entonces que todo relato (aun no perteneciendo al género dramático) utilice estos recursos para ganarse al público, para generar adhesión con un protagonista, rechazo hacia el antagonista. Para atrapar la atención del oyente a través del conflicto, para plantear un conflicto que ponga de un lado a unos (como héroes) y del otro a otros (como villanos), para conmover, para emocionar y mover sentimientos (distintos tipos de sentimientos) hacia un lado u otro, haciendo a algunos personajes empáticos y a otros lo contrario.

Ante ciertos relatos de la *realidad* que escuchamos, vemos o leemos, cabe preguntarse: ¿quién está como protagonista de la historia y quién como antagonista?, ¿cuál es el conflicto central que se coloca de eje para contar?, ¿dónde está el punto de identificación con el público?, ¿cuál es el comienzo y final de la historia?

No es lo mismo si el conflicto es el embotellamiento del tránsito que si lo es la olla popular en medio de la calle que lo produjo. No es lo mismo si el protagonista es el pobre conductor de un auto que no puede sortear

el embotellamiento que una madre de familia que acude a la olla popular para dar de comer a sus hijos.

Citaré a continuación un ejemplo puntual sobre esto. En los duros meses previos al estallido de diciembre de 2001, el periodista Néstor Ibarra (conductor del entonces programa de la mañana de Radio Mitre), luego de una semana de una medida de protesta llevada adelante por organizaciones sociales que consistía en el corte total de la avenida Leandro Alem frente al Ministerio de Trabajo, en un momento en que la desocupación llegaba a cifras exorbitantes, entrevista telefónicamente al dueño de un restaurante ubicado en esa cuadra quien confiesa al aire que tiene a sus doce empleados suspendidos debido a la falta de actividad comercial por el corte de calle. El periodista remata la entrevista con la siguiente frase: «12 familias sin trabajo por culpa de estos inadaptados».

De ese modo lo que se produjo es la inversión de la fuerza protagonista en el cuento. En vez de ser los desocupados estructurales la fuerza protagonista pasan a serlo los doce empleados, momentáneamente sin trabajo, y su jefe que debió interrumpir su actividad comercial. El conflicto central de la historia no es la situación social y económica asfixiante del país, sino la protesta en un lugar público y de alto tránsito comercial. La historia no comienza tiempo antes con las medidas que llevaron al país a la situación de desempleo, sino apenas días antes cuando se produce el corte de la avenida.

Con mis alumnos de la cátedra Ficción y Nuevos Relatos en Radio de la Carrera de Producción de Radio de la Escuela Terciaria de Estudios Radiofónicos (ETER), realizamos prácticas de programas de radio con temáticas apócrifas. El objetivo es hacer verosímil desde el relato periodístico convencional hechos que no ocurrieron. Por citar solo algunos ejemplos:

Hemos *comprobado* que el autor del robo a las manos de Perón fue Carlos Menem, movido por su afán de poder. Y que la famosa *avispa* que le había picado al exmandatario –y lo había dejado fuera de la luz pública durante un largo tiempo– no había sido más que el tiempo de recuperación que implicó el trasplante de las manos.

Hemos revelado también el momento en que Mauricio Macri –acorrado por la escasa popularidad– declara con bombos y platillos la recuperación de la soberanía sobre las Islas Malvinas, tras un *acuerdo* que esconde la entrega completa del mar Argentino a los ingleses a cambio.

Contamos *en vivo* la tragedia en el concierto de la banda estadounidense Metallica en uno de los más importantes estadios de fútbol de la ciudad de Buenos Aires, donde el fuego y las escasas medidas de seguridad (cuyos datos son ciertos), produjeron otro *Cromagnon* con consecuencias aún peores.

Y otros tantos ejemplos más de trabajos prácticos en los que se ejercitan diversos hechos falsos insertos en la realidad que conllevan una importante carga de investigación para justificarlos.

¿Les enseñamos a mentir? A grandes rasgos la respuesta sería *sí*, pero profundizando en la respuesta se podría decir que lo que hacemos es enseñar las herramientas del relato que se usan permanentemente para producir verosimilitud. Les enseñamos las herramientas que se usan para producir *impacto* o *armar la agenda mediática* de la que hablará el país quizás con hechos banales. Para crear la sensación de *estar gobernado por corruptos*, para hacer sentir que el pobre es sinónimo de violencia y otros tantos paradigmas que son contruidos desde la supuesta pureza del periodismo, aquel que se muestra que nada tiene que ver con la ficción.

En las prácticas mencionadas, con las herramientas de la ficción, también lograron mostrar cómo la falta de seguridad en un estadio de fútbol podría provocar un nuevo *Cromagnon* y qué pasaría y cómo sería un hecho de esas características hoy, y de esa forma ayudar a tomar conciencia sobre los riesgos que aún se corren (antes de que cualquiera de estas tragedias vuelva a repetirse).

Gracias a esas prácticas de la *mentira* les enseñamos a usar esas mismas herramientas para imaginar hasta de lo que sería capaz un determinado presidente de la nación para seguir engañando a su pueblo y seguir en el poder mientras entrega la soberanía (y no recientemente, sino hace dos años).

La ficción está inmiscuida, queramos o no, en cualquier construcción comunicacional. Ficción es *construcción*, *representación*. Y relato quiere decir *relación de una cosa con la otra*. No hay forma de narrar algo sin relación. Todas las cosas están relacionadas, nunca aisladas. La falta de relato no es posible.

Ahora bien, la construcción puede estar escondida o no ante los ojos del público. Ahí radica la honestidad o su falta, en el comunicador.

Si el formato periodístico es comunicado por parte del comunicador –y, por ende, *absorbido* por parte del receptor– como sinónimo de información, lo que hay en el medio es engaño.

Si la construcción es mostrada, si la ficción está a la luz y ayuda a pensar, estimular el imaginario del oyente, provocar la reflexión, no hay engaño. Hay *comunicación* en el sentido etimológico de la palabra. De ahí que comunicar, signifique *transmitir ideas* y pensamientos con el objetivo de ponerlos *en común* con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido.

Código de comunicación compartido implica reglas claras, un pacto de verosimilitud en el que, de ambos lados (comunicador y oyente), sepan cuáles son las reglas, las herramientas que se van a utilizar en la comunicación de un contenido. Es en la ficción *declarada* donde esto sucede. Sin embargo, en el relato de corte periodístico estas herramientas están escondidas atrás de las convenciones del género. Detrás de la supuesta neutralidad del lenguaje o del tono del locutor.

En resumen, conocer cómo hacer ficción en radio es conocer del relato y sus secretos, sus vericuetos para producir determinados efectos o comunicar un mensaje de modo verosímil, empático, emotivo, orgánico, símil a la vida. Para hablar de nosotros –personas, ciudadanos– como sujetos mientras hablamos. Para hacer de cualquier relato, una historia para no perderse hasta el final.

Es necesario, para la madurez de la profesión y la formación, comenzar a ver la radio –en nuestro caso, pero también los otros medios– como si fuera un escenario donde se representan obras teatrales. Y del mismo modo que, en los orígenes del teatro en la Antigua Grecia, los dioses –que eran representados en el escenario– eran los que decidían el destino de los personajes, y ese era el verosímil de la época, poder comprender hoy a qué verosímil respondemos y, en función de eso, cómo representamos las obras.

En otras palabras, invito: *hagamos ficción*. No hay dudas de que estaremos más cerca de la realidad.

3. BIBLIOGRAFÍA

- CARDÓN, Florencia (2015). Tesina: El documental sonoro. Rosario: Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. [Consulta: 26 de febrero de 2022]. Disponible en: <https://audiocreativa.files.wordpress.com/2018/03/tesina-lic-comunicac3b3n-social-unr-cardc3b3n-florencia.pdf>
- DELGADO, Fernando (2012). «La radio es el medio que cultiva la imaginación». *El País*. [Consulta: 26 de febrero de 2022]. Disponible en: https://elpais.com/sociedad/2012/05/10/actualidad/1336677235_454109.html
- LEVATTI, Ariel y Lea Lvovich (2013). *Radio: ¿con la música a otra parte? De la galena a la era digital*. Entre Ríos: EDUNER.

EJE 3

IDENTIDADES, SUBJETIVIDADES Y MEMORIAS
CONSTRUIDAS DESDE LAS RADIOS

MIGRACIÓN DE LA RADIO AM A FM EN BRASIL: IMPACTOS EN LA ESCUCHA, DINÁMICAS DE PROXIMIDAD Y FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO LOCAL

Rafael Medeiros y Nair Prata

1. INTRODUCCIÓN

El proceso de migración de las radios de AM a FM es el cambio más importante en la configuración de la transmisión brasileña en años, llegando a más del 90 % de las estaciones. El fenómeno afecta las formas de producción, consumo, circulación, dinámicas de proximidad y funciones clave de la radio. Este proceso comenzó en 2013 y las radios locales se vieron afectadas por las primeras migraciones. En Brasil, la radio local es parte de la vida cotidiana de los pueblos pequeños, con hábitos de escucha compartidos entre generaciones. La radio confirma los eventos, sirve para enviar recados, avisar sobre los fallecimientos, además de ayudar a eternizar valores compartidos socialmente. Este artículo se desarrolla a partir de una encuesta de recepción amplia, realizada con oyentes de la Radio Itatiaia de Ouro Preto, emisora local del interior del estado brasileño de Minas Gerais. La metodología combinó investigación documental, aplicación de cuestionarios, entrevistas y análisis textual discursivo (Moraes y Galiazzi, 2016) para explorar en profundidad los discursos de siete oyentes, sobre las intersecciones entre la migración de la emisora a FM, cambios de las experiencias de escucha de radio y potencialidades de las dimensiones de la pequeña ciudad histórica de trescientos años. Los resultados muestran que los cambios provocados por la migración de la emisora de Ouro Preto son experimentados por la audiencia fiel de la radio, acostumbrada a las características tradicionales de la emisora, pero, sobre todo, que tendrán un impacto en los

oyentes rurales que ya no recibirán la señal del medio de comunicación más antiguo de la ciudad.

El medio radiofónico ha tenido una metamorfosis a partir de las mudanzas tecnológicas y, en la actualidad, se presenta como expandido, ya que su contenido extrapola las transmisiones hertzianas y puede ser consumido a través de *smartphones*, computadoras, *tablets*, televisores, *smartspeakers* y *notebooks* (Kischinhevsky, 2016). Desde 2013 la radiodifusión brasileña pasa por una transformación que está afectando las formas de producción, consumo, circulación, dinámicas de proximidad y funciones clave de la radio: la migración de las emisoras AM a FM.

Los cambios en la estructura de las radios AM representan una reivindicación de las radiodifusoras que tienen pérdidas de rendimiento con la devaluación de ese tipo de emisoras. De las 1781 radios brasileñas que funcionaban en la banda AM, 1680 solicitaron una licencia para FM y cerca de 700 ya están transmitiendo en la nueva frecuencia, lo que representa un proceso inédito por la magnitud del cambio. Las radios locales fueron las primeras afectadas por la migración ya que, en ciudades de menor tamaño, había canales ya disponibles para la transmisión de la señal de las emisoras que pasaría a funcionar en FM.

Las reflexiones acerca de las radios locales en Brasil demandan cambios que accionen características intrínsecas a la construcción social, dinámicas de proximidad, marcos geográficos y culturales, agregando las mediaciones digitales. Así, los medios locales se centran en la vida social de la comunidad, reverberando valores, tradiciones, significados y dirigiendo informaciones de importancia en el cotidiano de la población. En Brasil, la radio local es parte del cotidiano de las pequeñas ciudades, con hábitos de escucha compartidos entre generaciones. Indica las horas, confirma acontecimientos, sirve para enviar recados, avisar sobre los fallecimientos, además de ayudar a eternizar valores compartidos socialmente.

En muchas localidades brasileñas la radio AM es el único medio de comunicación y elemento esencial para el día a día de las personas que viven en zonas rurales, áreas de plantación o bosques. Así, una preocupación que se tiene en cuanto al proceso de migración es la reducción del área de cobertura de las emisoras y el impacto para esas poblaciones.

Este trabajo se desenvuelve a partir de una encuesta de recepción amplia, realizada con oyentes de la Radio Itatiaia de Ouro Preto, emisora

local del interior del estado brasileño de Minas Gerais. La vinculación de los investigadores a la Universidad Federal de Ouro Preto y las características interiores del municipio, justifican la elección por la ciudad minera como lugar de desarrollo de la investigación. La ciudad de Ouro Preto, un sitio tricentenario, lleva tradiciones culturales y representa «el reducto de la historia e identidad mineras, el suelo sólido e incorruptible de la tradición de Minas Gerais. La ciudad sería así el propio pasado de gloria presente, visible en su forma y arquitectura» (Natal, 2013: 14). La pequeña ciudad, de setenta mil habitantes, es uno de los lugares más visitados de Brasil debido a su preservado patrimonio histórico y arquitectónico del siglo XVIII.

La radio es parte del cotidiano de los habitantes de Ouro Preto desde 1930, cuando se instaló en la ciudad Radio Itacolomi que «aunque clandestina y de pequeño alcance, fue durante más de 14 años el único y auténtico vehículo de comunicación local» (Marinho, 1982: 2). Después del cierre de Radio Itacolomi, en la década de 1960, Ouro Preto tuvo una nueva emisora solo en 1973, cuando fue instalada la Radio Ouro Preto que, al consolidarse, se convirtió en el principal medio de comunicación de la ciudad y se apropió de la hegemonía en la divulgación de información local.

La metodología combinó investigación documental, aplicación de cuestionarios, entrevistas y análisis textual discursivo (Moraes y Galiazzi, 2016) para explorar en profundidad los discursos de siete oyentes sobre las intersecciones entre la migración de la emisora a FM, cambios de las experiencias de escucha de radio y potencialidades de las dimensiones del sitio en la ciudad histórica de trescientos años.

Debido a que es un fenómeno emergente y con diferentes implicaciones, el artículo está estructurado para presentar inicialmente la visión general del proceso de migración de radios AM en Brasil, luego para explicar el marco teórico y las discusiones sobre la radiodifusión local y, finalmente, para explorar los resultados de la investigación.

2. EL PROCESO DE MIGRACIÓN DE RADIOS AM A FM EN BRASIL

Ferraretto y Kischinhevsky (2010) reflexionan sobre cuatro áreas básicas de transmisión que se están modificando a partir de las nuevas tecnologías y la inclusión de los medios en el ambiente de convergencia: tecnoló-

gico, empresarial, profesional y de contenidos. Estos factores van desde la infraestructura operativa básica de una radio hasta modelos comerciales y formatos de programación. En 2013, el gobierno brasileño oficializó el proceso de migración de las emisoras de AM a FM, un nuevo cambio importante que abarca los campos descritos por los autores y ha transformado ampliamente la transmisión radiofónica en el país.

Las principales razones dadas por el entonces Ministerio de Comunicaciones para la migración están relacionadas con la mejora de la calidad del sonido, menos interferencia de señal y la posibilidad de sintonizar a través de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes, que solo admiten la banda FM, lo que supuestamente aumentaría el número de oyentes.

Debe quedar claro que la mayoría de los datos disponibles sobre las variaciones de audiencia –y, por lo tanto, de los anunciantes– en la radio provienen de encuestas realizadas en regiones metropolitanas, que pueden no representar la realidad de los habitantes del interior de Brasil. Por lo tanto, el propio gobierno utiliza datos generales para justificar las motivaciones del comienzo del proceso de migración y hace caso omiso de las diversas peculiaridades de las radios y audiencias locales.

Además, los factores económicos también se pueden señalar como motivación para el comienzo de este proceso, ya que los organismos de radiodifusión de AM habían estado sufriendo la caída de los anunciantes (Farias y Zuculoto, 2017: 9) después de un largo período de devaluación debido a la falta de interés del gobierno, los cambios tecnológicos que solo han beneficiado a la frecuencia modulada y la competencia para los anunciantes que ha sido magnificada por las redes digitales y la introducción de nuevos dispositivos.

Las inversiones en el sistema de televisión digital en Brasil han exacerbado aún más estas afirmaciones de los propietarios de radio, mientras que esta digitalización de las emisoras de televisión representaba una posibilidad para el cambio obsoleto en el sistema de transmisión de sonido brasileño.

El proceso efectivamente comenzó a ocurrir en 2010, cuando la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL) publicó un estudio realizado en el estado de Santa Catarina sobre la viabilidad técnica de migrar la radio AM a la banda FM mediante el uso de canales desocupados por

parte de los organismos de radiodifusión. Canales de televisión que se han trasladado al modelo digital. El informe justifica que:

De todos los destinos posibles, la expansión de la banda FM brinda el mejor conjunto de beneficios, en cuanto al uso eficiente y racional del espectro de radio electromagnético, así como el acceso de la población brasileña a un medio electrónico que tiene importancia fundamental en la distribución de información, tanto cultural como nacional y regional (Agencia Nacional De Telecomunicaciones, 2010: 31).

Además, los estudios iniciales de ANATEL concluyen que la migración de transmisiones de AM a FM es una alternativa importante para descongestionar el espectro en grandes centros urbanos y que la frecuencia modulada representa un rango «adecuado para servicios completos, gratuitos y de transmisión, sin impacto negativo en la planta de servicio instalada» (Agencia Nacional De Telecomunicaciones, 2010: 30). Los datos presentados son relevantes y marcaron el comienzo del fenómeno, pero no se puede ignorar la importancia de los organismos de radiodifusión de amplitud modulada para muchas comunidades que, después de apagar la señal de AM, no tendrán cobertura de radio, como se indica a continuación.

Después de más estudios y consultas, el proceso fue oficializado por la entonces presidenta Dilma Rousseff el 7 de noviembre de 2013 mediante el Decreto 8139 (Brasil, 2013). Durante la ceremonia oficial del comienzo de la migración, el entonces presidente de la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión (ABERT) destacó que «la firma del decreto es el hecho más relevante para la radio AM en los últimos 50 años» (Macedo, 2013: 12). El estancamiento de la radiodifusión brasileña, especialmente las transmisiones de AM, también es notable porque es un sistema basado en una legislación antigua y obsoleta que ignora varios desarrollos tecnológicos ya asimilados por un número considerable de oyentes e incluso por muchas compañías de radiodifusión, como el consumo de radio móvil. En este escenario, de las 1781 emisoras comerciales que operan en AM en Brasil, 1680 solicitaron el cambio de frecuencia y aproximadamente 700 de ellas ya están operando en el rango de FM.

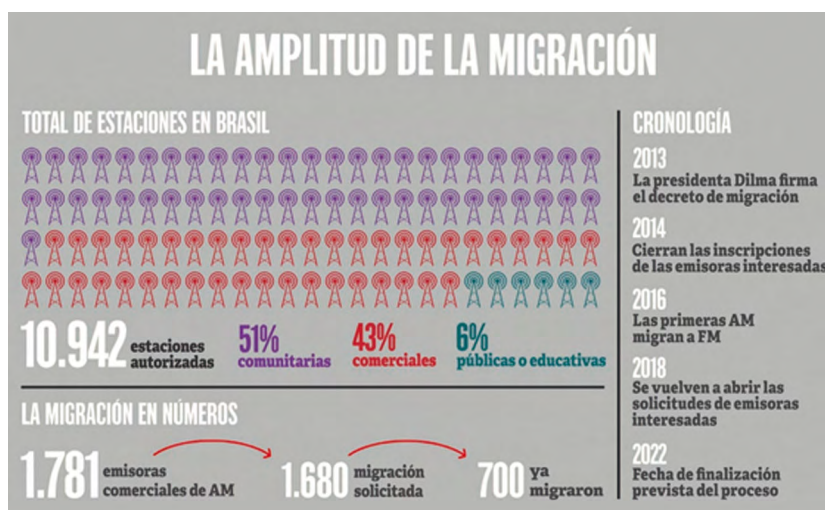


FIGURA 1. La amplitud del proceso de migración de estaciones AM a FM
 FUENTE: adaptado de Bertolotto (2018) con datos de ABERT (2019) y del MCTIC (2019).

La Radio Itatiaia Ouro Preto firmó el plazo de enmienda de concesión en marzo de 2017 y en julio del mismo año comenzó a transmitir en FM la misma programación que AM. Aunque la legislación que regula el proceso de migración especifica que las radios migrantes pueden transmitir simultáneamente durante un máximo de 180 días, la emisora ouro-preta-na continúa transmitiendo su contenido en ambos segmentos, debido a la pérdida significativa del rango de señal después de la migración a FM como se explicó anteriormente. Esta reducción en el área de cobertura es una preocupación general con respecto al proceso de migración, ya que puede generar zonas de silencio y dejar a las comunidades rurales sin cobertura de sus emisoras locales.

El estudio inicial de ANATEL (2010) sobre la viabilidad de la migración considera, con razón, que las emisoras brasileñas en AM ya no son expansivas, ya no se extienden a otros estados, y menos aún a otros países. Esta muestra es importante como un hecho, pero se basa en casos específicos y estaciones de AM de baja potencia, sin tener en cuenta las radios que cubren áreas remotas y comunidades rurales, por ejemplo. Por lo tanto, es necesario relativizar estos datos que indican una baja expansión de los organismos de radiodifusión en AM y, cuando se aborda un país de

tamaño continental como Brasil con múltiples representaciones sociales y geográficas en donde muchas localidades en el país ni siquiera tienen acceso a señales de televisión o teléfono, pensar que para las poblaciones de estos lugares el único medio de información es la radio AM.

El efecto secundario es que el cambio de onda de la amplitud modulada (AM) a la frecuencia modulada (FM) reducirá drásticamente el rango, dejando al público más dependiente de este modelo: las poblaciones de pueblos pequeños, zonas rurales, tierras y bosques. Es decir, más convergencia y menos cobertura (Bertolotto, 2018).

Además de los factores técnicos del proceso de migración, al pensar en la función social que desempeñan los organismos de radiodifusión de AM y al considerar el fenómeno como un todo, en su importancia y magnitud, la investigadora Daniela Ota, citada por Bertolotto (2018), señala que «en las radios Pantaneiras todavía tienen el programa tradicional de recados. Personas avisando que vienen de viaje, contando quien murió y quien nació. La radio es esencial allí, y el cambio a FM afectará a esta población» (Ota en Bertolotto, 2018: 32).

Los siguientes párrafos explorarán las configuraciones y la función social de la radio local brasileña, que se ha desarrollado con características de transmisión de amplitud marcadamente modulada.

3. DINÁMICA DE RADIO LOCAL

Hablar de la radio en el contexto local flexibiliza diferentes dinámicas que convergen en el campo comunicacional, buscando, en cierta medida, las representaciones cotidianas que construyen las características de sociabilidad local vinculadas a «formas intercambiables de pensamiento, *ethos*, valores de significado, contenidos en cosas, palabras, gestos, comportamientos e ideas» (Pesavento, 2006: 6). Todas estas esferas tienen repercusiones en las formas de los medios locales, engendradas en la rutina de la ciudad e inseparables de las relaciones sociales cotidianas. Para Cebrián Herreros, además de ser un elemento de identidad de la población en la comunidad donde se encuentra, la radio local está configurada como tal porque «se centra en la vida social, económica, política y cultural de cada lugar o bien en todo cuanto se genera en el exterior con repercusiones en la vida de la localidad» (Cebrián Herreros, 2001: 146).

La dinámica de proximidad en la radio local está cosida por estos componentes sociales y de identidad. En este sentido, Peruzzo (2005: 78) destaca que «los medios de proximidad se caracterizan por lazos de pertenencia, arraigados en la experiencia y reflejados en un compromiso con el lugar y con la información de calidad». Cuando los medios de comunicación reconocen las singularidades locales y asocian su idioma con los detalles diarios de la población, crea vínculos que van más allá de la asociación dialógica de emisor-oyente. La inserción física de la emisora en el medio de su audiencia puede facilitar el interés del oyente, las posibilidades interactivas y aumentar el sentido de pertenencia que «es parte de una búsqueda de inclusión ante los procesos de fragmentación» (Maia, 2006: 6). Esta asociación del sentido de pertenencia con el territorio circunscrito y singularizado es aprehendida por el sociólogo francés Alain Bourdin (2001) quien reflexiona que «cada grupo de pertenencia está en principio asociado con un territorio» (Bourdin, 2001: 35), aunque «toda espacialidad expresa la pertenencia a un nudo, que se construye y se manifiesta a través de cortes territoriales».

En la medida en que el imaginario colectivo concibe la importancia de los medios, la existencia de una emisora cercana genera este sentido de pertenencia, porque reverbera los eventos de la vida cotidiana del oyente. En las ciudades del interior de Brasil, la radio juega un papel importante en la dinámica de la vida cotidiana, anunciando objetos perdidos, transmitiendo notas de muerte, invitaciones para asistir a las misas e, incluso, sirviendo como un enlace de comunicación entre las personas de la sede de la ciudad y los habitantes rurales a través de mensajes que un ciudadano envía a otro. En este sentido, Soares, citada por Bertolotto (2018), afirma que:

AM ingresa a las corrientes en las comunidades ribereñas. En las casas de harina, el sonido es de la pequeña radio. Él fortalece nuestra identidad y aporta conocimiento. En el Amazonas, la radio es tan primordial como el WhatsApp para las personas de la ciudad (Soares, citada en Bertolotto, 2018).

[Así,] el lugar da forma al mundo de la vida cotidiana, siendo el fundador de la relación con el mundo del individuo, pero también de la relación con el otro, de la construcción común del significado que hace el vínculo social (Bourdin, 2001: 36).

En el contexto del desarrollo del proceso de migración, se deben cambiar algunas de estas características de la radio en relación con la audiencia. Con base en el municipio de Ouro Preto, algunos distritos estarán sin cobertura de Radio Itatiaia después de que se apague la señal de AM. Esto tiene un impacto en la identidad local, ya que los medios ayudan a dar forma o modificar los modos de identidad, ya que «el consumo cultural de los medios participa en la organización de la vida diaria y en la formación de la competencia cultural» (Ronsini, 2007: 70). Además, la población de las regiones que estarán sin la señal de Radio Itatiaia Ouro Preto perderá una fuente muy importante de información sobre noticias oficiales.

Es a través de la emisora que la ciudad lleva a los distritos información sobre campañas de vacunación, recolección de basura, atención médica y otros aspectos extremadamente relevantes para la población de estos lugares y el municipio de manera integral. A continuación, se explorarán los discursos de los oyentes entrevistados que corroboran para verificar la importancia de la estación en la vida cotidiana de Ouro Preto.

4. METODOLOGÍA

Considerando la naturaleza empírica de los estudios de recepción y la reflexión de que los sujetos poseedores de las respuestas buscadas serían radioescuchas ouro-pretanos no se definió un número específico de participantes o la segmentación de la muestra, realizando la investigación bajo la óptica de un público que se ofreció a participar, o, mejor dicho, una muestra por conveniencia que:

Consiste en seleccionar una muestra de la población que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en esa investigación son seleccionados porque ellos están fácilmente disponibles, no porque ellos fueron seleccionados por medio de un criterio estadístico (Ochoa, 2015).

Para el objetivo del estudio, esa técnica tiene aplicabilidad, ya que las entrevistas fueron realizadas con oyentes voluntarios invitados a participar de la investigación a través de dos *spots* transmitidos diariamente en la programación de Radio Itatiaia Ouro Preto durante 30 días y en periódicos locales impresos.

Dieciocho oyentes se interesaron en ser entrevistados inicialmente, sin embargo, solo se realizaron efectivamente siete entrevistas. Como la muestra fue seleccionada por conveniencia, no hubo control de los investigadores sobre las características socioeconómicas o de localización de los entrevistados; se logra percibir una importante diversidad en esos aspectos. En la Tabla 1 se presenta a los participantes:

TABLA 1. Identificación de los oyentes entrevistados

Nombre	Sexo	Edad	Ocupación
Ana Luisa Reis	Femenino	27	Periodista
Conceição Aparecida Mata	Femenino	53	Profesora
Euclides José Gomes	Masculino	52	Albañil
Geraldo Antônio Gomes	Masculino	53	Albañil
Maria Aparecida Albergaria	Femenino	78	Costurera
Fátima da Silva Paiva	Femenino	46	Agente Legislativo
Vicentina Rosa de Oliveira	Femenino	52	Costurera

FUENTE: elaboración propia.

La matriz metodológica del estudio genera un número volumétrico de materiales y proporciona diferentes caminos de análisis. Buscando una intersección de los elementos dispersos en estos diferentes caminos de la investigación de recepción y considerando que la óptica socio-discursiva de los estudios de recepción toma en cuenta los discursos de los sujetos sobre los medios; el análisis textual discursivo se presenta como una alternativa capaz de posibilitar el entendimiento a través de la categorización y la agrupación de los datos estructurados. Según Moraes y Galiuzzi, «el análisis textual discursivo es un enfoque que transita entre dos formas consagradas de análisis de datos en la investigación cualitativa que son el análisis de contenido y el análisis de discurso» (Moraes y Galiuzzi, 2016: 118). Los autores aclaran además que:

El análisis textual discursivo [sic] puede ser entendido como el proceso de deconstrucción, seguido de la reconstrucción, de un conjunto de materiales lingüísticos y discursivos, produciéndose a partir de eso nuevos entendimientos sobre los fenómenos y discursos investigados (2016: 134).

En las próximas líneas, se presentan los resultados de la investigación, a partir de los discursos de oyentes que ya han sido interpretados por el método de análisis textual discursivo, teniendo en cuenta aspectos señalados en el marco teórico de este artículo.

5. ANÁLISIS DE DATOS

La dinámica de la radio local está afectada por la concepción del territorio como una circunscripción geográfica, pero también como un lugar de intercambios sociales y valores tradicionales. Para el geógrafo Milton Santos «la localidad se opone a la globalidad, pero también se confunde con ella. El mundo, sin embargo, es extraño. No obstante, si, por su esencia, puede esconderse, no puede hacerlo por su existencia que ocurre en lugares» (Santos, 2002: 321-322). Así, el lugar se convierte en mundo a través de la esencia de las representaciones cotidianas. Las emisoras locales pueden reverberar los eventos de sus comunidades estrechamente vinculadas con la realidad.

La información proporcionada por Radio Itatiaia Ouro Preto, trata principalmente de cuestiones que influyen en la vida cotidiana de la población. El lugar «tiene un esquema preciso, hasta el punto de convertirse en un faro territorial para los hábitos cotidianos. Lo “local” se confunde con lo que nos rodea, que está “realmente presente” en nuestras vidas». Para el oyente Euclides, entrevistado en el alcance de la investigación, la proximidad es un argumento importante para la confiabilidad en la precisión de las noticias transmitidas por Radio Itatiaia Ouro Preto:

La noticia está aquí, ellos también, así que la noticia llega en el momento. Para las personas de la ciudad, cuando escuchas las noticias en Radio Ouro Preto, las entiendes mucho mejor porque cuando la radio aquí habla, sabes de qué punto de la ciudad están hablando, ya una radio externa no se ubica tan bien.

Fátima está de acuerdo y evoca la importancia del comunicador en esta formación de la relación de confiabilidad entre la radio y el oyente: «De los locutores de Itatiaia, de Ouro Preto, los escuchamos en el campo, ahora, de otros locutores y estaciones no escuchamos».

En el periodismo de la radio local, las principales fuentes tienden a ser funcionarios de la ciudad y organismos oficiales que la población considera más confiables. La fiabilidad obtenida por la emisora proviene, en gran medida, de la calidad de las noticias y la profundidad de la investigación. Ana Luisa también señala que la proximidad contribuye a la verdad de la información transmitida «debido a este alto índice de audiencia. La gente escucha mucho, así que, si cometió un error, de inmediato todos hablan para avisar que está mal».

Todos los oyentes entrevistados están de acuerdo en que el lugar evoca la ciudad en su conjunto y recuerdan la importancia de la radio para los distritos también. Las poblaciones de estos lugares son muy activas en su relación con Radio Itatiaia Ouro Preto y debe tenerse en cuenta que serán los principales afectados por el proceso de migración.

María Aparecida dice que la radio «es local porque es de aquí, es de Ouro Preto y da noticias de todo este entorno. En Salto, Lavras Novas, Mariana, en todos estos lugares informa. Si hay noticias importantes, ella da noticias de todo» y Conceição completa:

Sabemos de la escasez de agua en los distritos, si sucedió algo en Antônio Pereira, en Salto, lo que sucedió cuando se rompió la presa en Bento Rodrigues, no sé dónde. A menudo hablan de un lugar donde sucedió algo o que necesitan algo que ni siquiera sé dónde está, y es un distrito del distrito.

En los pueblos pequeños, los rumores y la información de boca en boca a menudo llegan más rápido que las noticias de radio que hacen una investigación seria y exhaustiva, por lo que las personas a menudo escuchan la radio para confirmar cierta información que ha llegado a sus oídos por otras fuentes, Maria Aparecida resume:

A veces escuchamos a alguien decir algo de lo que no estamos seguros y encendemos la radio que pronto sabremos [...]. Escuchamos muchos rumores. En estos días, alguien incluso me dijo que un barranco cayó cerca de Veloso y yo fui y prendí la radio para verificar si era verdad.

La red de relaciones cotidianas de un lugar se produce a partir de variantes entrelazadas, ya sean afectivas, conmemorativas, *ideológicas*,

políticas, culturales, históricas o territoriales. La radio, en este sentido, tiene la capacidad de volver a su lugar original y reforzar estas variantes. El lugar social de la escucha cotidiana es compartido y, según todos los oyentes entrevistados, la información transmitida por Radio Itatiaia Ouro Preto se convierte en una cuestión de la vida cotidiana. La noticia se extiende en conversaciones entre vecinos, familiares y compañeros de trabajo y, más recientemente, en el ámbito ampliado de las redes sociales en línea.

Maria Aparecida es categórica al decir que Radio Itatiaia Ouro Preto debería recurrir a las noticias de la ciudad: «Me gusta escuchar noticias de Ouro Preto, noticias sobre lo que sucede cerca de aquí y que influye en nuestra vida cotidiana. Noticias de Brasil y del mundo que veo en televisión».

Para Conceição Aparecida e Vicentina, la radio sirve incluso como un reloj, el curso de la programación es lo que determina el tiempo de las tareas diarias. «Mi radio es mi reloj, sigo la hora en la radio. Ya conozco el cronograma de los programas, así que eran las diez en punto. Haré el almuerzo».

Los otros entrevistados perciben en la radio una forma de conocer eventos muy cercanos que influirían directamente en su vida diaria.

Las experiencias auditivas también son parte de este universo de construcciones sociales compartidas, ya sea a través del intercambio de información que se escucha en la radio entre vecinos, la herencia del dispositivo que ha estado presente en la familia durante años, las sensaciones causadas por la memoria cuando se reproduce la música que se escuchaba en la infancia o, incluso, la viñeta del programa deportivo que sigue acompañando a muchas generaciones.

En diversos momentos las personas entrevistadas recuerdan la decisiva influencia de algún familiar para que crearan el hábito de escuchar. Según Conceição Aparecida, su influencia para comenzar a escuchar la radio vino de las dos abuelas. Ella rememora que una de ellas caminaba durante el día por las habitaciones de la casa con un radio portátil que funcionaba con pilas y durante la noche lo oía en la habitación. «Mi otra abuela tenía un radio de mesa, que era uno pequeño de madera y se quedaba solo en la habitación de ella [...]. Yo empecé a escuchar más por influencia de la abuela».

La investigadora Mônica Kaseker, a partir de los estudios de Mannheim, considera que integrantes de diferentes generaciones familiares «realizan la transmisión de la herencia cultural acumulada. Esta transición es un proceso continuo y cada nuevo individuo entra de forma diferente en contacto con la herencia acumulada» (Kaseker, 2010: 50-51). La experiencia de escucha radiofónica, en ese sentido, puede ser considerada también una herencia cultural transmitida, en este caso, por la abuela de Concepción. Al respecto, el sociólogo Norbert Elias ilustra:

Los padres, hijos de padres, son seguidos por hijos y las madres, por las hijas. Se trata, en realidad, de un flujo continuo, un cambio más rápido o lento de las formas vivas; en él, solo con gran dificultad la mirada consigue discernir un punto fijo (Elias, 1994: 20).

Incluso Ana Luisa, que ya nació en medio de otras posibilidades de consumo mediático, como la televisión, cita la influencia del padre y de la madre para la elección y el hábito de escuchar radio. Vicentina recuerda que comenzó a escuchar radio después de que uno de sus hermanos compró un aparato que fue fácilmente instalado en la sala de su casa en una zona rural, distante de los centros urbanos. Desde entonces, la familia y los vecinos empezaron a reunirse para escuchar la radio que se quedaba en el punto central de la casa.

Los cambios tecnológicos y la facilitación en el acceso a aparatos receptores posibilitaron que, incluso la población de localidades alejadas de los grandes centros tenga acceso a la radiodifusión sonora. A partir de la década de 1930, la radio comenzó a popularizarse en Brasil, sin embargo, «el alcance limitado de las ondas radiofónicas y el precio elevado del aparato para la población de bajos ingresos hizo que en las décadas de 1950 y 1960 aún existiesen pocos aparatos receptores en el país» (Del Bianco, 1999: 2). El oyente Geraldo Gomes recuerda que empezó a escuchar radio a partir de la década de 1980 porque «antes no era cualquiera que tenía radio, pues no tenían condiciones para comprarlo, era caro».

Al abordar las reflexiones sobre el tema central de la investigación, con respecto al proceso de migración de las estaciones a FM, los modos de audición tienden a modificarse a partir de este momento de cambio en la transmisión. Incluso con el establecimiento de nuevas zonas de silencio,

la migración puede hacer que las emisoras lleguen a una parte del público que sintoniza la radio a través de teléfonos y dispositivos móviles. Prata y Del Bianco (2018) señalan que las nuevas formas de interacción en este entorno multiplataforma representan un desafío para las emisoras migratorias, ya que tendrán que preocuparse por estar cerca del oyente en varias plataformas. Para los investigadores, «el desafío es comprender rápidamente la cultura de este entorno digital, superando la distancia que marcó el rendimiento de estas emisoras que fueron capturadas básicamente por receptores analógicos» (Prata y Del Bianco, 2018: 61). En Ouro Preto, el 81 % de los oyentes encuestados informaron haber escuchado la radio a través de dispositivos tradicionales y la mayoría de ellos prefieren seguir sintonizando Radio Itatiaia Ouro Preto en frecuencia AM.

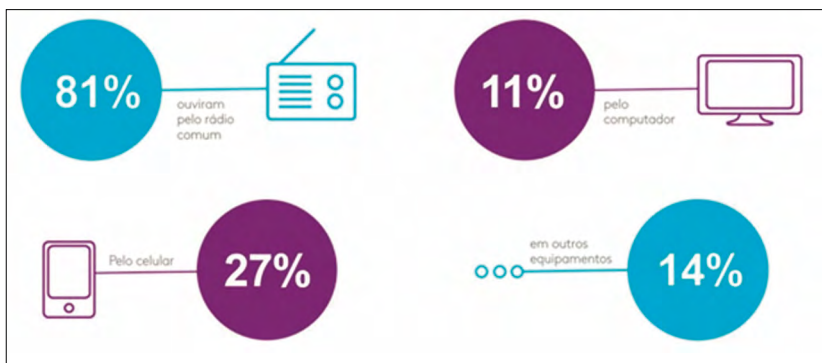


FIGURA 2. Dispositivos utilizados por los oyentes encuestados para escuchar la radio en Ouro Preto

FUENTE: adaptado de Kantar Ibope Media (2018).

Sin embargo, el mayor desafío de Radio Itatiaia Ouro Preto es continuar sirviendo a todo el territorio ouro-pretano, ya que su señal FM no supera las barreras de la sede del municipio que tiene un

relieve muy accidentado, con pendientes pronunciadas y valles profundos [...]. Los límites territoriales del distrito sede de Ouro Preto se componen de un valle rodeado por las montañas de Ouro Preto en el norte e Itacolomi en el sur (Calil, 2018: 22).

Más allá de los límites de la sede del condado, la forma principal de escuchar es a través de la radio tradicional sintonizada por AM, ya que las ondas FM o la conexión a Internet encuentran las barreras naturales o la precariedad de los servicios de tecnología interior de Brasil.

La identidad ouro-pretana como ciudad histórica fue concebida por la población a partir de los vestigios de los procesos sociales impresos en el territorio, referencia de una población heterogénea, capaz de reconocer en ellos su historia e identidad (Motta, 2002: 126-127). Así, el sentimiento de pertenencia a la ciudad es muy fuerte entre los habitantes de Ouro Preto y puede ayudar a explicar el sentimiento de proximidad con la radio. Al mismo tiempo que las personas se sienten parte de la ciudad, ellas también reconocen a la radio local como parte de ese mismo lugar y, muchas veces, como parte de sus propios cotidianos representados en los sonidos, en las conversaciones y en los silencios. Martín-Barbero evidencia el sentimiento de pertenencia con relación al barrio, lo que, en el caso de Ouro Preto, puede ser extendido a la ciudad:

Es en el barrio que la persona es alguien, tiene un nombre, tiene una vida, tiene una historia, es hijo de fulano, es padre de beltrano; [...] De manera que la vida cotidiana, obviamente, no se queda en la casa, no queda en el barrio, pero, está tejido de reconocimientos sociales, tiene como su espacio productivo, como su espacio creativo, el espacio del barrio (Martín-Barbero, 1995: 60).

Si bien la migración se presenta como una estrategia financieramente positiva para los organismos de radiodifusión, no tiene en cuenta las funciones sociales de la radio local discutidas en este artículo y su indispensabilidad para las comunidades rurales o áreas remotas del continente.

6. CONSIDERACIONES FINALES

El proceso de migración de las emisoras de AM a FM en Brasil no debe entenderse como homogéneo, sino más bien como un fenómeno complejo e integral, con impactos variados para las emisoras y los oyentes de diferentes contextos sociales. Este artículo tuvo como objetivo mostrar que las radios locales son parte de la vida cotidiana de los residentes de las

ciudades del interior de Brasil, cumpliendo su función social. Es a través de la radio local que las personas escuchan sobre eventos que impactan directamente en su día, recibiendo información sobre la muerte de personas en la comunidad, eventos religiosos y servicios públicos. En mis localidades, las estaciones de radio están incluidas como un medio de comunicación entre personas de áreas rurales.

Para muchos lugares, la radio AM sigue siendo el principal medio de comunicación debido a su capacidad para reflejar fielmente la vida cotidiana de la ciudad o, incluso, porque puede llegar a lugares más distantes, como las zonas rurales de Ouro Preto. Para los residentes de estos lugares, el movimiento de la radio AM más tradicional de la ciudad puede representar el final de estas dinámicas, impactando el sentido de pertenencia a la ciudad misma, ya que las emisoras locales también sirven para mantener tradiciones y demarcar identidades.

Con características marcadas de la radio AM, Radio Itatiaia Ouro Preto mantuvo la misma programación y altavoces durante muchos años, con cambios ocasionales, pero preservando las bases de la programación en las noticias y los deportes locales. Con fuertes aspectos de tradicionalidad, seriedad y calidad, la radio se ha ganado la confianza de una población que es reacia a cualquier cambio en la estación.

En este sentido, la migración a FM pone a prueba la capacidad de reinención de la radio como el medio de comunicación más democrático en el país y, específicamente, de la emisora de Ouro Preto como arraigada en la ciudad y con características ya asimiladas por los oyentes; también, como un nuevo proceso, en todos los casos hay una dificultad para anticipar sus aspectos, especialmente aquellos relacionados con las reacciones del oyente. Aun así, se sabe que el proceso tiene un impacto en las funciones sociales de la radio local, como un medio insertado en la vida cotidiana de las pequeñas ciudades brasileñas, y en la dinámica de la escucha cosida por lazos conmemorativos, el uso de dispositivos y la sensación de proximidad a las emisoras tradicionales escuchadas durante décadas.

7. BIBLIOGRAFIA

- AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES (2010). «A extensão da faixa de FM (eFM) e a migração da faixa de OM: O quê fazer com os canais 5 e 6 da televisão na era digital». Brasília: ANATEL. [Consulta: 21 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://bit.ly/2MEscJv>
- BERTOLOTTO, Rodrigo (2018, julho). «País sem sintonia: depois de integrar o Brasil por décadas, o rádio vive mudanças que podem provocar o efeito contrário». [Consulta: 21 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://tab.uol.com.br/radio/#pais-sem-sintonia>
- BOURDIN, Alain (2001). *A questão local*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Brasil. Decreto n.º 8139 (2013). «Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências». Brasília: *Diário Oficial da União*.
- CALIL, Maria Ribeiro (2018). *Expansão urbana em Ouro Preto–MG: o risco de ocupar encostas mineradas*. Viçosa: Universidade Federal de Viçosa.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2001). *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa.
- DEL BIANCO, Nelia (1999). «Tendências da Programação Radiofônica nos Anos 90 sob o Impacto das Inovações Tecnológicas». En: Del Bianco, Nelia y Sonia Moreira (orgs.). *Rádio no Brasil: Tendências e Perspectivas*. Rio de Janeiro: EDUERJ.
- ELIAS, Norbert (1994). *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Zahar.
- FARIAS, Karina y Valci Zuculoto (2017). «Ondas de mudança no rádio: do surgimento à migração do AM para FM». *Revista Rádio-Leituras*, Mariana-MG, vol. 8, n.º 2, pp. 138-159.
- FERRARETTO, Luiz Artur y Marcelo Kischinhevsky (2010). «Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação». *Revista Famecos*, Porto Alegre, vol. 1, n.º 3.
- KASEKER, Monica (2010). *O que escutar quer dizer: a constituição do habitus do ouvinte de rádio no cotidiano familiar*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná.
- KANTAR IBOPE MEDIA (2018). *Book de rádio*. [Consulta: 21 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://bit.ly/2Hqeyyp2>
- KISCHINHEVSKY, Marcelo (2016). *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauadx.

- MACEDO, Danilo (2013). «Dilma assina decreto autorizando migração de rádios AM para FM». [Consulta: 21 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://bit.ly/2MFcGNE>
- MAIA, Marta (2006). «A comunidade radiouvinte e o sentimento de pertencimento». *Anais do vi Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom*.
- MARINHO, Vania (1982). «Maior orgulho de José Russo é ser ouro-pretano honorário». *Jornal de Ouro Preto*, [Consulta: 21 de octubre de 2021]. Disponible en: <http://memoria.bn.br/DocReader/849235/90>
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1995). «América Latina e os anos recentes: O estudo da recepção comunicação social». En: Sousa, Mario Wilton (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense.
- MORAES, Roque y Maria do Carmo Galiuzzi (2016). *Análise textual discursiva*. Ijuí: Editora Unijuí.
- MOTTA, Lia (2002). «Cidades mineiras e o IPHAN». En: Oliveira, Lúcia (org.). *Cidade: história e desafios*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- NATAL, Caion Meneguello (2013). «Ouro Preto e as primeiras representações da cidade histórica». *URBANA*, vol. 1, n.º 1, pp. 1-20.
- OCHOA, Carlos (2015). «Amostragem não probabilística: amostra por conveniência». [Consulta: 21 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://bit.ly/2ZjsqfW>
- PERUZZO, Cicilia (2005). «Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências». *Comunicação & Sociedade*, vol. 26, n.º 43.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy (2006). «Fronteiras culturais em um mundo planetário - paradoxos da(s) identidade(s) sul-latinoamericana(s)». *Revista del CESLA*, pp. 9-19.
- PRATA, Nair y Nélia Del Bianco (orgs.) (2018). *Migração do rádio AM para o FM: avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica*. Florianópolis: Insular.
- RONSI, Veneza (2007). *Mercadores de sentido: consumo de mídia em identidades juvenis*. Porto Alegre: Sulina.
- SANTOS, Milton (2002). *A natureza do espaço*. São Paulo: Edusp.

HISTORIAS A LA VUELTA DE UNA ESQUINA. REFLEXIONES ITINERANTES ENTRE RADIO, IDENTIDADES Y MEMORIAS

Noelia Mangin y Julio Leandro Risso

1. INTRODUCCIÓN

El pasado de una sociedad es el producto de articulaciones imaginarias, de memorias en disputa, entre tensiones y contradicciones, determinan qué re-cordar y qué olvidar en una cultura, qué representar y qué no (todo recuerdo es representación). En este sentido, resulta difícil negar el hecho de que, históricamente, los medios de comunicación en general, y la radio en particular, han ocupado un lugar central en la reproducción de relatos sobre el pasado, el presente y las memorias colectivas, es decir, en la reconstrucción de territorialidades (nuevas o sedimentadas) sobre identificaciones socioculturales.

En este contexto, la presente intervención se pregunta por la potencia, alcances, efectos y/o limitaciones de *Historias a la vuelta de una esquina*, un programa de radio cultural y educativo emitido por la señal FM 106.9 Radio Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF). Se trata de un ciclo de microproducciones en las que se narran historias de carácter local, regional y nacional. La intersección de dos calles de la ciudad de Río Grande (Tierra del Fuego), cuyos nombres reunidos en una esquina conjugan sentidos, constituyen el punto de partida para cada emisión. Así pues, a través de diversas esquinas con cada programa se pretende narrar singulares historias que, vinculadas con fragmentos de obras literarias, documentos históricos y/o producciones audiovisuales, propongan interesantes argumentos y arrojen novedosas preguntas como disparadores para la reflexión crítica sobre la historia y actualidad de nuestras sociedades.

Mediante el análisis de contenidos de un programa radial en particular, la presente propuesta invita a repensar y debatir, en términos generales, acerca del rol de las producciones radiofónicas en los diálogos entre el pasado y el presente, es decir, en la reconstrucción de territorialidades de memoria, historia y experiencias compartidas.

2. HISTORIAS A LA VUELTA DE UNA ESQUINA. REFLEXIONES ITINERANTES ENTRE RADIO, IDENTIDADES Y MEMORIAS

2.1. INTERSECCIÓN

A MODO DE PRESENTACIÓN

La presente intervención trata de diversas intersecciones. Es tanto un producto de intersecciones de sentidos, de historias, de personas, de relatos, de situaciones y lugares a través de la radio, como una propuesta de reflexión sobre las mismas.

Itinerando reflexiones entre esas diversas confluencias, aquí presentamos *Historias a la vuelta de una esquina*, un programa de radio cultural y educativo emitido por la señal FM 106.9 Radio UNTDF cuyos relatos, nacidos de los nombres de diversas calles que se intersectan en la ciudad de Río Grande, buscan cuestionar y pensar nuestras identidades, historias y memorias.

¿Qué historias pueden contarse a partir de la intersección de dos nombres de calles? ¿Qué relatos, de memoria e identidad, pueden construirse en la intersección de nuestras propias historias y esas calles? ¿Qué (no) nos pueden decir esos relatos de nuestro territorio y desde un programa de radio? ¿Cuál es su alcance?

Estas preguntas, entre otras, son las que motivan nuestra propia intersección con las XIII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo.

A fin de organizar la exposición de estas cuestiones, en primer lugar, presentamos el programa *Historias a la vuelta de una esquina*, sintetizando su realización y contenidos a fin de perfilar el tipo de historias que pueden hallarse y narrarse a partir del mismo. Luego, y sin abandonar la especificidad de dicho programa, abordamos el vínculo entre la producción narrativa de memorias e identificaciones colectivas y los relatos radiales, preguntándonos por su relevancia, posibilidades y limitaciones.

2.2. INTERSECCIÓN

DE LA HISTORIA DE UNA PRODUCCIÓN RADIAL AL ENCUENTRO RADIAL CON HISTORIAS

Historias a la vuelta de una esquina es un ciclo cultural y educativo de microproducciones radiales emitido por la señal FM 106.9 Radio UNTDF, donde se narran historias que invitan a pensar temas socioculturales y políticos, del pasado y el presente.

El programa, cuya producción inició en 2018 y su emisión a comienzos de 2019, surgió de nuestro interés por conjugar el mapa urbano de la ciudad de Río Grande con preguntas de carácter histórico, social y político, no solo relativas al ámbito local, sino también regional y nacional. De este modo, pretendimos construir y ofrecer una instancia de reflexión que, a través de la radio y desde Tierra del Fuego, permitiera la proyección de ciertos relatos solapados por las historias hegemónicas, desnaturalizando lo instaurado oficialmente, actualizando cuestiones socioculturales y favoreciendo la reconstrucción de relatos de identidad y memoria, localizables y apropiables territorialmente. Asimismo, buscamos conformar un nicho de audiencia con interés en la historia, cultura y la educación, *aggiornando* la escucha a los consumos en Internet, utilizando como soporte primario la voz/sonidos, mediados por las TIC.

Cada producción de *Historias a la vuelta de una esquina* se emite de manera aleatoria, rotativa y –por tratarse de una radio universitaria perteneciente a la Asociación de Radiodifusoras Universitarias Nacionales (ARUNA)– con alcance federal, utilizándose el canal de YouTube como repositorio *online*.

El programa está dirigido a audiencias heterogéneas académicas y no académicas. En base a su participación en las redes sociales de FM 106.9 Radio UNTDF, se estima una población joven adulta en proceso de ingreso a la universidad o cursando alguna carrera de nivel superior. Podemos decir que se trata de audiencias ávidas de agendas alternativas y oyentes *online*, con acceso diferido y *feedback* aleatorio.

La metodología de *Historias a la vuelta de una esquina* se basa en la producción de relatos a partir de la intersección de dos calles de la ciudad de Río Grande (Tierra del Fuego, Argentina), cuyos nombres reunidos en una esquina conjugan sentidos, constituyendo, así, el punto de partida para cada emisión.

Con una duración de entre siete y diez minutos, cada microproducción presenta una esquina a partir de la cual se dispara la narración de historias en dos bloques continuos. En el primer bloque recuperamos cuestiones historiográficas a través de las cuales retomamos los relatos que comúnmente suelen contarse sobre cada uno de los nombres de las calles correspondientes a la esquina seleccionada. Luego, planteamos cómo, en términos reales o ficticios, se intersectan las historias de esos dos nombres para proponer, a continuación, y como cierre del bloque, diversas preguntas que, sobre esa *esquina*, interpelen a la audiencia y/o pongan en cuestión sentidos instituidos. Así, por ejemplo, en el caso de calle Don Bosco esquina Pasaje Roca, tras contarse cómo las historias de esos dos personajes se cruzaron en la historia nacional a través de la Conquista del Desierto, preguntamos: «¿Cómo fue posible que la cruz, que supuestamente salva vidas, se anudara con la espada, que siempre implica castigos y muerte? ¿Cómo se conjugó la prédica cristiana y pacifista de Don Bosco con el proyecto bélico e inhumano de Roca?».

El segundo bloque, en cambio, buscamos sumar voces-otras que permitan cuestionar las historias hegemónicas y dar a conocer temas comúnmente velados, a través de la vinculación del texto con fragmentos de obras literarias y musicales, dramatizaciones, material de archivo, documentos históricos y/o producciones audiovisuales. Este bloque también concluye con preguntas que invitan a actualizar el pasado y resignificar así el presente. Volviendo a la esquina de Don Bosco y Pasaje Roca, planteamos, por ejemplo: «¿Quiénes fueron los realmente *salvajes* de la Conquista del Desierto? ¿Quiénes son los *salvajes* de hoy y cuáles son los nuevos *desiertos*?».

En lo que hace a la artística, tanto la apertura como el cierre fueron diseñados para generar un espacio sonoro que permita al oyente no solo construir una imagen posible acerca de lo que se está relatando sino también generar un clima de intriga que motive el encuentro del mismo con las preguntas propuestas. La cortina musical («Viajante» de la banda Tremor) es completamente instrumental, lo cual favorece la atención sobre el relato y refuerza el sentido de lo expresado (función adjetiva). El lenguaje es verbal, mayormente coloquial y se evitan los tecnicismos para producir un diálogo fluido entre la voz femenina y la masculina que narran complementando la información.

La apertura del programa emula voces y efectos de un Sistema de Posicionamiento Global (GPS) que, propiciando la reconstrucción imaginaria de un mapa, localiza una esquina de la ciudad de Río Grande para ubicar espacialmente al oyente. De este modo, se implica un juego de intenciones en tanto cada programa constituye a su vez una *localización* de sentidos que, como ese GPS, promueve la reconstrucción imaginaria de identidades e historias como formas de actualizar y territorializar memorias. Por otra parte, así como esta artística siempre conduce a un territorio específico –en tanto ubica determinadas esquinas de una ciudad–, cada programa llevará también a un específico espacio: el de las preguntas y los cuestionamientos. Pero, además, tal como en el caso del emulado GPS, la ubicación de la esquina en cuestión constituye más un punto de partida que uno de llegada –de hecho, es a partir de tal ubicación que se inicia un nuevo programa–, del mismo modo cada emisión se presenta también como una actualización de preguntas y el inicio de nuevos interrogantes antes que como el ofrecimiento y *hallazgo* de respuestas y unívocos conocimientos.

En lo que respecta a la gráfica con que se difunde el programa, la misma se asimila al del servidor geográfico Google Maps. En ella se presenta la intersección de dos calles en cuyo cruce se halla el personaje, integrándose en sobreimpresión diversas imágenes de archivo de la ciudad de Río Grande. El juego de transparencias entre la imagen del localizador y las imágenes reales busca generar el doble sentido entre lo dicho y lo no dicho; entre el hecho de circular por calles cuyos porqués muchas veces se desconocen y detenerse a preguntar por sus historias.



FIGURA 1. Imagen Gráfica con que se difunde el programa

FUENTE: elaboración propia.

Por otra parte, en los videos que se suben al canal YouTube¹¹², sea como repositorio o para compartirse en las redes sociales de la radio, se utilizan tanto la imagen gráfica del programa como las de las esquinas de la ciudad de Río Grande que sirven como disparador para cada programa. Con respecto a estas últimas, se trata de fotografías de los carteles indicadores de la ciudad tomadas especialmente para cada programa. Así pues, siguiendo con el ejemplo anterior de la esquina Don Bosco y Pasaje Roca, las imágenes se encuentran en las figuras 2 y 3.



FIGURA 2. *Historias a la vuelta de una esquina*

FUENTE: elaboración propia.

112. Ver: https://www.youtube.com/playlist?list=PLwezSgovEc4-TD1FzDO6Litb_MjijpD7b



FIGURA 3. *Historias a la vuelta de una esquina*

FUENTE: elaboración propia.

Si bien se trata de su primer ciclo, desde el inicio, con este programa buscamos ofrecer una estructura radial a partir de la cual multiplicar posibilidades de preguntas y relatos sobre nuestras historias e identidades, como vías de encuentro con, y agitación de, memorias colectivas.

En cualquier ciudad, las denominaciones de las calles constituyen efectivos dispositivos socioculturales que, como tales, sirven a la monumentalización de determinados nombres e historias y, así también, a la institucionalización de ciertos silencios. Aunque sean transitadas a diario, y aunque sus nombres sean pronunciados o indicados reiteradamente, la mayoría de las veces ellos se naturalizan sin que se sepa a qué/quién (no) refieren o por qué se utilizaron para nombrar las calles de tal o cual área de la ciudad. Es en este sentido que, al retomar los nombres de las calles de Río Grande, la estructura de *Historias a la vuelta de una esquina* se propone como un modo de reconocer cómo *lo diverso* y *novedoso* habita *lo común* y *cotidiano* y cómo, entonces, otras historias y memorias

son posibles cuando ciertas preguntas (muchas veces incómodas) contribuyen a cuestionar el poder sedante y homogeneizador de la *historia* y la *memoria* hegemónicas.

2.3. INTERSECCIÓN

HISTORIAS QUE CUENTAN. IDENTIFICACIONES Y MEMORIAS COLECTIVAS, A TRAVÉS DE LOS RELATOS

Tal como lo afirmara Roland Barthes (1977), todo relato es consustancial al ser humano, a su historia y a sus sociedades. Las narraciones siempre *cuentan*. Siempre y de modo colectivo. Y *cuentan* en el doble sentido del término. Es decir, cuentan porque son valiosas, por todo lo que pueden transmitir e identificar (toda narración fabrica realidades) y, al mismo tiempo, cuentan porque tienen el poder de decir y así socializar a través de diversas formas de expresión, tanto nuestro lugar en el mundo como lo que (no) somos y (no) deseamos ser.

De modo que la narrativa, en sus múltiples expresiones, es constitutiva de la trama humana y como tal, es viva, movediza y expandible. En palabras de Renata Gomes (2012, 200), ella «no es forma acabada sino una forma fluida, comunitaria, que surgió en las sociedades a partir de la necesidad vital de dar sentido, mediante el lenguaje verbal oral, a la experiencia de lo vivido y diseminarla en la forma de conocimiento».

La naturaleza colectiva y el poder unificador de las narraciones es tal que, incluso, podemos concebirlas –siguiendo a autores como Edward Said (1996) y Homi Bhabha (2010)– como un principio organizador y difusor de la idea de Nación, es decir, de una «comunidad política imaginada» (Anderson, 1993: 35). Desde esta perspectiva, entonces, toda Nación, como cualquier otra forma de comunidad imaginada, puede entenderse siempre como el producto de diversas producciones socioculturales y prácticas que la componen, ordenan y procesan a través de diversas narraciones.

Las narraciones, desde tal perspectiva, son formas (ondulatorias) de expresar y organizar las experiencias humanas. Entonces, toda narración *cuenta* porque, como podrá inferirse, el eje fundamental siempre ha sido, y sigue siendo, (cómo y quién puede) contar una historia.

Toda historia es posible por la narración y, al mismo tiempo, toda narración hilvana la posibilidad de historias de diversa índole, sustancia y al-

cances. Las historias se hacen realidad por los relatos y estos las corporizan dimensionando presencias y ausencias, espacios y tiempos. En ese entramado de pasado y presente, de aquí y ahora, en que las cosas y los seres *revelan* sus trayectorias en el tiempo y el espacio al volverse una expresión que, por las narraciones, se dice y se lee, se ve y se escucha, las historias agitan memorias. Porque, al decir de Mariela Cantú (2012: 242), «las cosas tienen una historia. También nuestra memoria sobre ellas». Por ello, resulta difícil separar las memorias, de las experiencias y las subjetividades, dado que ellas están enlazadas entre sí.

Las memorias, como las identidades, están en constante movimiento, son dinámicas, interactúan con nuestras experiencias y subjetividades. Las memorias mutan, se transforman, no son estáticas en el tiempo puesto que quienes las conformamos tampoco estamos fijos, sino que nos nutrimos de aquello aprendido a través de nuestros sentidos. Así nutren identificaciones colectivas que permiten proyectar lo que (no) somos.

Toda sociedad guarda memorias de lo que en ella sucede y ha sucedido y así se auto representa (vuelve al presente) un pasado que asume como propio o ajeno. Pero el pasado no es una materia cristalina que se halle allí a la espera de ser traído al presente por los recuerdos de alguna prodigiosa y única memoria. El pasado de una sociedad es el producto de articulaciones imaginarias, de memorias en disputa que, entre tensiones y contradicciones, determinan qué olvidar y qué recordar, qué representar y qué no (todo recuerdo es representación). Por ello, es más pertinente hablar de *memorias antes que de memoria*. Puesto que no todas las sociedades ni todos los individuos recuerdan del mismo modo ni las mismas cosas.¹¹³

Pero, a su vez, las historias que habitan memorias, siempre se dicen en presente. Es decir, una «historia no es solamente la del pasado» (Cantú, 2012: 266) y por ello las memorias tienen la capacidad de habitar entre el pasado y el presente, ayudando a reflexionar sobre el paso del tiempo y sobre la modificación del espacio, generando una nueva forma de

113. Si bien sería imposible que existiera una única memoria social, lo que sí puede existir es una única *memoria* como dispositivo de control social, es decir, como representación colectiva de experiencias sobre el pasado que se difunde (en el presente) en términos de una única y legítima memoria, controlando así a las demás memorias, conteniéndolas y determinando exclusiones e, incluso, eliminaciones de otros modos de representar el pasado.

comprenderlos. De este modo, en un diálogo con el pasado, es posible visibilizar aquí y ahora (lo ya visible y, a la vez, lo invisibilizado), recontextualizar y resignificar el presente.

Desde esta perspectiva, las memorias pueden comprenderse como virtualidades que *fabrican realidad*. Son virtualidades porque no se trata de objetos tangibles, sino que su materialidad solo podemos hallarla en el terreno de las prácticas y los relatos. Y *fabrican realidad* porque, nacidas de nuestras prácticas cotidianas, permiten representar el pasado en el presente orientando acciones y nutriendo historias que, a su vez, las fundamentan. En este sentido, y considerando que «olvidar y recordar no son opuestos sino el tejido mismo de la representación» (Rotker, 1999: 12), qué y cómo se recuerda el pasado implica un modo de posicionarse y auto-representarse en el presente, de proyectar el futuro y con ello orientar acciones y creaciones cotidianas. Por ende, en una misma sociedad puede haber tantas memorias como experiencias vividas.

Sin embargo, las memorias (con sus recuerdos y olvidos) no permanecen intactas e invariables, sino que se trata de creaciones que se contagian, se superponen, se disputan, se potencian, se reproducen; creaciones múltiples y constantes que se actualizan permanentemente. Forman parte de los procesos socioculturales y, como tales, intervienen espacial y temporalmente en el dimensionamiento y experimentación de la realidad: a través de la memoria se experimenta el tiempo y el espacio en un aquí-y-ahora.

En cuanto al tiempo, las memorias implican *usos* singulares del tiempo por los que, en un *ahora*, se vinculan diversamente experiencias del pasado con experiencias del presente. Los usos del tiempo de la memoria son por ello muy diferentes de los de la historia. Historia y memoria no solo pueden diferenciarse, como lo señala Pilar Calveiro (2006), por fundarse el primero en *documentos* y la segunda en *la experiencia*, sino, sobre todo, por el *uso* que en cada uno de ellos se hace del tiempo. El relato histórico, a diferencia de los relatos de la memoria, al decir de Hyden White (1992), se funda en un *formato narrativo*, signado por un origen, una sucesión de acontecimientos cronológicos y lineales y, finalmente, un desenlace. En este sentido, y como producto de la construcción disciplinar moderna de la historia en occidente, el relato histórico habla de un tiempo como substrato que rige el devenir de los hombres, pero, paradójicamente, lo

hace como si él mismo se hallara fuera del tiempo. La historia implica así la creación de un campo de autoridad sobre el tiempo, un tiempo que el relato histórico nombra, ordena y secuencia. En cambio, para la memoria no hay exterioridad del tiempo (como tampoco la hay del espacio). Para la memoria, el tiempo «no preexiste ni siquiera como estructura. La memoria parasita el tiempo, lo transforma en una pregunta y en una ocasión para la práctica, lo saca de la estrategia mecánica y lo coloca en la táctica» (Rufer, 2010: 13).

En lo que respecta al espacio, las memorias tienen una localización espacial, un *aquí* desde donde intervienen en los modos en que se *vive* el espacio, es decir, en las formas de experimentarlo. Al decir de Doreen Massey (2010), el espacio –que nunca puede pensarse escindido del tiempo– es un «producto de interrelaciones», una «constelación de trayectorias». Un lugar es una territorialidad (en tanto forma de apropiación de un territorio) que se nombra, se marca, se experimenta, se padece, se disfruta, se impone, se usa, se practica; es el producto de trayectorias en disputa que crean sentidos de la realidad. De esta forma, las *memorias hacen espacio* al formar parte de esas trayectorias que, simultáneamente, se encuentran y mezclan con muchas otras trayectorias adonde unas dominan y gobiernan, otras padecen y resisten y otras tantas escapan o se esfuman.

Así entonces, al comprender a la memoria como una virtualidad que fabrica realidades y articula experiencias entendemos que sus *usos* resultan ser siempre políticos.

Puede haber muchas formas de entender la memoria y de practicarla, que están a su vez vinculadas con los usos políticos que se le dan a la misma porque, ciertamente, no existen las memorias neutrales sino formas diferentes de articular lo vivido con el presente. Y es en esta articulación precisa, y no en una u otra lectura del pasado, que reside la carga política que se le asigna a la memoria (Calveiro, 2006: 377).

Podemos decir, por lo tanto, que las memorias sociales son en sí mismas una potencia política. Y lo son ya sea en su faz creativa, puesto que articular una memoria social implica inventarnos un pasado e identificarnos en un *nosotros*, como en su faceta más represiva, en tanto «quien

controla la memoria de la gente, también controla la dinámica social» (Rotker, 1999: 14).

Como vemos, la corporización y transmisión de la memoria, a través de los relatos, implica formas específicas de apropiación y experimentación (de territorialización) del tiempo y el espacio y, por lo tanto, como ya se insinuó anteriormente, resulta sustancial en los procesos de identificación colectiva. El hecho de territorializar (en tanto definir y apropiar), a través de la memoria relatada, un espacio-tiempo implica también la territorialización de subjetividades. En este sentido, tanto las memorias como las identidades se transforman en «vivencias narrativas» (Ruiz-Collantes, 2008: 65), es decir, en experiencias cognitivas, emocionales y sensoriales, producto del hecho de que el individuo que la transita se ve inmerso en una estructura de vida articulada como una narración. Esto reafirma el hecho de que las historias siempre *cuentan*, es decir, que los relatos y su despliegue adquieren gran relevancia en la reconstrucción de identidades colectivas y el resguardo de las memorias. El relato propio (o apropiado), subjetivo y derivado de experiencias, se encuentra y entrecruza con las narraciones de otros sujetos y (sobre otras) subjetividades y experiencias.

Sobre la base de estas cuestiones, resulta difícil negar el hecho de que, históricamente, los medios de comunicación en general, y la radio en particular, han ocupado un lugar central en la (re)producción de relatos sobre identidades y memorias colectivas. Es decir, los mismos son agentes constitutivos de los procesos de (re)construcción de territorialidades (formas de apropiación de territorios de memoria e identidad), incluso contribuyendo a afirmar o desplazar otras representaciones como las que tradicionalmente transmitieron la escuela, la familia o el grupo social.

La voz de la radio es un decir constante, que guía al oyente y lo nutre de relatos, motivando la imaginación, el pensamiento y la emoción. La voz de la radio recupera y/o renueva la palabra para hacerla colectiva. La radio, de este modo, deviene en encuentro. Es una encrucijada de mensajes en sí misma. La radio es magia entre lo que no vemos, pero está ahí, efímera, su sonido vibrando en nuestros cuerpos. La radio acompaña: en el auto o en el colectivo yendo al trabajo, en una reunión, etc. El lenguaje radial tiene, por lo tanto, la potencia de enraizarse en la historia personal y colectiva, en las identidades y memorias, a través de las experiencias sociales y cultura-

les que narra (Holgado, 2013). Así puede nutrir determinadas formas de reapropiarse de espacios y tiempos. Entonces, como dispositivo que tiene la potencia de (re)producir historias y así afirmar, promover o desplazar formas instituidas de memoria e identidad, es comprensible por qué la radio ha tenido, desde sus orígenes, una relevancia política fundamental.

En tanto se trata de un programa de radio que (re)produce historias, *Historias a la vuelta de una esquina* fue pensado como un espacio radial que, a partir de las marcas de memoria e identidad que implican los nombres de las calles de una ciudad (Río Grande), motive sobre las mismas diversas preguntas y reflexiones. Un programa cuyo punto de partida son las calles implica la posibilidad de relatos múltiples tanto sobre las identidades como sobre las memorias colectivas, tanto sobre el tiempo como sobre el espacio. Porque las calles, y sus nombres, no solo constituyen un trazo sobre el espacio que marca y ordena trayectorias, circulaciones, y dimensionamientos, sino que, en su denominación también materializan formas de un tiempo, es decir, qué y a quién recordar; qué y quién son los personajes que definen la historia colectiva de una ciudad, una región y un país.

De este modo, un espacio de preguntas que motiven a la reflexión y lo hagan partiendo de los nombres de las calles de una ciudad, tiene también diversas implicancias. Porque producir historias radiales que parten del espacio urbano no solo puede contribuir a redimensionar y reconocer aquello que se relata, sino también a motivar la posibilidad de nuevos decires, emplazamientos y desplazamientos de identidades y memorias, al preguntar(nos) por sus cómo y porqués. En este sentido, no se piensa a las audiencias como receptoras pasivas del mensaje, sino como sujetos activos, capaces de repensar la historia y repensarse, despertando y desplazando curiosidades, como así también, generando nuevas preguntas que inviten a seguir en un intercambio infinito. Porque, tal como lo postula la artística de cierre de *Historias a la vuelta de una esquina*, «la historia no solo la escriben los que ganan y todos tenemos algo que contar».

En cada nombre de calle, como en cada marcación espaciotemporal que nos rodea, no solo se proyectan identidades y formas de la memoria hegemónicas, sino que también habitan (como pregunta o posibilidad) otras historias, identidades y memorias (silenciadas, desplazadas u opacadas por la historia y la memoria). Esas historias que no son, precisamente, las que se transmiten en los medios hegemónicos de difusión. ¿Cómo

referirlas? ¿Cómo interpelarlas? ¿Puede un programa de radio producir otras territorialidades de memoria e identidad que pongan en cuestión a las hegemónicas? ¿Qué posibilidades de impacto efectivo puede tener?

Sobre esta tesitura, las implicancias del programa abren nuevas posibilidades que, al mismo tiempo, se desdobl原因 en permanentes desafíos.

2.4. INTERSECCIÓN

EN BÚSQUEDA DE NUEVAS INTERSECCIONES

¿Cómo se intersectan un programa radial realizado en Tierra del Fuego con las XIII Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo? ¿Por qué hacer referencia aquí a *Historias a la vuelta de una esquina*?

Podría ensayarse, como primera respuesta, que la intersección a través de esta ponencia se basa en la propuesta reflexiva sobre cómo y para quién hacer radio. Inmediatamente esa respuesta abre, no obstante, nuevas preguntas: ¿Qué alcances tiene la radio hoy en día sobre nuestras poblaciones? ¿Qué posibilidades de afección y transformación presenta en la dimensión de las experiencias subjetivas, las narraciones de identidad y memoria?

Con los cambios socioculturales, políticos, económicos, comunicacionales y tecnológicos producidos a nivel global, entre otros tantos factores, la radio también se ha transformado notablemente. Ya no se escucha, ni se produce, del mismo modo que antes. No obstante, algo parece seguir vigente: la radio, como las historias que en y desde ella se narran, aún cuenta. Hoy, como ayer, la radio habla, dice y, al hacerlo, cuenta historias.

En este sentido, es que resulta tan importante como vital su incidencia en la (re)producción y renovación de formas de imaginar, definir y experimentar identidades, memorias y (formas de habitar) territorios.

Considerando que la construcción de (relatos sobre) identidades y memorias colectivas es un terreno de disputas, es lógico que los medios puedan constituirse o bien como espacios de afirmación y difusión taxativas de determinadas identificaciones históricas y socioculturales o, en cambio, como instancias de promoción de la crítica reflexiva, deconstrucción y (re)invención de estas.

Sobre esta segunda alternativa, en la intersección entre indagaciones socioculturales y la radiodifusión universitaria, *Historias a la vuelta de una esquina* nació –tal como lo insinuamos más arriba– buscando contar his-

torias a través de la radio y con sentidos interrogantes. De este modo, al partir de *lugares comunes*, como pueden ser las calles de la ciudad, insistimos una vez más sobre la cuestión de que el programa implica diversas posibilidades imaginativas y creativas como, así también, importantes desafíos. Porque si, del lado de las posibilidades, cada intersección de nombres de calles propuesta por el programa puede habilitar preguntas sobre qué hechos y personajes históricos habitan los mapas territoriales de nuestra cotidianeidad y, por ende, qué puede decirse (y contradecirse) sobre ellos y qué tipo de historias y nuevas intersecciones imaginarias pueden producirse; del lado de los desafíos subyace la cuestión (siempre presente en toda emisión radial) relativa a los niveles de efectiva receptividad de las historias relatadas, no solo con relación a cuántos son los y las oyentes de las mismas sino, sobre todo, con respecto a la posibilidad de despertarles real interés, motivando curiosidades y multiplicando preguntas o reflexiones críticas sobre los argumentos planteados.

Sostenemos que, en la posibilidad de contribuir a la resignificación de territorialidades identitarias y de las memorias, implica una gran oportunidad tener un espacio en la grilla de una radio universitaria desde donde se pueda generar contenidos que no respondan –como sucede en otras programaciones radiales– a los intereses y exigencias del mercado. En este sentido, los docentes y comunicadores tenemos el desafío de incorporar formas de relato que permitan oír voces disidentes y abordar temáticas invisibilizadas por los grandes medios o los circuitos de información tradicionales.

Pero ¿cómo interpelar efectivamente al oyente con las historias narradas, en pocos minutos, desde un programa de radio? ¿Cómo motivar la curiosidad? ¿Cómo intervenir en un circuito comunicacional de competencia comercial, con cuestiones e interpelaciones colectivas cuando vivimos invadidos por la promoción de un individualismo atroz? Y más aún, ¿cómo multiplicar *preguntas* en un mundo que, cada vez más, bajo la dominación de los algoritmos, busca y ofrece múltiples *catálogos de respuestas*?

Quizá, como sucede con toda narración, podría responderse a estas cuestiones planteando que una vía posible para lograr lo antedicho sería: contar una *buena historia*. Pero ¿qué es una buena historia? ¿Buena con respecto a qué o quién?

Desde la perspectiva de Robert McKee (1997), una buena historia debe tener elementos que, merecen ser contados y tengan relación con aquello que el mundo quiere y desea conocer. Esa historia tiene que lograr conmover a ese *otro* a quien la misma se dirige, para generar empatía. Por su parte, según Irene Ickowicz «la emoción es el resultado de un proceso. Pensamientos, acciones, creencias nacen de emociones y generan nuevas» (Ickowicz, 2018: 16). Estas emociones permiten al sujeto auto-percibirse y así participar afectivamente de una realidad ajena a sí mismo, identificarse con un otro y compartir sus sentimientos. Las emociones se experimentan tanto a nivel mental como corporal.

Si bien estas perspectivas pueden resultar interesantes, en tanto buscan interesar a un otro oyente, pensamos que, desde la producción de relatos críticos, presentan ciertas limitaciones. Hablamos de limitaciones en el sentido de que, si bien la conmoción puede ser una vía comunicacional para vincular al oyente con el relato, ello no asegura que tal relación se traduzca en efectiva reflexión crítica con relación a lo relatado. Es decir, la conmoción puede transformarse en mero pasatiempo y, de este modo, una *buena historia*, por más empática que fuera, ¿podría acaso cuestionar realmente los regímenes de enunciación dominantes en lo que respecta, como es el caso que aquí nos compete, a las reconstrucciones discursivas de memorias e identificaciones colectivas? Vale entonces preguntarnos, ¿cómo hacer de una *buena historia* una historia de carácter crítico, es decir, una historia cuya efectividad radique en su potencia deconstructiva con respecto a las historias hegemónicas?

UNA VEZ MÁS, LA LIMITACIÓN SE DESDOBLA EN DESAFÍOS

En este sentido, y como primera reflexión al respecto, consideramos que, para un programa radial en general, y uno sobre historias como el nuestro en particular, es necesario tener en cuenta las prácticas socioculturales de los espacios a los que efectivamente llega la emisión, pues de su comprensión y consideración depende el equilibrio entre lo que se relata y lo que se busca generar, entre lo establecido y las nuevas o posibles formas del decir. Por lo tanto y –como sabemos que si bien gran parte del público oyente pertenece a la ciudad de Río Grande, muchos otros pueden acceder a los contenidos del programa desde diversos lugares (y tiempos)– más allá de la transmisión actual desde Tierra del Fuego,

la propuesta *pedagógica* de *Historias a la vuelta de una esquina* no radica en contar historias *privilegiadas* desde un único lugar *autorizado* (el de la historia nacional, el de *occidente*, el de la academia, etc.) sino, más bien, conjuarlas buscando cuestionar ciertas historias autorizadas. Para ello, preferimos articular preguntas simples y argumentos reflexivos que, partiendo desde *lugares comunes*, puedan conducir a interesar a los y las oyentes y contribuir a desnaturalizar consignas y relatos establecidos. Es decir, el programa no pretende afirmar respuestas ni reproducir una única mirada sobre la historicidad sino más bien interpelar a cada oyente para que pueda replantear su propia comprensión de la historia, nacional y regional y, de ser posible, las vincule además con historias (identificaciones y memorias) propias.

Como podrá notarse, una y otra vez, las posibilidades devienen desafíos. Y esto es así no solo porque se trate de un pequeño programa que da recién sus primeros pasos sino, también, por los objetivos que motivan su producción. Ya que, como entendemos debe suceder hoy en día con todas aquellas programaciones radiales que buscan transmitir voces críticas generando cuestionamientos y multiplicando preguntas, el problema radica en cómo garantizar su alcance y efectividad.

Es por ello que, en esta instancia, sostenemos relevante no solo actualizar permanentemente el tipo de interrogantes que aquí planteamos sobre el quehacer radial, en general, y el de nuestro programa en particular sino, también, buscar nuevas intersecciones, es decir, otras posibilidades y desafíos en espacios de encuentro en los que –como el de estas Jornadas– se pueda compartir experiencias y sumar aprendizajes. Esta ponencia debe comprenderse, entonces, no como una manifestación de lo producido en y por la radio sino, más bien, como la articulación de una serie de preguntas sobre el proceso de su producción. Se trata, pues, de una experimentación que espera dar con nuevas intersecciones y cuyos pasos más firmes (si acaso ese adjetivo es posible en las circunstancias actuales) espera hallarlos refiriendo:

No a los pensamientos, sino al poder de pensar; no a las circunstancias, sino a la posibilidad de la experiencia; no a tal o cual concepto sino a las vivencias a partir de las cuales tales nociones adquieren potencia; no a las identidades sino al devenir diferente

Porque la historia no solo la escriben los que ganan.
 Porque todos tenemos algo que contar.
 Porque pasado y futuro se dicen en presente.
 En FM 106.9 radio UNTDF invitamos a pensar historias a la vuelta de una esquina.

3. BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, Benedict (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- BARTHES, Roland (1977). «Introducción al análisis estructural de los relatos». En: Niccolini, Silvia (comp.). *El análisis estructural*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- BHABHA, Homi (2010). *Nación y narración. Entre la ilusión de una identidad y las diferencias culturales*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- CALVEIRO, Pilar (2006). «Los usos políticos de la memoria». En: Caetano, Gerardo (comp.). *Sujetos sociales y nuevas formas de protesta*. Buenos Aires: CLACSO. [Consulta: 26 de febrero de 2022]. Disponible en: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/gt/20101020020124/12PIICcinco.pdf>
- CANTÚ, Mariela (2012). «La historia en (las) imágenes. Archivo, memoria y video». En: La Ferla, Jorge y Sofía Reynal (comps.). *Territorios audiovisuales*. Buenos Aires: Librería.
- GOMES, Renata (2012). «La poética de los tiempos muertos. Diálogos entre el cine y los videojuegos». En: La Ferla, Jorge y Sofía Reynal (comps.). *Territorios audiovisuales*. Buenos Aires: Librería.
- HOLGADO, Andrea (2013). *Identidad sonora en tiempos de intermedia. Estéticas, ficción y nuevos formatos sonoro/radiofónicos*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus.
- ICKOWICZ, Luisa Irene (2018). *La escritura de largometrajes. Clímax y géneros*. Buenos Aires: Corregidor.
- MASSEY, Doreen (2010). «Travelling Thoughts». En: Gilroy, Paul; Lawrence Grossberg y Angela McRobbie (eds.). *Without Guarantees*. In Honour of Stuart Hall. New York: Verso Books, pp. 225-232.
- MCKEE, Robert (1997). *El guión. Sustancia, estructura, estilos y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba.
- ROTKEK, Susana (1999). *Cautivas. Olvidos y memoria en la Argentina*. Buenos Aires: Espasa Calpe y Ariel.

- RUFER, Mario (2010). «La temporalidad como política: nación, formas de pasado y perspectivas poscoloniales». En: *Memoria y sociedad*, vol. 14, n.º 28, pp. 11-13.
- RUIZ-COLLANTES, Francisco Xavier (2008). «Juegos y relatos como vivencias narrativas». En: Scolari, Carlos (ed.). *L'homovideoludens. Videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. Vic: Eumo Editorial.
- SAID, Edward (1996). *Cultura e imperialismo*. Barcelona: Anagrama.
- WHITE, Hyden (1992). *El contenido de la forma. Narrativa, discurso y representación histórica*. Buenos Aires: Editorial Paidós.

EJE 4

EL LUGAR Y LOS DESAFÍOS DE LAS RADIOS
UNIVERSITARIAS

LA RADIO PÚBLICA UNIVERSITARIA Y SUS DESAFÍOS: COOPERACIÓN INTERNACIONAL ENTRE UNI RADIO¹¹⁴ Y LA RADIO UFRJ¹¹⁵

Gabriel Galli y Fernando Alvares Salis

1 INTRODUCCIÓN

Esta ponencia tiene como tema central la cooperación académica en curso –2019 y 2020– entre las radios universitarias de la Universidad de la República¹¹⁶ (UDELAR) y la UFRJ. A pesar de sus diferencias, ambos proyectos aspiran a contribuir a una mayor presencia de la universidad en los medios de comunicación de masas y las redes sociales, así como al fortalecimiento de la comunicación y las relaciones internas de la universidad. A partir del análisis comparativo del contexto de ambos proyectos, informamos algunos de los avances y resultados del intercambio iniciado en Montevideo en marzo de 2019. Para dar cuenta del proceso, organizamos la ponencia en cuatro ejes temáticos, a saber, el cultural, el formativo, el político y el tecnológico.

2. INTRODUCCIÓN EN RÍO DE JANEIRO

En febrero de 2014, UFRJ obtuvo una consignación de la Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL) para transmitir, en asociación con la EBC-Empresa Brasil de Comunicação, una radio FM educativa univer-

114. Uni Radio 89.1 FM. Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Universidad de la República Oriental del Uruguay.

115. Radio Universidad Federal de Río de Janeiro. Brasil.

116. República Oriental del Uruguay.

sitaria. Era la última frecuencia restante en la esfera de la ciudad de Río de Janeiro. Como resultado de una lucha política de muchos años, este envío señaló un nuevo período de expansión democrática de la comunicación universitaria en Río de Janeiro y la relevancia de nuestra universidad en el país. La asociación con la EBC fue obligatoria debido a la ley de su creación, en octubre de 2007, una estrategia del gobierno de Lula para el desarrollo conjunto de la comunicación pública y las emisoras educativas que duró hasta la gestión de la presidenta Dilma (Pieranti, 2017). En ese momento, trabajábamos en la Superintendencia de Comunicación del Foro de Ciencia y Cultura de la UFRJ, cuya misión es difundir información científica y cultural sobre lo que se produce en la universidad. Como ya habíamos formado un pequeño equipo de cinco personas para la superintendencia, comenzamos a evaluar las necesidades de recursos para hacer realidad el proyecto Radio UFRJ. Con un proyecto preliminar en la mano (elección de la ubicación del campus, la infraestructura, el personal y el concepto), el primer desafío fue construir simultáneamente el proyecto académico, tecnológico, de gobernanza y gestión, y aún poder recaudar los recursos para llevarlo a cabo. Si no podíamos obtener los recursos en el transcurso de un año, perderíamos la concesión. Se otorgó la concesión de la frecuencia, pero sin haber previsto un presupuesto para un proyecto tan ambicioso.

En aquel momento, aún en 2014, contactamos a algunos diputados y senadores, buscando apoyo para enmiendas parlamentarias. En Brasil, los parlamentarios tienen derecho a nominar proyectos para la asignación presupuestaria directa del Congreso Nacional, siempre que sean aprobados y sigan las reglas del Ministerio de Planificación. El representante federal del partido Socialismo y Libertad, Jean Wyllys, quien se estaba convirtiendo en el presidente del Frente Parlamentario para la Defensa de la Comunicación Pública, fue el primero en manifestar su apoyo. Con una primera enmienda enviada por él, y luego aprobada por el Congreso Nacional, tendríamos us\$ 500 000 para comenzar a configurar la radio. Eso fue aproximadamente un tercio de lo que planeamos, pero era la respiración que necesitábamos para poder tener el apoyo interno necesario. Durante el primer año, tuvimos mucho éxito tanto internamente como en nuestra relación con el EBC, pero la crisis del país dificultaría mucho el nacimiento de la radio. Con la destitución

de la presidenta Dilma, la dirección del EBC cambió su orientación y los equipos de Río de Janeiro y Brasilia también cambiaron. Era necesario reconstruir la relación y el propio proyecto en sí con la EBC, lo que sucedería aún otras veces durante la administración de Temer. Para hacernos una idea de la agitación de la administración de EBC entre 2014 y 2019 pasamos por las administraciones de tres presidentes de la república: Dilma, Temer y Bolsonaro; y seis presidentes de EBC y sus equipos: Nelson Breve, Américo Martins, Ricardo Melo, Laerte Rímoli, Alexandre Parola y Alexandre Graziani. Si bien obviamente no pudimos avanzar mucho en la relación institucional con el EBC, tuvimos la oportunidad de desarrollar nuestro proyecto académico en la UFRJ y la relación con los parlamentarios que nos apoyaban con enmiendas, especialmente Jean Wyllys y Glauber Braga, ambos de PSOL.

Entre 2015 y 2017, mantuvimos cuatro ciclos de debates con la comunidad universitaria para discutir una política de comunicación para la universidad, la misión institucional de la radio, la convergencia de los medios, la programación, el lenguaje radiofónico y la necesidad del desarrollo de una cultura de comunicación en la UFRJ, para que la radio pueda estar presente en sus actividades diarias. También discutimos los objetivos de la enseñanza, la investigación y la extensión, y la necesidad de una gestión autónoma para que podamos ser ágiles en la gestión de un servicio que, por ley, tiene que operar las 24 horas y los 7 días de la semana. Poco a poco dibujamos el perfil de la radio y formamos un equipo de 23 personas.

Continuamos nuestros esfuerzos para garantizar la viabilidad de la operación de la radio dentro del presupuesto de la UFRJ pero con recortes económicos que se radicalizaron bajo el gobierno de Temer y que empeorarían, aún más, bajo el de Bolsonaro, las enmiendas demostraron ser la única opción posible. Pudimos asegurar la radio por otros tres años, tiempo en el cual consolidaríamos el proyecto y tendríamos más argumentos para lograr un presupuesto mínimo. A nivel nacional, las crisis de EBC fueron aún peores que las de la universidad, con constantes amenazas de cierre, que también terminarían con nuestro proyecto. Las nuevas gestiones siguieron y nunca obtuvimos la firma del contrato básico entre EBC y UFRJ. Junto con los colegas de la Radio MEC –la más antigua del país y, naturalmente, la radio de la EBC que más se parecía a nuestro perfil–

comenzamos a producir y emitir programas en conjunto para concretar nuestra estrategia de asociación. Entramos en los estudios de la Radio MEC y realizamos un programa semanal en formato de revista: informes, entrevistas, notas, músicas.

Aunque a nivel nacional la situación de EBC empeoró a cada semana, internamente seguimos el desarrollo de la radio, incluida la creación de una nueva unidad en UFRJ para la gestión de la comunicación en tiempos de convergencia de los medios: el Nucleo de Radio y tv, aprobado por el Consejo Universitario en 2018. Sin embargo, con la elección de Bolsonaro, los caminos comenzaron a estrecharse aún más. Estaba claro que EBC no resistiría y que no tendríamos nuestra situación institucional definida, haciendo que Radio UFRJ quedara imposibilitada de emitir. En este contexto desastroso, decidimos avanzar hacia una estrategia de internacionalización de la lucha por la comunicación pública universitaria. Ya éramos parte de la Asociación Universidades Grupo Montevideo, donde representamos a UFRJ en la Comisión Permanente de Comunicación, Radio y Televisión, y admirábamos el proyecto de Uni Radio, en la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República Uruguay, por ser una radio que tenía una operación muy cercana a lo que vislumbramos para la Radio UFRJ. Partimos hacia Montevideo y establecimos entre UFRJ y UDELAR una cooperación interactiva, en cuyo marco podríamos intercambiar nuestras experiencias y avanzar juntos en el desempeño de la comunicación universitaria en la región.

3. INTRODUCCIÓN EN MONTEVIDEO

En agosto de 2019 se cumplieron dos años al frente del nuevo proyecto de Uni Radio. Única radio de la Universidad de la República, asentada en el Departamento de Medios y Lenguajes del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación (Orcajo, 2018). Comenzamos a transitar este nuevo camino en un nuevo local de la facultad, con excelente infraestructura tecnológica.

Titulamos nuestro proyecto De Uni Radio a Uni Medios, pues, en aquel momento, proponíamos:

Extender a Uni Radio hacia un portal de medios convergentes, según las posibilidades tecnológicas de hoy. Dicho portal albergará varios canales de radio, televisión, prensa online, etcétera. Todos ellos formando un complejo mediático que, por ahora, llamaremos Uni Medios¹¹⁷.

Dos años más tarde, pensamos que ya no se trata solamente de ir hacia un portal de medios convergentes, sino de también trabajar con una estrategia de redes apelando a nuevas formas de distribución de contenidos.

Entre los objetivos específicos del proyecto se encuentran:

- Dotar a la FIC y a la Universidad de la República de un campo de aprendizaje profesional teórico-práctico para todas las disciplinas directa e indirectamente relacionadas con el campo de los medios y la comunicación social.
- Fundar el trabajo profesional de Uni Radio en la actividad académica formativa, poniendo énfasis en el trabajo de equipo, la interdisciplina, el aprendizaje productivo y la promoción constante de una actitud de investigación, experimentación y juego creativo.
- Encausar las energías subjetivas preexistentes acumuladas en la FIC como motores del proyecto Uni Radio y su desarrollo en Uni Medios. Las asignaturas de grado y posgrado podrán participar de Uni Radio y converger en un campo de experimentación común, contribuyendo con el proceso de creación de contenidos para la misma. Los trabajos curriculares, de grado y posgrado, podrán ser fuente y base de guiones, documentales, reportajes, etcétera.
- Contribuir a la formación de profesionales serios, responsables y altamente capacitados con relación a los campos comunicacionales y mediáticos. Estos profesionales estarán preparados para la escucha e interpretación de demandas y pedidos de clientes y usuarios, el trabajo en equipos profesionales y las destrezas y artes de su campo disciplinario. Cada uno podrá especializarse en uno o más de los aspectos de la producción mediática y el trabajo empresarial colectivo.
- Tomando en cuenta la experiencia hasta ahora acumulada en Uni Radio desde su fundación, ampliar el proyecto y llevarlo a un nuevo nivel de desarrollo tanto a nivel de su operativa interna, dinámica de progra-

117. Extraído de un documento interno.

mación y realización de producto como de penetración, amplitud de llegada y fidelización de su público objetivo.

Para ponernos en dirección hacia tales objetivos, y de acuerdo con lo establecido en el proyecto, organizamos el quehacer de Uni Radio en tres grandes áreas de trabajo, inseparables pero distinguibles:

1. Dado que Uni Radio es, ante todo, un ámbito de formación, centramos su actividad en la didáctica interdisciplinaria en torno a los procesos de producción mediática. Nos proponemos poner a disposición de los estudiantes y docentes los elementos fundamentales teórico prácticos implicados en los procesos comunicacionales y mediáticos apuntando a que la producción de Uni Radio se base en los procesos de formación de todos los participantes. En esta misma dirección estamos buscando, de manera continua, la mayor participación e involucramiento de todos los departamentos de la FIC y las facultades de la Universidad de la República. Como medio de comunicación universitario, Uni Radio es una interface de relacionamiento con el medio que no se limita a la emisión de aire o su transmisión *online*. Uni Radio debe experimentar con todas las formas de relacionamiento con la comunidad universitaria y la sociedad en general, creando eventos, encuentros y otras interfaces de diseño diverso.
2. Uni Radio es un medio de comunicación profesional. Como tal, debe posicionarse como un modelo de innovación y excelencia en todos los aspectos de los procesos comunicacionales. La profesionalización del medio, así como el desarrollo de la marca, son objetivos estratégicos de esta propuesta. En tanto *empresa* pública universitaria, Uni Radio ha de ofrecer un servicio a la FIC, la universidad y la sociedad uruguaya en su conjunto, dentro y fuera de las fronteras. Desarrollar este servicio es uno de los objetivos centrales que nos proponemos.
3. En tanto medio profesional universitario, Uni Radio debe ser una interfaz natural para la divulgación científica y la difusión de la actividad académica en todas las áreas del conocimiento. Toda la producción académica será campo de investigación y fuente de material para reportajes, informes, noticieros, documentales, entrevistas y un largo etcétera. Promover el periodismo de investigación, universitario y científico, así como la divulgación y su relación con el entretenimiento, son objetivos primordiales.

4. LLEVAR EL PROYECTO A LA PRÁCTICA

El equipo de Uni Radio se compone de dos docentes, tres becarios y dos operadores.

Como se desprende de esto, la primera dificultad al encarar el proyecto aprobado era, y sigue siendo, la dotación de recursos humanos con que cuenta la radio y la ausencia de perspectivas presupuestales de cambio, en aquel primer momento. Esto está a punto de cambiar pues hemos captado el interés y el apoyo del Rector Rodrigo Arim y gran parte de los servicios universitarios por lo cual contaremos con los recursos para desarrollar un proyecto piloto por el lapso de un año.

Pero en aquel comienzo, tal como informamos en su oportunidad:

Encontré al equipo de Uni Radio en situación de sostener dos programas al aire –uno en la mañana y otro en la tarde– con la ayuda de un puñado de esforzados estudiantes asistiendo en tareas de producción. Esta forma de encarar la actividad radiofónica no solo significaba un *stress* para los becarios, sino que también consumía los recursos humanos, casi en su total integridad, en estas actividades.¹¹⁸

Ante esta situación, basados en la concepción operativa de grupos de Pichon Riviére –en la que nos formamos junto a Enrique Sobrado, Sylvia Castro, Armando Bauleo, Juan Carlos De Brasi, entre otros– reorganizamos el trabajo e instauramos reuniones semanales del conjunto del equipo básico de Uni Radio. Así, trabajamos en optimizar el trabajo y mejorar el producto radial.

Decidimos levantar:

Los programas institucionales del aire con el objetivo de reorganizar el trabajo y considerar las muchas horas de aire sin «cultivar», fuera de estos programas institucionales. Además, necesitábamos establecer los pasos hacia los objetivos estratégicos de incrementar la presencia de la vida universitaria en la programación, posicionar a la emisora en nuestro medio y desarrollar la

118. Extraído de un documento interno.

formación necesaria en radio y medios en general. Dada la falta de recursos, tuvimos que elegir, aunque intentamos avanzar en todos los campos a la vez.

Una de las cosas que decidimos en conjunto fue explotar los recursos de la automatización que el *software* de salida al aire posibilita, poniendo énfasis en la programación musical y la producción de microprogramas y nueva artística (Galli, 2018: 8).

Apostar por la música significaba seleccionar cada canción apuntando a incluir música de calidad, innovadora y joven. En un ecosistema mediático donde la información es abrumadora, la selección con un criterio editorial es un valor. Buscamos la inclusión de artistas emergentes locales, regionales e internacionales teniendo en mente alcanzar un 51 % de voces femeninas en la programación.

Nuestra opción por la música se basó en la importancia que todas las culturas dan a la misma. Podríamos abordar la historia de la música desde el punto de vista de la lucha de las masas por su acceso a la misma. Pero también en el entendido de que la música, por sí misma, es convocante y que la red de músicos incluidos constituyen, a su vez, redes de difusión. Este efecto multiplicador era estratégico, partiendo de que también buscábamos que el medio se hiciera visible. Nuestra política ha sido, dentro de lo razonable, producir para obtener recursos y no a la inversa.

Más que armar una propuesta para un público objetivo, asumimos la estrategia de crear una personalidad sonora para la emisora. Posicionar a la radio como un medio innovador, dinámico, informado y con espíritu joven.

Así, elegimos las canciones una a una –hasta aquel momento, la música de la radio era elegida aleatoriamente por el *software* desde grandes carpetas ordenadas por estilos musicales y tramos horarios– generando las diversas listas de rotación e introduciendo cada bloque con la presentación de novedades de la semana.

De este modo comenzamos a trabajar con la formación del equipo en su conjunto en nuevas formas de trabajo y programación radial no exploradas o transitadas previamente por Uni Radio. Redistribuimos el trabajo, estableciendo procedimientos de producción y el desarrollo de formatos de microprogramas que dieran mayor presencia, a lo largo de toda la programación, a las múltiples actividades universitarias con un criterio informativo.

Una vez puesta al aire la nueva estructura de programación –organizando su sintaxis con lógicas de bloque coherentes, espacios de información general (tandas no comerciales sino informativas mayormente de difusión de eventos universitarios y otros de carácter social y cultural)– pudimos continuar desarrollando otras propuestas a partir del segundo semestre, produciendo algunos nuevos programas y creando ciclos de participación de docentes de diversos departamentos de la FIC y espacios para actores de todo el *demós* universitario de todo el país.

5. COOPERACIÓN: PROMOCIÓN, CONVERGENCIA Y FORMACIÓN

La cooperación entre UFRJ y UDELAR comenzó en marzo de 2019 y se espera que dure un año. Aquí comunicamos los resultados parciales de la primera etapa, realizada hasta agosto de 2019, en la que enfocaremos las acciones hacia el desarrollo del proyecto Uni Medios y la creación de una metodología para la inclusión de las prácticas preprofesionales de los estudiantes de la FIC.

6. PROYECTO UNI MEDIOS

En el proyecto original de Uni Radio se propone la expansión del proyecto Uni Radio en un proyecto multiplataformas en el contexto de la convergencia de medios y en esta dirección se apunta el primer resultado concreto de la cooperación en curso. A diferencia de UDELAR, que ya tiene una radio FM consolidada, el proyecto de Radio UFRJ nació bajo el signo de las redes, de la necesidad de pensarse también en una radio web y las nuevas posibilidades de interactividad con la audiencia a través de celulares y dispositivos móviles. Ya en nuestras primeras reuniones de trabajo, pudimos elaborar sobre las muchas ideas e intuiciones que teníamos en común y llegar a cinco principios que seguramente pueden ser compartidos por otras universidades públicas.

En el mundo de la tecnología digital donde el capitalismo desarrolla más que nunca su aspecto cognitivo e inmaterial, la cultura bibliográfica se está transformando y reconvirtiendo a una cultura comunicacional, hipermediática y electrónica. En este contexto, las universidades están frente al desafío radical de reconfigurar –en términos comunicacionales–

sus actividades educativas, sociales e institucionales. Las prácticas de enseñanza, investigación y extensión están siendo transformadas por los imperativos de adaptabilidad a los nuevos lenguajes de la comunicación. Identidades, territorios y temporalidades son hoy transversales, intercambiables y modulares, provocando flujos informativos globales y nuevos modos culturales de compartir. Es el propio estatuto de la educación y de la ciencia que están en juego en la cultura contemporánea, por lo tanto, también el futuro y la función de la universidad. Estratégicamente, los medios de comunicación universitarios no deben ser considerados como mera prestación de servicio sino como construcción colectiva e interactiva de conocimiento. Encaramos esas innovaciones del campo de la comunicación como oportunidades valiosas para que la universidad pueda fortalecer aún más su misión social de promover enseñanza, investigación y extensión, así como potenciar la capacidad creativa y productiva de nuestra sociedad tanto a nivel local, como global. Al ampliar la interfaz horizontal con la sociedad, la universidad promoverá aún más la circulación y el intercambio democrático de los saberes a nivel nacional e internacional.

Llegamos a los siguientes principios y directrices generales:

1. Democratización del acceso a los medios de comunicación. La universidad pública tiene un papel fundamental no solo en el debate intelectual y político, sino también en el campo de la programación de canales de radio y televisión, en la producción audiovisual, en el desarrollo de nuevos lenguajes y en la construcción de plataformas y redes sociales en Internet.
2. Indisociabilidad entre enseñanza, investigación y extensión. Las actividades de comunicación no deben ser consideradas como mera prestación de servicio sino como construcción colectiva e interactiva de conocimiento.
3. Interdisciplina y multiculturalidad. La comunicación y la difusión científica, artística y cultural deben darse en permanente diálogo con la diversidad social, donde se comprometen no solo los diversos campos del saber formal, académicamente constituidos, sino también los saberes populares y tradicionales. Se trata de entender la difusión a partir de procesos dialógicos, intercomunicacionales, como prácticas de reconocimiento, validación y legitimación de saberes.

4. Promoción y difusión de nuevas formas de comunicación, expresión y cultura digital. La herencia colonial y las múltiples formas de imperialismo cultural –en una era de globalización dominada por las dinámicas mercantiles y por las tendencias homogeneizantes que amenazan las culturas de los países periféricos, así como de los grupos sociales minoritarios– actualizan la necesidad de políticas dirigidas a la defensa y promoción de las culturas locales y regionales.
5. Transparencia de información y de la producción universitaria. La cultura comunicacional contemporánea está fuertemente marcada por la accesibilidad a la información. En ese sentido, es fundamental que la universidad se abra, siempre más, a la sociedad, dando visibilidad a su producción.

Para que estos principios puedan ser ejercidos como una política de comunicación, proponemos seis campos o ejes de acción:

1. Comunicación institucional. Hay dos dimensiones fundamentales de la comunicación universitaria: la institucional y la que llamaremos social o de los medios de comunicación. La institucional debe responder a las necesidades de representación de los rectorados, sobre todo en lo que se refiere a la asesoría de prensa y relaciones públicas. La comunicación social o de los medios debe promover la difusión de la relación entre ciencia y cultura, sobre todo en lo que se refiere a la producción académica y cultural de las universidades y de la articulación de nuestras comunidades académicas y la sociedad a través de los medios audiovisuales y las plataformas digitales.
2. Plataforma integrada de medios e integración institucional. La meta es construir una plataforma integrada de comunicación que contribuya a conectar los diferentes sistemas de información, medios y sectores de la comunidad universitaria para la construcción colaborativa y cotidiana de un diálogo cultural, científico y artístico que supere la esfera institucional, potenciando la misión de garantizar la democratización de los saberes en una relación horizontal con la sociedad. El primer gran desafío es, justamente, colaborar a un ambiente de diálogo e intercambio de ideas en la universidad para que podamos garantizar el ejercicio permanente de la libertad intelectual, valorizando las múltiples formas de conocimiento, técnicas y producciones científicas, artísticas

y culturales. De esta manera debemos contribuir a la superación de la fragmentación de los servicios universitarios, áreas de conocimiento y localización geográfica para que, de hecho, se puedan articular los saberes producidos por la comunidad académica, promoviendo el diálogo horizontal con la sociedad.

3. Convergencia de radio, TV e Internet. Crear proyectos y colocarlos en el aire, siempre pensando en la convergencia, desde la tradición bibliográfica hasta los medios electrónicos, con Internet. Producciones nuevas, acervos y alianzas con otras instituciones principalmente públicas, articulando las necesidades de programación y producción de los canales con las demandas de las actividades de la comunidad académica y las posibilidades de las redes públicas de comunicación.
4. Portal de medios y redes. En tiempos de Internet 3.0 y de los movimientos de medios libres –en que los propios modos de utilización de las redes las constituyen y transforman permanentemente– es fundamental que se desarrolle una plataforma integrada (Kischinhevski, 2016). De este modo se permite a los diferentes sectores de la comunidad universitaria, alternativa y simultáneamente, generar y difundir contenidos; tener acceso, a través de medios propiciados por la universidad, a contenidos generados en el universo académico nacional e internacional y, de forma más amplia, a las múltiples manifestaciones contemporáneas en el campo cultural, artístico y científico.
5. Divulgación científica, difusión cultural y educación a distancia. Los sistemas y canales de comunicación deben dedicar especial empeño en el desarrollo de la divulgación científica, difusión cultural y campañas de interés público, así como proporcionar una mejor integración de acciones, incluyendo las actividades complementarias de cursos presenciales.
6. Valorización y activación de los acervos de la universidad. Es necesario crear un programa integrado de memoria audiovisual y repositorios digitales. Es estratégica no solo la valorización de su función de mantenimiento sino también su difusión, articulación y puesta al alcance para su utilización de los acervos.

7. FORMACIÓN

En el presente año, Uni Radio está profundizando la formación en diversos aspectos del quehacer radial, mediático y de redes. Al trabajo permanente de formación al interior del equipo hemos agregado un programa de pasantías en prácticas preprofesionales para estudiantes del Instituto de Comunicación, quienes participan de talleres de locución, redacción, producción y realización de entrevistas a cargo de los integrantes del equipo de Uni Radio. Así mismo, hemos comenzado a participar del Programa de Cursos de Educación Permanente.

Desde 2018 participamos del proceso de puesta en marcha de un proyecto de Diplomado en Divulgación Científica junto a colegas de la FIC, así como de la Facultad de Ciencias, la Facultad de Química e instituciones como el Instituto Pasteur y el Instituto Clemente Estable.

8. PRÁCTICAS PREPROFESIONALES DE ESTUDIANTES

En 2019, comenzaron las prácticas preprofesionales para estudiantes en Uni Radio. A partir de marzo, grupos de entre diez y veinte estudiantes por semestre, se unen al equipo profesional para aprender el trabajo de la radio en la práctica. Con la experiencia experimental del primer grupo, finalizada en julio, celebramos una reunión de evaluación y llegamos a algunas conclusiones sobre la mejor metodología para el aprovechamiento del trabajo de los estudiantes en la vida diaria de la radio.

Para el segundo grupo, que comenzó en agosto de 2019, aplicamos los conocimientos previamente adquiridos para la organización de sus actividades. Primero hicimos una presentación del equipo y del trabajo en la radio y propusimos una división de grupos y horarios. Idealmente, la práctica profesional dura de diez a veinte horas por semana, durante cuatro meses. En las primeras dos semanas, realizamos talleres de locución, producción y guión, así como elementos de programación musical y, de acuerdo con sus habilidades y deseos, dividimos a los estudiantes en estos roles. En los talleres de locución trabajamos técnicas vocales, postura, autoconciencia corporal, respiración, escucha radiofónica, interpretación, dramaturgia y entrevistas; en el de producción trabajamos sobre la investigación y la organización de la producción y posproducción de pro-

gramas grabados y en vivo; en los de guión, estilo y lenguaje radiofónico. Debido a su practicidad, utilizamos programas cortos como modelos para los ejercicios y, a medida que avanzamos en los resultados, los incorporamos a la rutina de la producción de la radio. Es crítico que los estudiantes participen en tareas concretas que resulten en la programación. Actualmente, los estudiantes conducen, con la guía de profesionales de la radio, becarios y docentes, seis programas que incluyen lo periodístico, lo musical y lo poético.

9. EDUCACIÓN PERMANENTE

Hemos detectado las carencias en la formación de los actores universitarios en diversos aspectos de la producción y realización mediática. En este sentido, organizamos una primera serie de cursos dentro del programa de Educación Permanente. Cada uno de ellos es, a su vez, una forma de hacer foco en áreas de desarrollo importantes para la radio a la vez que contribuimos a hacer de ella un laboratorio de experimentación permanente.

En esta primera instancia hemos presentado cuatro propuestas:

- Introducción a la Locución Profesional. Por primera vez, se brinda un curso de introducción a la locución profesional en la Universidad de la República a cargo de la locutora Diana Chaparro. Hasta ahora, el sector privado ha tenido un dominio casi exclusivo de este campo de la formación profesional, con costos casi prohibitivos para la mayor parte de los aspirantes. El interés despertado por esta propuesta da cuenta de la amplia demanda por este tipo de formación profesional.
- Creación y Realización Radial en Multiplataformas. Curso a cargo del profesor agregado Fernando Salis. Este curso busca capacitar para la creación y realización de programas radiofónicos en multiplataformas y multidispositivos como FM, web, *podcasts*, aplicaciones, redes sociales y dispositivos móviles, siempre observando las transposiciones del lenguaje audiovisual e hipertextual, así como las potencialidades de participación social e interactividad con la audiencia.
- Taller de Arte Sonoro de Aplicación Radiofónica. Curso interdisciplinario que incluye la participación del profesor y magíster en Composición, Leonardo Secco y del artista audiovisual Brian Mackern. El

mismo busca contribuir a la profesionalización en el campo sonoro y sus especificidades radiales mediante la adquisición de instrumentos críticos para el trabajo de realización radiofónica.

– Introducción al Radioteatro: dramaturgia, dimensión sonora y radiofonía. Curso interdisciplinario e interinstitucional que incluye a los docentes Fernando Rodríguez Compare y Alberto Sejas de la Escuela Municipal de Arte Dramático y a Juanita Fernández de la Escuela Universitaria de Música.

Cerramos la primera etapa de la cooperación seguros de que, además de los logros puntuales alcanzados, estamos consolidando una *parceria* duradera entre las más grandes universidades públicas de Brasil y Uruguay, además del tan deseado desarrollo comunicacional de la región.

10. BIBLIOGRAFÍA

GALLI, Gabriel (julio de 2018). Informe al primer año de gestión de Uni Radio.

KISCHINHEVSKI, Marcelo (2016). *Radio e mídiassociais*. Río de Janeiro: MauadX.

MARTÍN-PENA, Daniel y Agustín Vivas Moreno (2018). *Rádios universitarias em marcha*. Badajoz: UNDAV Ediciones.

ORCAJO, Oscar (2018). *Uni Radio, la primera radio universitaria de Uruguay*. Montevideo: Udelar.

PIERANTI, Octavio Penna (2017). *Políticas públicas de radiodifusão no governo Dilma*. Brasília: UNB.

PERSPECTIVA TERRITORIAL Y COMUNICACIÓN DIALÓGICA Y PROACTIVA: UNA EXPERIENCIA EN RED DE RADIO UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SANTIAGO DEL ESTERO

Sergio Marcelo Salerno

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo refiere a la creación, desde Radio Universidad, de una incipiente Agencia Universitaria de Noticias y de una Red Provincial de Radios y de Medios Digitales que introduce cambios en el modelo de comunicación, en la jerarquización de la información y en la estrategia comunicativa.

Dicha agencia/red está en funcionamiento desde marzo de 2019 e involucra –en un proceso que se inició en noviembre de 2018– a más de 50 medios del territorio provincial, con los cuales no se tenía comunicación. De esta manera, se superan barreras como el alcance de la emisora y la dependencia de los medios tradicionales.

La mayoría de esos medios son radios representativas del abanico provincial: privadas, públicas, campesino-indígenas y eclesiales, las cuales reciben la información producida en el formato de boletines y, a su vez, envían las noticias de sus localidades a Radio Universidad, ingresando a potenciales circuitos académicos, de investigación y de extensión.

El territorio provincial tiene algunas complejidades que han dificultado la presencia universitaria. Casi la mitad del total de habitantes de la provincia (874 000, según el Censo 2010) viven en el conglomerado Santiago capital-La Banda (409 000). El resto vive en el *interior* provincial en localidades pequeñas, pueblos o en el área rural, y en ciudades medianas como Termas de Río Hondo y Frías.

Esto ha obstaculizado la presencia universitaria en el terreno y de ahí la dificultad de esas personas para estudiar sin la necesidad de movilizarse

de sus territorios. Aun así, existen extensiones áulicas (fundamentalmente tecnicaturas) en aquellas localidades más pobladas y la Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE) se esfuerza en llegar a cabeceras departamentales y a pueblos con la oferta de la Escuela de Artes y Oficios.

Claramente, el territorio provincial fuera del citado conglomerado muestra una fuerte necesidad de acceso a la oferta académica y a la de oficios.

En ese sentido, este trabajo se inserta en la integración territorial desde la información y la comunicación.

La práctica de la comunicación en la UNSE tiene, en los últimos años (desde 2010 y hasta nuestros días), una de sus etapas más relevantes en cuanto al volumen de las producciones de contenidos universitarios.

La FM Radio Universidad, que en 2019 cumplió 25 años, fue potenciada con profesionales, equipamiento y proyectos enfocados en la divulgación de las actividades universitarias.

No es objeto de este trabajo el análisis de los objetivos y resultados de las políticas y prácticas comunicacionales que se realizaron durante este activo período, sino establecer observaciones que permitan visibilizar la necesidad y la utilidad de crear una Agencia Universitaria de Noticias de alcance provincial. Aun así, las entrevistas y encuestas realizadas para llevar adelante este trabajo de intervención van necesariamente a hacernos recorrer críticamente los ejes estratégicos dominantes de ese período. De esa manera, se pudo verificar desde lo cualitativo fortalezas y debilidades de las estrategias comunicacionales, de las prácticas territoriales de comunicación en la extensa y compleja geografía provincial y de los modos de selección de la información universitaria escogida para hacer circular entre los destinatarios.

En ese sentido, se puede decir que durante esos años se instituyó una suerte de inercia donde primó una comunicación unidireccional, pasiva y acotada geográficamente y una información sesgada de las producciones de esta universidad.

En otras palabras, la difusión de la información universitaria estuvo más focalizada en las actividades institucionales (agendas de los funcionarios universitarios, convenios, resoluciones, etc.), que en otras como la divulgación científica o en la formación de vínculos entre los académicos y la sociedad, en las tareas de extensión y en el intercambio más fortalecido con las realidades locales.

Volviendo a la modalidad interna de la comunicación, durante este período prevaleció la unidireccionalidad tanto en la relación emisor-destinatario a través del mensaje en un solo sentido, sin *feedback*, como en el proceso de producción de contenidos. En este último se seleccionó, se realizó y se difundió sin dar el suficiente lugar a las participaciones de los actores universitarios y a los diálogos entre las áreas específicas de la comunicación y los claustros, las secretarías e institutos de investigación y extensión, y con la comunidad misma, incluidos los medios de comunicación del territorio provincial, en especial aquellos ubicados fuera del conglomerado Capital-Banda.

Justamente, en términos territoriales, fuera del conglomerado Capital-Banda, al resto de los veinticinco departamentos provinciales prácticamente no llega o llega muy poca información universitaria y, como contrapartida, la universidad tampoco se entera de las realidades de ese extenso territorio, dejando fuera del ecosistema universidad-sociedad a sujetos plenos del derecho a la comunicación y a la información, y también a problemáticas que, si se conocieran, podrían ser abordadas académica, extensionista y científicamente, además de otros servicios que presta la UNSE y que se podrían articular.

2. METODOLOGÍA

Para obtener un análisis cualitativo y cuantitativo del trabajo final fueron utilizados los siguientes métodos de investigación: la entrevista cualitativa en profundidad, la encuesta y la aplicación metodológica de las teorías del *newsmaking* y del *gatekeeper*.

3. RESULTADOS OBTENIDOS

En primer lugar, se realizaron entrevistas a los responsables de las áreas de Ciencia y Técnica y a investigadores universitarios. Tuvieron la finalidad de describir y analizar con ellos la política de comunicación de las ciencias en cada unidad académica, la modalidad de dicha divulgación –si es que existe–, el público destinatario de tal comunicación, la ubicación territorial del mismo, la valoración de la divulgación científica y otras dimensiones importantes como las dificultades que halla el investigador científico

a la hora de vincularse con la comunidad no científica ni especializada en los temas sobre los cuales trabajan; dificultades que, desde la teoría del gatekeeper, podríamos denominarlas filtros u obstáculos.

Con respecto al «punto políticas» de comunicación de la actividad científica de la UNSE todos los investigadores entrevistados coincidieron en que no existen políticas establecidas. En la comunidad científica y áreas de prensa de las unidades académicas no se han elaborado estrategias sustentables ni estables para allanar el camino a los medios de prensa locales ni a los propios investigadores y es poco, y muy reciente, lo que se ha articulado con los medios propios.

La modalidad de comunicación predominante sigue siendo la difusión en jornadas, revistas especializadas, congresos, libros, portales de divulgación científica y en el aula.

La importancia de la comunicación de la ciencia a la sociedad en su conjunto es cada vez más reconocida en el sistema universitario.

4. LAS ENTREVISTAS A LOS COMUNICADORES

Los temas que más difusión tienen son los institucionales (actividades de los funcionarios) y académicos (cursos, jornadas). Entre los temas que menos se publican está la divulgación científica, tal como se ve en la Figura 1.

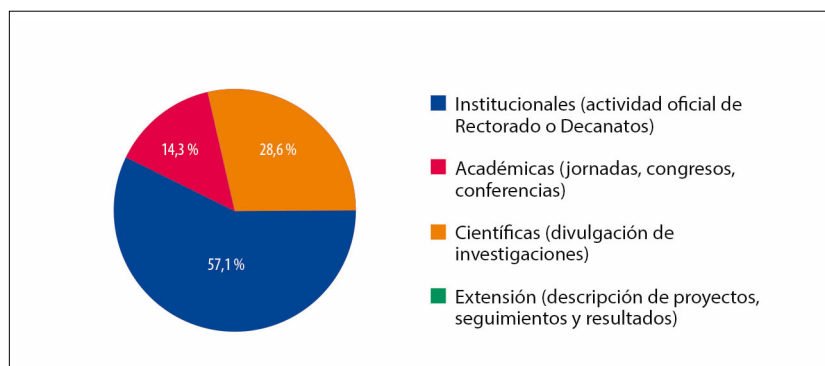


FIGURA 1. ¿De qué información publicás más cantidad de noticias en los medios que administrás?

FUENTE: elaboración propia.

5. LA ENCUESTA A RADIOS DEL TERRITORIO PROVINCIAL

El trabajo de campo necesariamente llevó a observar la presencia territorial de la información universitaria. Para ello, se comenzó a trabajar en la conformación de una Red Provincial de Radios a las cuales se vinculó a la Radio Universidad y se inició un proceso de diálogo con estas radios, que aún continúa.

Entre noviembre y diciembre de 2018, se contactaron a los responsables de casi treinta radios del territorio provincial ubicadas fuera del conglomerado Capital y Banda y a dos radios barriales de la ciudad capital, a quienes se les envió una encuesta que fue respondida por veintiuna de ellas.

En todos los casos se les informó la intención de establecer una comunicación dialógica que permitiera poner en circulación flujos informativos universitarios destinados a las audiencias de esas radios y, como contrapartida, el envío de información de las realidades de los departamentos provinciales desde las radios hacia la Radio Universidad.

Es deseable que, con el tiempo, esta información que recibirá Radio Universidad pueda socializarse con la comunidad universitaria, en particular con las comunidades académicas, de investigación y de extensión, cuya intervención en el vasto territorio provincial podría contribuir a desarrollos productivos, sociales y de intercambio cultural.

Las preguntas incluidas en la encuesta fueron:

PREGUNTA 1.

¿Qué tipo de información universitaria le sería útil a su emisora y a sus oyentes?

PREGUNTA 2.

¿Cuál de estos formatos le parece el más apropiado?

PREGUNTA 3.

¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información universitaria envasada?

PREGUNTA 4.

¿De qué manera le resultaría más apropiado recibir la información?

Se pueden apreciar los resultados en los gráficos 2, 3, 4 y 5.

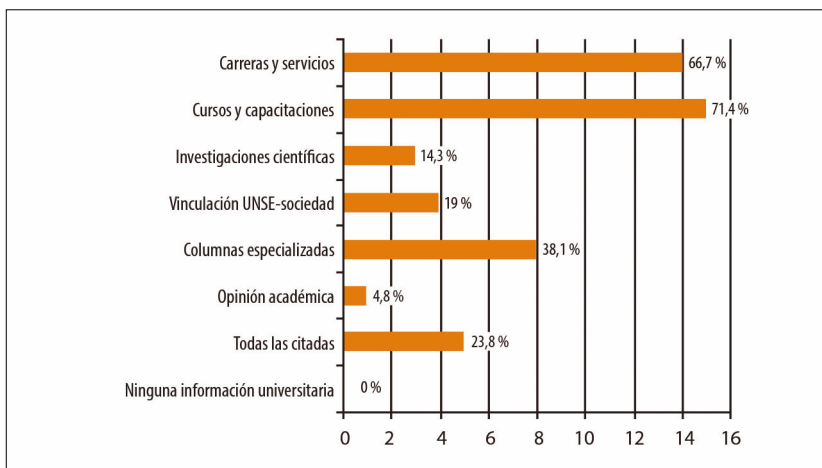


FIGURA 2. ¿Qué tipo de Información Universitaria le sería útil a su emisora y a sus oyentes?

FUENTE: elaboración propia.

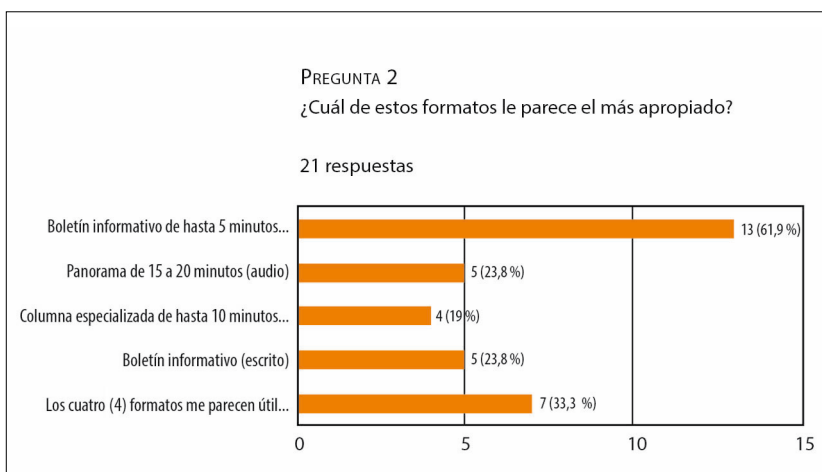


FIGURA 3. ¿Cuál de estos formatos le parece el más apropiado?

FUENTE: elaboración propia.

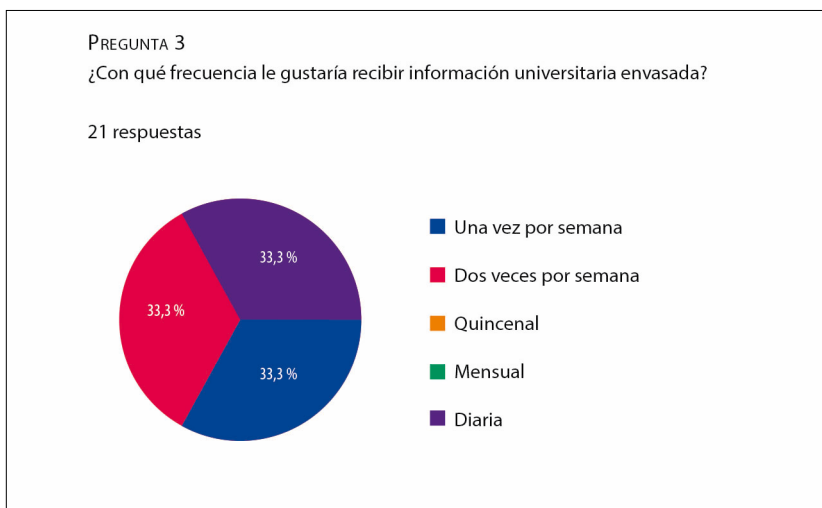


FIGURA 4. ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir información universitaria envasada?

FUENTE: elaboración propia.

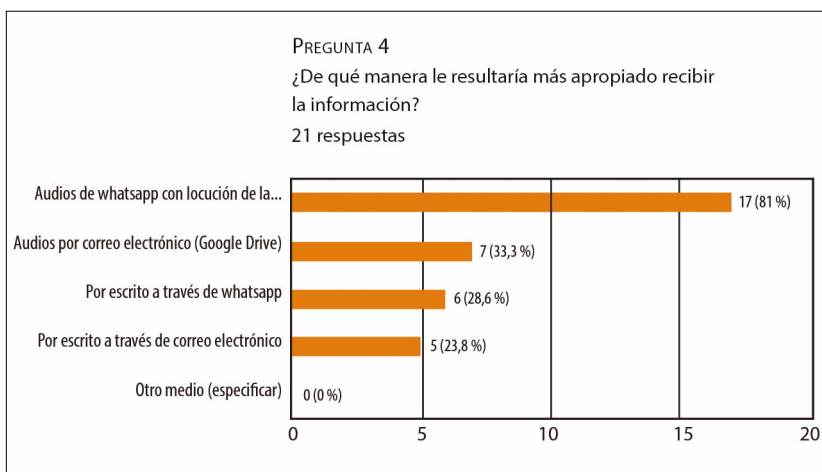


FIGURA 5. ¿De qué manera le resultaría más apropiado recibir la información?

FUENTE: elaboración propia.

La encuesta ha sido una herramienta útil para iniciar el diálogo con las radios del territorio provincial y extraer aproximaciones a conclusiones sobre la modalidad del trabajo a desarrollar con ellas, para la Agencia Universitaria de Noticias y, en particular, para la Red de Radios Provinciales, como parte de ella.

De tal manera, las conclusiones que se pueden destacar son las siguientes:

- La totalidad de las radios (100 %) respondió que les interesa recibir información de la Universidad Nacional de Santiago del Estero.
- Información sobre cursos y capacitaciones: 77 % de aprobación.
- Información sobre carreras y otros servicios: 66,7 % de aprobación.
- Información sobre investigaciones científicas: 14,3 % de aprobación
- La frecuencia de envío de información universitaria se repartió en tres porciones iguales entre diaria, semanal y quincenal.

Desde noviembre de 2018 a marzo de 2019 se han fortalecido los lazos con las radios integrantes de la red y se han acordado pautas de funcionamiento como, por ejemplo, la frecuencia semanal del envío de un boletín con información universitaria a las radios.

A fines de febrero se envió a la Red de Radios un boletín informativo íntegramente producido con los recursos de Radio Universidad a los efectos de que los responsables de las emisoras hagan sugerencias sobre la duración, los contenidos y detalles de presentación de las secciones. La devolución fue satisfactoria y los pocos cambios sugeridos se incorporaron al formato definitivo, que comenzó a ser semanalmente enviado desde el 19 de marzo de 2019. Seguidamente se lo acompañó de un boletín de noticias universitarias escrito destinado a los diarios digitales del territorio provincial fuera del conglomerado.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La difusión de la información universitaria en el vasto territorio provincial estaba limitada a la voluntad de los medios tradicionales, que publican un porcentaje insignificante de la producción académica, científica y de extensión de la UNSE y lo hacen desde su perspectiva.

Las áreas de comunicación no tienen estrategias específicas para llevar la información universitaria a destinatarios de los departamentos provinciales.

Los medios de comunicación ubicados fuera del conglomerado Santiago-Banda que han sido consultados para este trabajo manifiestan mucho interés por acceder a la información de las carreras y de los servicios universitarios como cursos y capacitaciones.

Ni en las áreas de comunicación, ni en las de investigación existen estrategias que permitan un mayor flujo de la divulgación científica hacia la sociedad y, en consecuencia, la generación de un diálogo entre esta y los investigadores.

Los investigadores universitarios consultados para el presente trabajo han coincidido en la importancia de la divulgación científica en la población santiagueña, así como en la necesidad de acceder a una mejor y mayor información sobre las realidades del interior provincial para utilizarla como posible insumo de sus investigaciones.

Se sugiere la implementación de una comunicación activa que identifique destinatarios objetivos y trabaje con ellos en redes, de manera dialógica, democrática y colaborativa, y también la conformación de un área específica para producir y difundir la información académica, investigativa, extensionista e institucional en la mayor parte posible del territorio provincial y ser receptiva de las informaciones sobre los hechos que suceden en la provincia, así como capaz de generar articulaciones entre universidad y sociedad.

AUTORÍAS

FEDERICO AICARDI. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNER). Docente adscripto de la cátedra Producción Radiofónica desde 2010. Autor de las obras teatrales *Tiempo muerto y Erotomaníaca* y la novela *Las mujeres no peinan caballos* (Casagrande, 2019). Publicó cuentos en la revista *Apología, Rosario 12* y *El Corán y el termotanque*. Se formó como escritor en talleres de narrativa con Pablo Ramos y Leonardo Oyola y en poesía con Alejandra Mendez. Adaptador y productor integral del pasaje de los libros a audiolibros de las publicaciones *Alicia en el país de las maravillas* y *Cuento de Navidad* llevados a cabo desde el Ministerio de Educación de Santa Fe.

JORGE ARABITO. Licenciado en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría, dependiente de la Universidad Nacional del Centro donde es docente de Periodismo y Producción Radiofónica e investigador perteneciente al grupo Producciones e Investigaciones Comunicacionales y Sociales de la Ciudad Intermedia (PROINCOMSCI) en aspectos referidos a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y su impacto socio-cultural, dedicándose especialmente a la enseñanza, investigación y desarrollo en el periodismo, las publicaciones *online* y las prácticas comunicacionales en las redes sociales. Es autor de diferentes artículos y ponencias sobre radio. Coordinó proyectos de voluntariado universitario y extensión, así como talleres relativos a la comunicación popular y la memoria, en diversos niveles e instancias académicas y es miembro del Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo.

MARÍA BAIGORRIA. Licenciada en Psicología, graduada en la Facultad de Humanidades Artes y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Entre Ríos (UADER). Técnica en Psicogerontología por FHAYCS - UADER. Jefa de Trabajos Prácticos del Seminario en Psicogerontología, de la Tecnicatura en Psicogerontología FHAYCS - UADER y de Prácticas en Psicogerontología I: Introducción al Campo de la Tecnicatura en Psicogerontología de la FHAYCS - UADER. Psicóloga en el Hospital Geriátrico Dr. Pascual Palma. Docente integrante del Equipo de Gestión del Departamento de la Mediana y Tercera Edad de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNER. Integrante del Proyecto de Investigación Educación, Envejecimiento y Universidad: el Caso del Departamento de la Mediana y Tercera Edad de la Facultad de Ciencias de la Educación DMYTE - FCedu - UNER y docente del Taller de Estimulación Cognitiva y Aproximación a la Estimulación Cognitiva de DMYTE - FCedu - UNER.

FLORENCIA BASSO. Licenciada en Comunicación Social. Maestranda en Género, Sociedad y Políticas Públicas. Trabajadora no docente de Radio UNTDF FM 106.9. Secretaria de Prensa de la Asociación del Personal Nodocente de la Universidad Nacional de Tierra del Fuego (APUN). Integrante de la Red Internacional de Periodistas con Visión de Género de Argentina (RIPVGAr). Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Río Grande, Tierra del Fuego. Argentina.

AIXA BOEYKENS. Doctora en Educación. Licenciada en Comunicación Social graduada en la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). Especialista en Docencia Universitaria (UNER). Especialista en Ciencias Sociales con mención en Lectura, Escritura y Educación (FLACSO). Profesora titular ordinaria en el «Taller de Especialización II: Redacción». Profesora adjunta ordinaria en el «Taller de Producción Periodística». Decana de la Facultad de Ciencias de la Educación (UNER) (2022-2026). Fue coordinadora de la Licenciatura y Profesorado en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) (2017-2019 y 2019-2021). Profesora en escuelas secundarias. Directora de proyectos de extensión vinculados con el ejercicio de la comunicación en la escuela secundaria y en la universidad. Directora de la Revista *Mal de Ojos*, que se edita en el marco del «Taller de Producción Periodística» en la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNER. Integrante de proyectos de investigación.

OSCAR E. BOSETTI. Docente en las carreras de grado de Comunicación Social de las universidades nacionales de Buenos Aires, Entre Ríos y Quilmes. Se desempeñó

como subsecretario de Medios de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires (2002-2006) y fundó UBA: FM 90.5, la radio de la Universidad de Buenos Aires y la Agencia Radiofónica de Comunicación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Investigador de la historia de la radio argentina. Entre otros títulos publicó: *Radiofonías. Palabras y sonidos de largo alcance* (1994), *Las tres frecuencias didácticas del dial radiofónico* (1997), *Las charlas radiofónicas de Discepolín: un caso de periodismo radiofónico cultural* (1999), *La radio en Argentina* (2007), *Noventa años de palabras y sonidos de largo alcance* (2009) y *Radio Nacional: las maneras de hablar de un medio público* (2010). Compilador y coautor de los libros *Radios universitarias argentinas* (2015) y *Encrucijadas del nuevo milenio. Radio, comunicación y nuevas tecnologías* (2016), *Pensar las radios. Reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores* (2018) y *La Radio (1920-2020). La obstinada vigencia de un medio invisible* (2021). Miembro del Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo.

LORENA CABROL. Licenciada en Comunicación Social con mención en Procesos Culturales. Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos. Técnica en Comunicación Social con orientación en Audio y en Redacción de la FCedu-UNER. Profesora adjunta con dedicación simple. Atención de actividades de extensión y cultura del Departamento de la Mediana y Tercera Edad, de la Facultad de Ciencias de la Educación, UNER. Jefa de Trabajos Prácticos del Taller de Diseño y Gestión de Proyectos Culturales de la Tecnicatura en Gestión Cultural de la FCedu-UNER. Integrante del Proyecto de Investigación Educación, Envejecimiento y Universidad: el Caso del Departamento de la Mediana y Tercera Edad de la Facultad de Ciencias de la Educación dMyTE- FCedu-UNER. Docente del Taller de Radioteatro para Personas Mayores del dMyTE- FCedu-UNER.

GABRIELA ISABEL CAMPERO. Técnica en Comunicación Social. Egresada de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Actualmente está a cargo de diferentes trabajos de extensión (docencia e investigación) para Radio Universidad. Realizó tareas de locución y conducción en las radios FM Estelar y FM Estación Palpalá de la provincia de Jujuy. Editora/redactora del diario digital www.unjuradio.com. Participó en la producción, conducción y coconducción del programa *Punto Mate* (2016, 2017 y 2018) de Radio Universidad Jujuy LRK 301-92.9.

LUCÍA CASAJÚS. Doctora en Comunicación por la Universidad Jaume I. Responsable de articulación institucional y académica en la Dirección de Medios de la Univer-

sidad Nacional de Avellaneda. En su trayectoria profesional se ha desempeñado en medios de comunicación universitarios en Argentina y España. Sus líneas de investigación se han centrado en la radio, la radio universitaria y su desarrollo en la *web 2.0*. Ha publicado numerosos artículos científicos en publicaciones nacionales e internacionales. Es autora del libro sobre divulgación científica en la radio universitaria *Lo dijo la radio. Entonces habrá que investigar* y ha participado en los libros *Las radios universitarias, más allá de la radio: las TIC como recursos de interacción radiofónica* y *La radio universitaria como servicio público para una ciudadanía democrática*, entre otros. Asimismo, ha sido docente de grado y posgrado en la Universidad Nacional de La Plata y en la Universidad Nacional de Avellaneda.

CARLOS COLOMBO. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Es profesor adjunto de la cátedra Producción Radiofónica en la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política, UNR. Entre 2007 y 2019 se desempeñó como secretario de Comunicación y Medios de la UNR, participando de redes como ARUNA, RENA, AUGM y la Red de Radios Universitarias Latinoamericanas y El Caribe. Fue, durante dos períodos, consejero del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (CoFeCA) en representación de los medios universitarios. Se desempeñó como periodista en LT8 Radio Rosario, diario La Capital, Telefé Rosario y en programas de cable. Entre 2014 y 2020 integró el directorio de Radio y Televisión Santa Fe, Sociedad del Estado, en representación de la Cámara de Diputados de la provincia de Santa Fe.

MARCELO COTTON. Ha indagado con la ficción y los nuevos modos de relato desde el guion y la producción de programas de radio desde 1992, tanto en AM (Radio Rivadavia, Radio Del Plata, Radio Nacional, Radio Cooperativa, AM 530) como en FM (Radio Palermo, FM Sol, FM Alfa). Eso lo llevó a crear la asociación civil Narrativa Radial (Centro de Formación, Estímulo y Creación del Relato en Radio), una organización que promueve la vuelta de las historias a la radio y que brinda capacitación, difusión y producción de contenidos con ese objetivo, además de organizar el Congreso Internacional de Radioteatro y Ficción Sonora en la sede Buenos Aires. Como docente ha investigado y promovido la importancia de los relatos radiofónicos desde su cátedra Ficción y Nuevos Relatos en Radio (ETER) desde 1997 y los distintos seminarios que dictó en diferentes instituciones (Universidad Nacional de La Plata, Universidad Nacional de Rosario, Universidad de Concepción del Uruguay, Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentores, UTPBA, Universidad Nacional del Centro,

Universidad del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes y Defensoría del Público, entre otras). También se desempeñó como guionista de TV (Canal Encuentro, PakaPaka, TV Pública, América TV, Tecnópolis TV). Recientemente fue director de Radio 12 (Colón, Entre Ríos). Desde 2015 hasta la actualidad dirige, escribe y supervisa los guiones de *El telón de aire*, ciclo de ficciones sonoras unitarias de la Fundación SAGAI.

JORGE MIGUEL CUSANELLI. Técnico y licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Misiones. Maestrando en Comunicación Estratégica de la Universidad Nacional de Rosario. Se desempeña como jefe de Trabajos Prácticos en la cátedra Práctica Profesional de la carrera de Comunicación Social (FHYCS-UNaM) y en el equipo de prensa de la Defensoría de los Niños, Niñas y Adolescentes de la provincia de Misiones. Miembro del equipo realizador de *Con tonada científica*.

ANA CECILIA ENRÍQUEZ. Estudiante avanzada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Misiones, participa como estudiante en el proyecto de extensión Con Tonada Científica y en diversos proyectos de investigación. Se desempeña como alumna adscripta de la cátedra Comunicación Radiofónica.

AGUSTÍN ESPADA. Becario doctoral del CONICET. Maestrando en Industrias Culturales por la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Licenciado en Comunicación Social por la UNQ. Forma parte del Programa de Investigación Industrias Culturales y Espacio Público dirigido por los doctores Martín Becerra, Guillermo Mastrini y Santiago Marino en la UNQ. Su trabajo de investigación indaga sobre las formas en las cuales las radios tradicionales se adaptan al escenario de Internet. A su vez, analiza las nuevas condiciones de mercado, de actores, de consumo, regulatorias y publicitarias de un ecosistema, el de la radio en Internet, en constante renovación.

LUCÍA FERNÁNDEZ CÍVICO. Magíster en Comunicación y Educación y especialista en Comunicación Radiofónica por la Universidad Nacional de La Plata. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario. Ha sido coorganizadora del Encuentro de Radialistas Feministas 2019. Es docente y locutora. A través de la plataforma Oyendo al Mundo trabaja en la realización integral de *podcasts* y diversas producciones sonoras.

VÍCTOR FLEITAS. Especialista en Metodología de la Investigación, Facultad de Ciencias Económicas, UNER. Licenciado en Comunicación Social, expedido por la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Doctorando en Ciencias Sociales, en UNER. Profesor adjunto ordinario, con dedicación parcial en el Taller de Especialización I: Audio, FCEdu. Docente designado en el seminario Problemas Contemporáneos de la Comunicación, que se dicta en esa misma institución. Director-investigador sobre las radios AM de Entre Ríos. Autor del libro *Historias de aire. Hacia una radio que sea fiesta de los sentidos*, editado por la Editorial de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

ELIZABETH ANDREA FURLANO. Técnica Superior en Comunicación Social. Desde hace 25 años se desempeña como productora y gestora de contenidos audiovisuales. Desarrolló y coordinó proyectos tanto en medios públicos como privados. Actualmente es jefa del Departamento Radio y Coordinadora de Programación de FM 106.9 en la Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur, institución en la que además es docente investigadora. Asistente Principal Interina con dedicación simple en la cátedra Economía y Gestión de las Industrias Audiovisuales. Instituto de Cultura Sociedad y Estado. Universidad Nacional de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Río Grande, Tierra del Fuego. Argentina.

GABRIEL GALLI. Psicólogo. Profesor adjunto de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República Oriental del Uruguay. Es director de Uní Radio 89.1. En el Departamento de Ciencias Humanas y Sociales, participa de los cursos de Psicología Social, Psicología Grupal y Ontologías de la Comunicación. En el Departamento de Teorías participa del seminario Fundamentos Lingüísticos de la Comunicación de la Profesora Lisa Block de Behar. Ha publicado los libros *Zag. Formas breves* (Editorial Estuario, Montevideo, 2009) y *Caosmos* (Ediciones de Antes, Montevideo, 1998). En su actividad profesional, ha trabajado en artes plásticas, cine experimental, música, literatura, ensayística, así como en la realización y el diseño mediático. En radio, realizó y gerenció el diseño de producto de Urbana FM (2001-2004). Realizó los programas *Caosmos* (X FM), *Nómades* (El espectador 810 y X FM), *Lo mismo que hacemos todas las noches* (Sarandí 690) y *Radiochicas* (Océano FM, 93.9).

SIMÓN GARCÍA MAYER. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de La Plata. Responsable de comunicación de la Secretaría Académica de la Universidad Nacional de Avellaneda. Actualmente es docente en el Instituto Uni-

versitario Madres de Plaza de Mayo (IUNMA). Trabajó como docente e investigador en la Universidad Nacional de La Plata, donde también fue realizador audiovisual en el Área de Producción Audiovisual de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, función que también desempeñó en la Dirección de Medios de la UNDAV. Realizó trabajos como director, guionista y productor en diversas películas documentales, así como en programas televisivos nacionales y locales.

MARÍA NOEMÍ ESTHER GARDELLA. Docente en las carreras de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Tucumán, de Locución en el ISER-Universidad Santo Tomás de Aquino y de la Maestría en Problemáticas Contemporáneas de la Comunicación de la Universidad Nacional de Jujuy. Investigadora del Proyecto de Investigación PIUNT H617 Las Comunidades y sus Discursos: Construcciones desde la Alteridad y la Pertenencia. Los Centros y las Periferias, director Dr. Alexis Lucena y codirectora Dra. Elisa Cohen de Chervonagura. Libros: *Prácticas y saberes de comunicación radiofónica* (2014), *Prácticas y saberes de comunicación alternativa* (2018), *Todos somos hijos de la misma historia* (2016) y *Escritos de la memoria* (2018) sobre la cobertura de juicios de lesa humanidad en la provincia de Tucumán realizada por estudiantes de comunicación.

MARIO GIORGI. Periodista y locutor nacional egresado del ISER, en 1977. Actualmente es director de Medios de la Universidad Nacional de Avellaneda. Fue director ejecutivo de Radio Nacional Argentina. Es miembro de la Asociación de Radios de Universidades Nacionales Argentinas (ARUNA), vicepresidente de Radio Internacional Universitaria (RIU) Red de Redes y es secretario de Planeación y Desarrollo Estratégico de la Asociación de Radios Públicas Universitarias de América Latina y el Caribe (ARPUALC). Es autor de *Perfiles en la UNDAV. Conversaciones en la radio de la universidad* (2015), *La radio universitaria. Hacia una consolidación autónoma de medios* (2015) y *Un canto a los 40. Conversaciones en la radio de la universidad* (2017).

NOELIA GIORGI. Profesora universitaria por de la Universidad Nacional de La Plata y maestranda en Comunicación y Creación Cultural por la Fundación Walter Benjamín. Responsable de la programación y producción general de la Dirección de Medios de la Universidad Nacional de Avellaneda, donde también es responsable de la articulación de contenidos en redes universitarias. Productora ejecutiva en programas de Radio Del Plata, Belgrano y Provincia y realizadora de los formatos de coproducción junto a las emisoras Concepto Radial del Instituto Tecnológico de Mon-

terrey (México), Info Radio de la Universidad Complutense de Madrid (España) y Onda Campus de la Universidad de Extremadura (España). Además, es docente de grado en la Universidad Nacional de Avellaneda. Es autora del libro sobre divulgación científica en la radio universitaria *Lo dijo la radio. Entonces habrá que investigar*.

RICARDO HAYE. Es licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Nacional de La Plata y doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad Autónoma de Barcelona. Se desempeña como profesor titular regular en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional del Comahue, donde ejerce la Coordinación del Área Radiofónica. Durante seis años dirigió la emisora universitaria Antena Libre FM, de General Roca. Impartió cursos de grado y de posgrado en la Argentina, Chile, Ecuador, Venezuela, México y España. Participó en congresos y jornadas en todos esos países y en Francia, Suiza, Estados Unidos, Brasil, Colombia, Perú y Uruguay. Es autor de numerosos libros y artículos publicados en la Argentina y el extranjero. En 1993 fue el creador de las Jornadas Universitarias La Radio del Fin de Siglo y actualmente integra el Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo.

LAUTARO FEDERICO HAMRA. Operador Técnico de Estudios de Radio egresado del ISER y actualmente cursando la Licenciatura en Comunicación Audiovisual de la Universidad Nacional de San Martín. Es operador responsable del estudio B de Radio UNDAV en donde se realizan emisiones en vivo, grabaciones y ediciones, así como las prácticas curriculares de las materias de radio de la Licenciatura en Periodismo de la Universidad Nacional de Avellaneda. Realiza, además, tareas de fotografía para la Dirección de Medios y asistencia de cámara y sonido para UNDAV TV. Fue operador de estudio de otras radios universitarias y es, además, fotógrafo *freelance*.

DIEGO JAVIER IBARRA. Licenciado en Periodismo (Universidad Nacional de Lomas de Zamora), magíster en Periodismo y Medios de Comunicación (Universidad Nacional de La Plata). Profesor titular del Taller de Radio I y II de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional del Centro. Miembro de la Comisión Directiva de Radio Universidad y redactor del proyecto de la FM 90.1 Radio Universidad, Olavarría. Representante de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Centro ante la Asociación de Radiodifusoras de Universidades Nacionales de Argentina. Miembro de la Comisión Directiva de ARUNA y del

Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo. Autor de diferentes textos académicos publicados como ponencias y capítulos de libros.

FLORENCIA LATUADA. Licenciada en Comunicación Social (UNR). Docente de grado de la carrera Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la misma universidad. Ha trabajado durante 10 años en RADIO UNR y formó parte de diversas producciones audiovisuales estatales e independientes. Coordinó Nodo Audiovisual de Rosario (Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos).

ARIEL RENÉ LEVATTI. Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Entre Ríos. Actualmente, profesor ordinario adjunto a cargo del Taller de Especialización II de Audio en la carrera de Comunicación Social (UNER), desde 2003 a la fecha. Integrante del Comité Ejecutivo Permanente de las Jornadas Universitarias La Radio del Nuevo Siglo. Gerente de Programación de LT10 Radio Universidad Nacional del Litoral (2006-2014), miembro fundador y secretario de Redacción de la Agencia Radiofónica de Noticias de la UNER y director Académico del Ciclo de Licenciatura en Periodismo y Comunicación de la UNL (2008-2010). Como docente de radio, dirigió y participó en proyectos de investigación, extensión, tesis y pasantías. También posee experiencia como conductor y productor de programas televisivos y es coautor de los libros: *Radio: ¿con la música a otra parte?*, *Radios universitarias argentinas* y *Radio, comunicación y nuevas tecnologías: encrucijadas del nuevo milenio*.

PATRICIA LEZCANO. Especialista en Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Licenciada en Comunicación Social y profesora en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario (UNR). Jefe de Trabajos Prácticos concursada de la cátedra Producción Radiofónica en la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política, de la UNR. Coordinadora de Dirección de Radio Universidad de la Universidad Nacional de Rosario (2000-2003).

TAMARA LIPONETZKY. Licenciada en Comunicación Social, magíster en Socio-semiótica. Doctoranda en Comunicación Social, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba. Profesora adjunta del Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica (área lenguaje). Profesora adjunta, Programa de

Estudios sobre la Memoria, Centro de Estudios Avanzados, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba. Directora del proyecto con subsidio SECyT UNC: Interfaces de la Cultura Contemporánea: Jóvenes, Medios y Cuerpos en Tensión.

JOSÉ IGNACIO LÓPEZ VIGIL. Es comunicador y capacitador radiofónico. Fue sacerdote jesuita, estudió teología bíblica. Fundador de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) para América Latina. Director de la Red Latinoamericana de Radios para una Cultura de Paz (Radipaz). Director y Fundador de la ONG Radialistas Apasionados y Apasionadas. Creador de innumerables piezas y novelas radiofónicas como «Un tal Jesús», «Otro Dios es posible», «Granja latina» y «500 años de engaño», entre otras. Es productor y capacitador de radio. Recorrió todos los países de América Latina (24 naciones) impartiendo en 50 años de experiencia, charlas, talleres y seminarios. Conferencista, investigador, motivador y, sobre todo, un educador que comparte su visión con las y los jóvenes sobre el quehacer radiofónico. Publicó varios libros como el *Manual urgente de radialistas apasionadas y apasionados*, *Pasión por la radio* y, entre otros, *Ciudadana radio*.

NOELIA MANGIN. Magíster en Maestría en Comunicación Digital Interactiva por la Universidad Nacional de Rosario. Estudiante de la Especialización en Docencia Universitaria por la Universidad Nacional de La Plata. Diseñadora en Imagen y Sonido por la UBA. Técnica Operadora en Radio UNTDF. Docente investigadora adjunta en el Instituto de Cultura Sociedad y Estado (ICSE) por la Universidad Nacional de Tierra del Fuego a cargo de las materias Proyecto II y Estructuras Narrativas.

GERARDO MARTÍNEZ LO RE. Integrante de la cátedra Producción Radiofónica de la Universidad Nacional de Rosario desde 1985 y titular de la misma desde 2012. Integrante de la cátedra Audiovisual II. Director artístico de Radio Universidad desde 1999 hasta 2007 y desde 2011 hasta 2015. Director de Radio Universidad de 2007 hasta 2011. Conductor de distintos programas como *El Mañanero* (1993/2000) FM TL105, *Odisea del domingo* (2001/2003) LT8 Radio Rosario, *El aire es gratis* (2003/2008), *Mejor mañana* (2011/2013) y *La marca de la almohada* (2015/2019) Radio Universidad de Rosario.

DANIEL MARTÍN-PENA. Doctor en Educación y Medios por la Universidad de Huelva. Personal científico e investigador de la Universidad de Extremadura. Direc-

tor de Onda Campus Radio Tv de la UEx. Presidente de Radio Internacional Universitaria (RIU) Red de Redes y de la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU). Ha impartido conferencias sobre el fenómeno de las radios universitarias en Italia, Argentina, Colombia y México, y ha publicado diversos artículos científicos sobre el tema. Ha sido editor de los libros: *Las radios universitarias en América y Europa*; *Las radios universitarias, más allá de la radio: las TIC como recursos de interacción radiofónica*; y autor del libro *La radio universitaria: gestión de la información, análisis y modelos de organización*.

ENRIQUE SANTIAGO MARTINEZ LUQUE. Docente en la Especialización en Gestión y Producción de Medios Audiovisuales, Facultad de Ciencias Sociales; docente en el Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica, Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba. Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea; especialista en Investigación de la Comunicación por la Universidad Nacional de Córdoba.

RAFAEL MEDEIROS. Estudiante de Doctorado del Programa de Posgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Santa María (UFSM). Maestro en Comunicación por la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP) y periodista por la Universidad Federal de Minas Gerais (UFMG).

PAULA MORALES. Doctora en Estudios de Género por la Universidad Nacional de Córdoba. Diplomada en Medios de Comunicación, Violencia Intrafamiliar y Equidad de Género y en Desarrollo Humano con Perspectiva de Género y Derechos Humanos. Como becaria de investigación postdoctoral (CONICET) desarrolla la línea Indagaciones Sobre la Perspectiva de Género en Radio. Un Abordaje Socio Semiótico desde el Enfoque de Transversalización. Es licenciada en Comunicación Social y profesora del Taller de Lenguaje II y Producción Radiofónica (Área Lenguaje) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación-UNC. Como docente, además ha tenido a cargo el Seminario Opcional: Comunicación, Género y Sexualidades. Abordajes para la Comunicación Social y el Periodismo desde la Epistemología Feminista en la FCC-UNC. Actualmente codirige el equipo de investigación Interfaces de la Cultura Contemporánea: Jóvenes, Medios y Cuerpos en Tensión y desarrolla desde hace diez años temas vinculados al género y la comunicación, especializándose en las modalidades que esta articulación presenta en el campo radiofónico.

ROSARIO MONTIEL. Profesora de jardín de infantes. Actriz y directora teatral. Coordinadora del Departamento de la Mediana y Tercera Edad dependiente de la Facultad de Ciencias de la Educación-UNER. Vicedirectora de la Escuela de Música, Danza y Teatro Prof. Constancio Carminio dependiente de la Facultad de Humanidades, Artes y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Entre Ríos, desde 2006 a la fecha. Profesora del Taller de Recreación Dramática y el Taller de Radio-teatro para Personas Mayores, DMyTE - FCedu - UNER y del seminario Educación, Comunicación y Vejez, Licenciatura en Comunicación Social, FCedu - UNER. Integrante del Proyecto de Investigación Educación, Envejecimiento y Universidad: el Caso del Departamento de la Mediana y Tercera Edad de la Facultad de Ciencias de la Educación, DMyTE - FCedu - UNER. Docente en las cátedras Juegos Teatrales, Creatividad y Creación Escénica en el Profesorado de Teatro - FHAYCS - UADER y Producciones Integradas entre Diferentes Lenguajes del Profesorado de Música - FHAYCS, de la Universidad Autónoma de Entre Ríos (UADER).

VERÓNICA ORIHUELA. Realizó estudios de Comunicación y Relaciones Públicas con Maestría en Humanidades por el Tecnológico de Monterrey. Trabajó en Radio Educación de 1993 a 2001. Colaboró en el Instituto Mexicano de la Radio en 1994. Estudió en la Escuela de Escritores de la Sociedad General de Escritores de México. Trabaja desde 1999 en el Tecnológico de Monterrey campus Ciudad de México donde dirige la estación de radio Concepto Radial y actualmente imparte asignaturas de Producción de Audio para Multiplataformas y Periodismo Radiofónico. Ha realizado alianzas con medios como MVS Radio, BBC, Radio Nederland y Kjzz de Arizona. Integrante fundadora y ex presidenta de la Red de Radios Universitarias de México. Actualmente es vicepresidente de Comunicación y Capacitación de la misma. Coordina el programa RIU Diversidad de la Red Internacional de Radios Universitarias (RIU). Imparte talleres sobre redes sociales y la radio, *podcast*, uso y manejo de voz, producción transmedia, entre otros.

LUISA VERÓNICA ORTIZ. Profesora en Ciencias Políticas y Jurídicas. Estudiante avanzada de comunicación social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Actualmente es editora/redactora del Diario digital *Unju-radio*. Profesora de Historia en la Escuela Experimental Montessori Yala-Jujuy. Profesora de Redacción Periodística y de Investigación Periodística en el ICSE Sede Jujuy. Se desempeñó como coordinadora de la Escuela de Formación Política en el

Centro de Estudios Sociales y Políticos. Condujo y produjo el *magazine* semanal *Con vos y voz* y fue editora de los diarios digitales *El Cotidiano* y *Tiempo Norte Jujuy*.

MARTÍN PARODI. Licenciado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario (UNR). Docente de la Cátedra Producción Radiofónica de la Licenciatura en Comunicación Social (UNR) desde 2009. Docente del Módulo de Radio de la Licenciatura en Periodismo (UNR) desde 2010. Docente Titular de la Cátedra Producción de Audio Digital de la Licenciatura en Medios Audiovisuales y Digitales, de la Universidad Nacional de Rafaela (UNRaf) desde 2017. Docente en diversos talleres de Documental Sonoro y de Podcast en la UNR, UNRaf, Sindicato de Prensa y el Foro de Documentales Sonoros Sonodoc. Coordinador Artístico de la Radio de la Universidad Nacional de Rosario desde 2017.

MARÍA CRISTINA PAULI. Periodista, licenciada en Comunicación Social, especialista en comunicación radiofónica, doctoranda en Comunicación Social. Conductora del Programa *ADN Ciencia* que se emite por Radio Universidad de La Plata. Integrante del equipo de comunicación de la Facultad de Ciencias Exactas de la Universidad Nacional de La Plata. Docente y extensionista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP. Profesora titular del Taller de Producción y Realización de Contenidos de la Tecnicatura en Comunicación Radiofónica.

FLORENCIA CECILIA MÓNICA PEREIRA. Técnica en Comunicación Social. Egresada de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Locutora y periodista de Radio Universidad Jujuy LRK 301-92.9. Se desempeñó como locutora en Radio Ciudad Jujuy 81.9, perteneciente al medio Nortelevisa, Canal 2 de Jujuy. Notera y productora del *magazine* televisivo *El colectivo*, que actualmente se emiten en Nortelevisa Canal 2 de Jujuy. Ayudante de producción televisiva del programa folclórico *La corpachada* y del programa gastronómico *Sabores y lugares* que se emitían en Canal 2 de Jujuy. Productora televisiva de transmisiones en vivo de eventos: Cena Blanca, Fiesta Nacional de los Estudiantes para Nortelevisa Canal 2 de Jujuy.

NAIR PRATA. Periodista y doctora en Lingüística Aplicada (UFMG), con Pos-Doctorado en la Universidad de Navarra (Pamplona, España). Profesora del Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Ouro Preto (UFOP). Directora Científica de Intercom.

MARCOS CÉSAR RAMÍREZ BÁRBARO. Técnico y licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Misiones, especialista en Comunicación Digital por la Universidad Nacional de La Plata. Se desempeña como jefe de Trabajos Prácticos en la cátedra Comunicación Radiofónica de la carrera de Comunicación Social (FHYCS-UNAM). Trabajó por diez años en diferentes emisoras de radio de la ciudad de Posadas. Miembro realizador del equipo de *Con tonada científica*.

JULIO LEANDRO RISSO. Doctor en Ciencias Sociales graduado en la Universidad de Buenos Aires. Profesor de Ciencia Política y licenciado en Ciencia Política (Orientación en Análisis Político) por la Universidad Nacional de Rosario. Es investigador asistente de CONICET y docente investigador adjunto del Instituto de Cultura, Sociedad y Estado (ICSE), Universidad Nacional de Tierra del Fuego (UNTDF), a cargo de las materias Fundamentos de Ciencia Política (de la Lic. en Ciencia Política y Lic. en Sociología), Teoría Política II y Análisis Político y Opinión Pública (de la Lic. en Ciencia Política).

SERGIO MARCELO SALERNO. Licenciado en Periodismo, graduado en la Universidad Nacional de Santiago del Estero. Periodista Profesional recibido en la Escuela Superior de Periodismo Mariano Moreno de Santiago del Estero. Periodista, conductor y productor en Radio Universidad Nacional de Santiago del Estero. Coordinador y creador de la Red de Medios Provinciales de Radio Universidad, que agrupa más de 60 radios del territorio provincial.

FERNANDO SALIS. Doctor en Comunicación y magíster en Filosofía. Es radialista, cineasta y profesor Asociado de la Escuela de Comunicación de la Universidad Federal de Río de Janeiro, donde actúa en programas de grado y posgrado y dirige el Núcleo de Radio y TV. Dirigió programas de televisión, radio, películas y obras artísticas exhibidas en 14 países. Dirigió el Departamento de Vídeo del Consorcio de Enseñanza a Distancia de las Universidades del Estado de Río de Janeiro (CEDERJ). Fue profesor visitante en la New York University, École MA Fructidor (Francia) y la Universidad Carlos III de Madrid, donde realizó una investigación posdoctoral sobre el tema de la enseñanza a distancia en España. Actualmente es profesor visitante en la Facultad de Información y Comunicación de UDELAR, Uruguay, donde imparte clases de realización en audiovisual, narrativas transmediales y radio en multiplataformas.

EUGENIA SANUY. Estudiante del ciclo superior de la Licenciatura en Comunicación Social, orientación radiofónica. Productora radial. Tallerista de Radio y Comunicación en la Asociación Cordobesa de Ayuda a la Persona Portadora de Esquizofrenia y su Familia. Integrante del proyecto con subsidio SECyT - UNC: Interfaces de la Cultura Contemporánea: Jóvenes, Medios y Cuerpos en Tensión.

VICTORIA SCHMUCK DONDA. Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Jefa de Trabajos Prácticos de la cátedra Producción Radiofónica en la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la UNR. En 2009 se desempeñó como productora del programa *Cátedra abierta* de Radio Universidad de la ciudad de Rosario. Entre 2015 y 2017 se desempeñó como productora y coconductora de *La penúltima palabra* en FM Milenium y FM Latina de Rosario.

DANIEL TOLEDO. Licenciado en Comunicación Social. Locutor Nacional Universitario, Universidad Nacional de San Luis (UNSL). Profesor adjunto del curso Realización Integral de Radio de UNSL. Coordinador General del Departamento Producción y Programación de Radio Universidad Nacional de San Luis. Docente-investigador. Productor y realizador radiofónico desde 1985 a la fecha. Investigador en el Programa Historia y Memoria, Rectorado (UNSL). Primer director-organizador del Museo de la Radio y la Comunicación (UNSL). Premio Martín Fierro Federal 2008 al programa *La ciencia en tu casa*. Autor de ponencias y artículos sobre producción, ciencia, estética sonora e historia de la radio. Compilador del libro *Territorios de la radio: sus historias y memorias* (UNSL).

GUSTAVO VÁZQUEZ. Periodista, licenciado en Comunicación Social. Conductor del programa *ADN Ciencia* que se emite por Radio Universidad de La Plata. Integrante del equipo de Comunicación de la Facultad de Ciencias Exactas de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Docente y extensionista de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Profesor del Laboratorio Creativo Sonoro de la Tecnicatura en Comunicación Popular.

RADIOS DE(S) GENERADAS:
MEDIOS Y MODOS DIVERSOS DE PRODUCIR Y ESCUCHAR
SE DIAGRAMÓ Y COMPUSO EN LA EDITORIAL DE LA UNER.
REPÚBLICA ARGENTINA
SEPTIEMBRE
2022

