



EL RANKING CULTURAL



Universidad Nacional de La Plata



Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Tesis de Producción Radiofónica

CINCO ESTRELLAS, EL RANKING CULTURAL

Programa de investigación: Comunicación, Lenguaje y Tecnologías

2011



DATOS DE LOS TESISISTAS

Mariano Sebastián Otero

Legajo: 9812/5

DNI: 27.201.674

Domicilio: calle 61 n° 474, entre calle 4 y calle 5

Localidad: La Plata

Provincia: Buenos Aires

Código Postal: 1900

Teléfono: (0221) 483-5092

Celular: (0221) 15-563-9514

E-mail: marianootero2001@hotmail.com

Rodríguez Cravero, Sergio Ignacio

Legajo: 12470/8

DNI: 31.450.090

Domicilio: calle 62 n° 1162 ½, departamento 2

Localidad: La Plata

Provincia: Buenos Aires

Código Postal: 1900

Teléfono: (0221) 489-0603

Celular: (0221) 15-591-1958

E-mail: nacho_rodriguez85@hotmail.com

Directora

Lic. Andrea Ximena Holgado



AGRADECIMIENTOS

Nuestro más profundo y sincero sentimiento de agradecimiento hacia aquellas personas que de una u otra manera colaboraron e hicieron posible nuestra tesis de grado. En primer lugar, a Andrea Holgado, nuestra directora, por brindarnos su atención, tiempo y dedicación en nuestro camino. A María Cecilia Font, por su colaboración en la entrevista, a Loana Barletta, Marina Motta, Eduardo Aller, Pilar Quintana Goicoechea y Juan Manuel de Vega, quienes pusieron manos a la obra para ayudarnos a realizar el programa, por su predisposición, aptitud y su tiempo. A Ernesto Lamas, por habernos transmitido, a través de sus palabras, un soporte teórico y analítico, fundamental para la comprensión y recorrido de nuestra investigación. Y no menos importante, a nuestra familia y amigos, que a lo largo de todo este tiempo, siempre nos manifestaron su apoyo y cariño.



ÍNDICE

RESUMEN.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
MARCO METOLÓGICO.....	11
UNIDAD I.....	15
UNIDAD II.....	40
UNIDAD III.....	59
UNIDAD IV.....	76
CONCLUSIÓN.....	90
BIBLIOGRAFÍA.....	93
ANEXOS.....	98

RESUMEN

La presente tesis de producción “Cinco estrellas, el ranking cultural”, enmarcada dentro del programa de investigación **Comunicación, Lenguaje y Tecnologías**. Tiene una hora de duración, es de contenido cultural, y a través de un ranking de cinco puestos desarrollamos una temática determinada. En diferentes bloques, un conductor y un columnista dialogan al respecto de personalidades o hechos de la cultura. Presentaremos un programa piloto, que estará dedicado a presentar los cinco mejores exponentes de la literatura argentina, (a lo largo de los puestos, serán Storni, Arlt, Cortázar, Sábato y Borges en el 1º puesto), y concluiremos el programa con una entrevista a una escritora especializada en Borges.

Por ello, al mismo tiempo, exponemos una investigación acerca del entrecruzamiento que se produce en radio de géneros y formatos. Para manifestarlo, realizamos un estudio acerca de la historia de la radio, en Argentina y en el mundo, desde los inicios del dispositivo hasta su actualidad. Nos apoyamos en esta observación de la historia para figurar los antecedentes de ciertos estilos particulares del medio, que surgieron en la década del '80, como “Radio Bangkok” o “La venganza será terrible”, y que mantienen vestigios hasta el día de hoy. Confluiremos en un análisis acentuado de conceptos que atañen a la hibridación en lenguaje radiofónico, mixturas entre las clases de discursos y formas de hacer radio.

PALABRAS CLAVES

- Radio – género – formato – hibridación – tecnología – cultura – comunicación – lenguaje radiofónico – discurso -

INTRODUCCIÓN



En el año 2007, quienes presentamos este trabajo, nos encontramos en el Seminario Permanente de Tesis, con la idea de comenzar a trabajar un proyecto de producción, que involucre una de nuestras preferencias profesionales, la radio, medio en el cuál ya habíamos tenido algunas prácticas. En esa instancia, nos dimos cuenta que no muchos proponían tesis de producción, sobre todo de productos radiofónicos. Ya entonces, sabíamos que la praxis en el Seminario nos había resultado positiva como para encarar este proyecto final.

A partir de entonces, y a la par que terminábamos las cursadas y los exámenes finales, mantuvimos la continuidad de seguir puliendo el Plan de Tesis, para lo que recurrimos a algunos profesores, que nos brindaron su tiempo y atención, pero con los cuales no lográbamos el mejor consenso. Luego le propusimos la dirección a Andrea Holgado, quien muy amablemente nos recibió de inmediato, para ponernos a trabajar de manera efectiva y precisa en lo que es hoy nuestro trabajo. Y de esta manera nace "Cinco estrellas, el ranking cultural". La idea principal era poder elaborar un programa de radio, y conjugarlo con

los recursos teóricos existentes, además de poder brindar una característica innovadora y distinta, en cuanto a la hibridación entre géneros y formatos que se producen.

El objetivo general que nos trazamos es el de diseñar, producir y gestionar un programa radiofónico de género informativo y cultural, utilizando distintos formatos. Al mismo tiempo, delineamos ciertos propósitos específicos, tanto como para la investigación como para la producción, y que conducen nuestra práctica dentro de un marco teórico. Para poder desarrollarlo, y encuadrados dentro de nuestros objetivos específicos, realizamos un análisis y relevamiento de la historia de la radio en el mundo y en Argentina, y una reflexión de los conceptos de lenguaje y discurso radiofónico, género y formato, junto a la noción de hibridación.

Además, para poder concretar el programa "Cinco estrellas, el ranking cultural" establecimos una metodología de producción, en la que nos propusimos dar cuenta de la temática que íbamos a tratar en el piloto, cuál era la potencial audiencia, dial y horario, además de fijar una identidad sonora. De esta manera, la elaboración de la

presente memoria de Tesis significó para nosotros una verdadera praxis, en el sentido de que nos demandó realizar un ejercicio de reflexión teórica que acompañará la acción de la práctica periodística. Experiencia y teoría se complementaron para poder materializar los conceptos abstractos.

Nuestro primer reparo fue precisamente que el material teórico sobre radio como medio, como práctica y como lugar de mediación de diversos procesos culturales y comunicacionales, no era de la más amplia. El bagaje de herramientas conceptuales era exiguo para la especificidad de lenguajes radiofónicos, géneros y formatos. Nos encontramos con autores como José Ignacio López Vigil, Ricardo Haye, Carlos Ulanovsky, María Cristina Mata, entre otros, y también con algunos escritores del periodismo español, a los que pudimos llegar mediante el acceso virtual de compra de libros. Además, contamos con las voces de las personas que han dedicado parte de su vida a la pasión de la radio, que ayudó a conformar nuestro universo de nociones. Decidimos dividir la tesis en diferentes niveles, de acuerdo a los objetivos que nos

planteamos y a medida que confeccionábamos la memoria. Lo que primero surgió, fue realizar una historización del dispositivo y de las prácticas radiofónicas, para saber dónde estábamos situados contextualmente cuando hablamos de radio. Si bien en un principio habíamos entendido que involucrar la historia del medio a nivel mundial hubiera sido demasiado, resolvimos aunque sea detallar algunos de los eventos más significativos, como los ejemplos de las guerras mundiales o casos relacionados con ciertos impactos sociales. Un hecho muy curioso surgió casi al final de este proceso, cuando luego de haber confeccionado la primera unidad, y dar cuenta de los avances técnicos que entre Graham Bell, Marconi y Fessenden habían determinado la invención de la radio, nos encontramos con el caso del inventor resistido por la historia norteamericana, Nikola Tesla, aquel ayudante croata de Thomas Edison, que entabló un juicio contra el mencionado Guglielmo Marconi, por la patente del invento de la radio. Años después de su muerte en 1943, su familia continuó con el caso y logró ganar el juicio. A Tesla se lo ha reconocido creador de muchos inventos en la posteridad, y

aún sigue siendo un caso polémico para muchos historiadores, a pesar de que han pasado varias décadas. Es por eso lo referimos en esta introducción.

Luego de reseñar los hechos más significativos de la historia de la radio, caímos en la cuenta que necesitábamos realizar un racconto de aquellos programas de radio argentinos, surgidos la mayoría en la década del '80, porque de varias maneras fueron nuestros ejemplos ineludibles para entender el proceso de hibridación de géneros y formatos que se da en el medio en la actualidad.

Estos programas son de los que nos nutrimos como profesionales, pero que además resultaban claras experiencias desde donde partimos para hablar de hibridaciones, de revoluciones en las formas de comunicar en el medio, y en algunos casos, fueron piedra fundamental para procesos completamente nuevos en el espectro de la radio. Bangkok, Submarino Amarillo, La venganza será terrible, conformaban, entre otros, modelos desde los que se desprende mucho para analizar y sentir como influencia. Una vez que dimos por sentadas las bases históricas y cercanas de nuestra relación con la radio,

volcamos en la unidad 3 toda la mochila de conceptos y marcos teóricos donde el análisis del discurso radiofónico, géneros y formatos se vuelve central para entender el fenómeno de hibridación que se da, tanto en la génesis de los discursos como productores, así como en las formas particulares elegidas para volcar nuestra producción radial.

En la última unidad de nuestra tesis desarrollamos la carpeta de producción donde ítem a ítem fuimos exponiendo todos los elementos que conforman el universo de nuestra producción, haciendo particular hincapié en el programa piloto que adjuntamos a la memoria de nuestra tesis.

Para finalizar nuestro recorrido, sentíamos que los objetivos de la investigación debían estar cumplidos para concretar nuestra producción radiofónica; y así fue como gracias a la colaboración al área de radio de la facultad que nos facilitó el estudio y a los operadores para que "Cinco estrellas, un ranking cultural" se transforme en una realidad.



MARCO

METODOLOGICO

Los dos paradigmas para la investigación metodológica son el método cualitativo y el cuantitativo. Según explican los autores Lincoln y Guba, el cuantitativo *“busca medir y controlar, se buscan hechos constatables y expresables mediante cifras, porcentajes o fórmulas matemáticas. Se buscan teorías y leyes que se cumplan y que sean reproducibles, o al menos que tengan validez estadística de los datos. Se buscan datos reproducibles y replicables, que sirvan para explicar la realidad y predecirla. Se parte de la concepción de una realidad estable que se puede dividir en elementos que se pueden estudiar por separado, y a partir de los cuales se pueden hacer generalizaciones.”*¹

La investigación cualitativa, que como indica su propia denominación, y según los autores S. J. Taylor y R. Bogdan, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en

un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible. En investigaciones cualitativas se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible.

Para abordar nuestra investigación acerca de la historia de la radio, el estudio de los géneros y formatos, y para poder analizar las temáticas en las que hacemos particular hincapié, los programas culturales y la hibridación de géneros y formatos, utilizaremos el método cualitativo.

Las técnicas metodológicas empleadas en la perspectiva metodológica cualitativa pueden agruparse de acuerdo con los momentos del proceso de investigación. En tal sentido, podemos establecer dos grandes grupos: por un lado las técnicas de registro, que son las que utilizamos para buscar, obtener, relevar información (entrevista, estudio de documentos, etc.). Por otro lado, las técnicas de análisis, que nos permiten distinguir la información relevada en el campo, problematizarla, compararla, establecer categorías e inferencias, y nos aportan a la

¹ GUBA, E.G. y LINCOLN, Y.S. Fourth Generation Evaluation. California, EUA. In N. Denzin, & Y. Lincoln. 1989

explicitación y apropiación del análisis (análisis de contenido y de datos, categorización, etc.).

Las herramientas que utilizaremos dentro de esta metodología son el análisis de datos, la categorización y la entrevista. La importancia de las herramientas seleccionadas reside en que son las que nos permitirán buscar, obtener, seleccionar, ordenar y analizar información respecto de una realidad. Es decir, mirar, buscar, explorar acerca de nuestro objeto de estudio.

A partir de recopilar ciertos elementos, como libros sobre teoría e historia de radio, documentos de Cátedra, tesis, etc., utilizaremos la técnica de análisis de datos, que *"implica ciertas etapas diferenciadas. La primera es una fase de descubrimiento en progreso: identificar temas y desarrollar conceptos y proposiciones. La segunda fase, que típicamente se produce cuando los datos ya han sido recogidos, incluye la codificación de los datos y el refinamiento de la comprensión del tema de estudio. En la fase final, el investigador trata de relativizar sus*

*descubrimientos, es decir, de comprender los datos en el contexto en el que fueron recogidos."*²

Otra técnica, posterior al análisis de datos, y para poder reordenar y jerarquizarlos, es la categorización, entendida como *"una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por género, a partir de criterios previamente definidos. Las categorías son secciones o clases que reúnen un grupo de elementos (unidades de registro en el caso del análisis de contenido) bajo un título genérico, reunión efectuada en razón de los caracteres comunes de estos elementos."*³ A partir de dicha categorización, comenzaremos a plasmar el resultado de nuestra investigación, a través de diferentes unidades, donde se señalarán específicamente los ámbitos de la historia de la invención y desarrollo del medio radiofónico, los antecedentes concretos que marcaron la forma de hacer

² TAYLOR, S. J. y BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona, España. Paidós. 1998. Cap. El trabajo con los datos. Análisis de los datos en la investigación cualitativa. P. 159

³ PORTA, Luis y SILVA, Miriam. La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa. [en línea] Investigaciones cualitativas & Nvivo. <http://www.investigacioncualitativa.es/Paginas/Articulos/investigacioncualitativa/PortaSilva.pdf>

radio en nuestro país, y la exploración de la teoría comunicacional del medio.

También utilizaremos la técnica de la entrevista cualitativa, la cual es flexible y dinámica. Washington Uranga⁴, por su parte, señala que la entrevista es una técnica con la que podremos describir e interpretar aspectos de la realidad que no se podrían realizar con la observación. Además realiza una breve diferenciación entre los distintos tipos de entrevistas de la metodología cualitativa: la entrevista libre (o abierta) que sirve para una aproximación a una organización que no se conoce suficientemente, por lo que se debe obtener la mayor cantidad de información. No tiene un cuestionario pautado, surgiendo las preguntas en el mismo proceso de la entrevista. Y la entrevista en profundidad, que se usa para conocer la realidad a partir de la experiencia de los actores. Importa cómo la expresa con sus palabras.

Haremos especial foco en la entrevista en profundidad, que además, para los autores Bogdan y

Taylor son *"reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones tal como las expresan con sus propias palabras."*⁵ De esta manera, emplearemos estos testimonios para que permitan referenciar el universo conceptual y utilizar sus experiencias como modelos y/o paradigmas para analizar nuestro proceso.

⁴ URANGA, Washington. El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación. Apunte de cátedra del Taller de planificación de procesos comunicacionales. FPyCS. UNLP

⁵ TAYLOR, S. J. y BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona, España. Paidós. 1998. Cap. La entrevista en profundidad. P. 101.

UNIDAD I



La historia de la radio tiene ya casi un siglo. Es una historia rica en sucesos, personajes y hechos, que para cualquier análisis es imposible dejar afuera datos pertinentes para su estudio como objeto. Por eso, a continuación realizamos una selección de la información que nos resulta importante a destacar, para comenzar nuestro recorrido teórico, práctico, pero también histórico, ubicados en un contexto y en una posición bien determinada.

"De este modo la radio se opone a las teorías que la sitúan como incapaz de una comunicación de mayor nivel que la simple transmisión de noticias, cuando la "incapacidad" ha radicado siempre en el desconocimiento de la naturaleza del fenómeno radiofónico."⁶

⁶ FAUS BELAU, Ángel. *La radio: introducción a un medio desconocido*. Madrid, España. Guadiana. 1973. P. 183.

LA HISTORIA DE LA RADIO

El descubrimiento de la radiodifusión y la rapidez de su expansión se señalan como una de las grandes innovaciones tecnológicas contemporáneas. Su invención y la elaboración de los distintos aparatos que hicieron posible la creación de la radio, no obedecieron a una cronología lógica, sino que fueron la culminación de las investigaciones llevadas a cabo simultáneamente y en distintas perspectivas por equipos dispersos en el mundo entero.

Lo llamativo de la aparición y expansión de la radio fue su inmediata puesta en servicio para la comunidad. Si bien primero fue utilizada para comunicar propaganda política y como un instrumento para la comunicación militar, el impacto que tuvo su aspecto sociológico a nivel global supera quizás en celeridad de desarrollo a la imprenta y a la televisión.

Con la aparición, a finales del siglo XIX, del telégrafo óptico las comunicaciones se extendieron con mucha rapidez y hacia los más diversos sectores. Muchos países querían instalar sus propias redes telegráficas y para prevenir futuros problemas se creó la Unión Telegráfica Internacional que cumplió la función de normalizador dichos flujos.

En 1876, Alexander Graham Bell y su asistente, lograron transmitir la voz humana a través de cables eléctricos. A partir del telégrafo y del teléfono, faltaba un corto paso para la transmisión inalámbrica. Por aquellos años, en Escocia, James Maxwell elaboraba una teoría sobre misteriosas ondas electromagnéticas que viajarían a la velocidad de la luz. En 1888, un joven alemán, Heinrich Hertz, demuestra esta teoría construyendo un aparato de laboratorio para generarlas y detectarlas, y así nacieron las ondas hertzianas.

El físico Guillermo Marconi comenzó a experimentar con el aporte de Hertz, logrando la primera comunicación telegráfica inalámbrica el 14 de mayo de 1897, entre las poblaciones de Laverck Point y la isla Fratholm en el canal de Bristol, que se hallan separadas por una distancia de unos 5 kilómetros. El joven italiano patentó el telégrafo inalámbrico y lo desarrolló cubriendo cada vez mayores distancias.

En la noche buena de 1906, los radiotelegrafistas de los barcos que navegaban por el Atlántico, frente a las costas de Estados Unidos, escucharon por primera vez una voz que les hablaba en sus auriculares. Fue Reginald A. Fessenden que preparó un aparato que permitía la transmisión de señales más complejas que las del sistema Morse. De esa primera comunicación le continuaron una seguidilla de avances tecnológicos que poco a poco fueron mejorando la calidad de las comunicaciones y también la cantidad.

El primer gran empujón que recibió el nuevo medio de comunicación fue durante el desarrollo de la Primera Guerra Mundial (1914 – 1918), ya que se le dio una gran

utilidad para los fines bélicos. Años después, los radioaficionados lograron hazañas tan grandes como el primer contacto radial transatlántico en 1921.

“La fundación de las primeras estaciones emisoras de radio fueron obra de productores de material radioeléctrico que querían divulgar sus experiencias y popularizar sus técnicas difundiendo conciertos o noticias”.⁷

La libertad de acción fue variada según los países. En algunos la libertad fue completa, mientras que en otros la intervención del Estado se manifestó bajo distintas formas.

ESTADOS UNIDOS

En Norteamérica el desenvolvimiento de este medio comenzó en manos de radioaficionados, copiando a los inventores, “jugando” a la radio. De todas maneras, las primeras emisiones estables hicieron su debut en los años siguientes a la Primera Guerra Mundial, casi al mismo

⁷ ALBERT, Pierre y TUDESQ, André-Jean. *Historia De La Radio Y La Televisión*. París, Francia. Fondo De Cultura Económica. 1981. P. 22.

tiempo que en Argentina. En pocos meses la radio se convirtió en una pasión en los EE.UU.

En 1923, el presidente Harding instaló un aparato de radio en la Casa Blanca. Esto significó un punto de quiebre en la importancia oficial que la política y el Estado le daba al medio de comunicación, acelerando su consumo y su prestigio.

El número de aparatos receptores pasó de 50.000 en 1921 a 600.000 en 1922, a 4 millones en 1925, a 6 millones y medio en 1927 y a 10 millones en 1929. *“Esta progresión provoca un verdadero boom de la radio; en 1930 la publicidad en la radio representaba un volumen de negocios de 60 millones de dólares”*⁸

La Segunda Guerra Mundial supuso un retraso en el desarrollo de la recién nacida televisión y, por el contrario, fue un espectacular impulso radiofónico. Fue la llamada “Época Dorada” de la radio en EUA, época de ascenso de la flamante FM.

Al igual que en todo occidente, la televisión toma fuerza a partir de los años '50, y la radio queda relegada a

determinados espacios de la cotidianeidad. Se comienza a segmentar públicos, como las mujeres y los ancianos, y sin lugar a dudas la radio inteligentemente supo acompañar cada revolución musical, como el Rock o la música Disco.

Grandes hitos se han sabido originar en las transmisiones radiofónicas, que han dejado una marca en la cultura estadounidense, como el relato de la caída del dirigible Hindenburg, o la adaptación de Orson Welles de “La guerra de los mundos”, quizás el ejemplo favorito de los historiadores para dar cuenta del impacto en la sociedad, pero también de la llamada “magia” del medio.

Actualmente la radio es uno de los negocios más prósperos en EUA, y sigue siendo ejemplo para el resto del mundo. Existen cerca de 12.000 emisoras con unos 80 formatos diferentes, que siguen apostando a la renovación tecnológica y a la innovación en cuanto a contenidos, compitiendo por no perder más terreno con los medios visuales.

⁸ ALBERT, Pierre y TUDESQ, André-Jean. Op. Cit. P. 24

EUROPA

Si bien los progresos fueron más lentos en el viejo continente, cada año a partir de 1921, se observó el nacimiento de nuevas y numerosas estaciones, emisoras y programas regulares. En 1925 la radio existía en 19 países de Europa.

En Inglaterra las primeras estaciones emisoras fueron construidas en Londres, en Manchester y en Birmingham. En 1925 había 22 estaciones de radio en todo el país que habían entrado en las costumbres políticas, y *“la campaña de 1928 se había desarrollado en la radio, donde todos los líderes habían podido expresarse. Por primera vez la prensa inglesa reconocía la influencia directa de la radio en la vida política.”*⁹



Diferentes modelos de radios a lo largo del tiempo.

La progresión de la radio entre el público comenzó en 1924, pasando de 330.000 a cerca de un millón de aparatos en el curso del año, y en 1929 se alcanzó la cifra de 3 millones.

En Alemania la intervención del Estado se ejercía a través de la Reichpost (Dirección General de Correos y Telecomunicaciones) que aseguraba la explotación técnica y controlaba la gestión económica, y del Ministerio del Interior del Reich que controlaba los programas. En 1924 había 100.000 aparatos receptores, mientras que en 1927 estos habían aumentado a más de dos millones.

En Francia en 1922 se inauguró la primera emisora privada llamada Radiola. También los comienzos de la radio francesa están ligados a las experiencias del ejército. *“La industria privada y el ejército aventajaron a la escuela de PTT (Correos y*

⁹ ALBERT, Pierre y TUDESQ, André-Jean. Op. Cit. P. 28

*Telecomunicaciones), que a partir de 1923 utiliza una emisora.*¹⁰ La coexistencia del servicio de Estado y de la empresa privada iba a durar cerca de 20 años. Esta situación multiplicó los conflictos entre las emisoras del Estado y las privadas, que eran competidoras en distintas ciudades del país.

*“Los aparatos receptores con lámparas son muy costosos. Los aficionados a la radio a menudo construyeron ellos mismos su aparato de galena con casco de escucha que permite oír el emisor más próximo; en 1928 el número de radiorreceptores se estimaba, a lo sumo, en 600.000”*¹¹.

En España se conoció muy tempranamente el desarrollo de la radio, a principios del año 1922, aunque sin embargo, a pesar del número de emisoras, la cantidad de aparatos receptores era muy reducida.

En los años 30 la radio comienza a profesionalizarse y se transforma en un medio de información y de propaganda al acrecentar sus dimensiones internacionales. La fabricación de receptores de radio menos costosos

provocó una producción en serie que hace bajar los precios de los aparatos y atrajo a nuevos compradores. *“La radio al irse desarrollando define nuevas profesiones: realizador, productor, locutor, animador, periodista.”*¹²

En sus comienzos la radio era fuente de entretenimiento familiar, en la cual al momento de "escuchar la radio", toda la familia se ponía alrededor de ella, la encendían y escuchaban por algunas horas. Con el pasar de los años, tomo tanta popularidad que se crearon los primeros radioteatros, los precursores de las actuales telenovelas, los cuales eran seguidos por familias durante semanas. Fueron apareciendo las primeras publicidades y la radio poco a poco fue adquiriendo un fin comercial. Además llega a un público meramente heterogéneo, no así en sus comienzos que lo hacía solamente a la elite que podía sustentar la compra de un equipo radiofónico.

LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

El papel que jugó la radio en la Segunda Guerra Mundial (1939 – 1945) fue también muy importante. Es allí

¹⁰ *Ibíd.* P. 30

¹¹ *Ibíd.* P. 32

¹² *Ibíd.* P. 41

donde recibió muchísimo aporte militar para lograr avances técnicos muy superiores a los alcanzados en esa época. Se utilizó como medio alternativo de comunicación ante la destrucción de las vías férreas, telegráficas y de los caminos disponibles.

Durante la Segunda Guerra la radiodifusión mostró su superioridad ante la prensa escrita que fue sometida más fácilmente a la censura. La radio ignoró las fronteras y tomó, como la guerra, dimensiones mundiales.

La radio se prestó para todas las aristas comunicacionales de la guerra, desempeñando un papel estratégico cuando cada Estado difundía información en la lengua de sus enemigos para no sólo desinformarlos sino para “echar por tierra” la moral de la población; como también muchas emisoras difundían preferentemente textos patrióticos.

“La radio fue un arma psicológica, no sólo por sus emisiones de información, sino también por la intoxicación producida a sus adversarios; éste fue el papel de las radios

negras que ocultaban su origen para intoxicar a la opinión de los países enemigos”¹³.

Una vez finalizada la Guerra, la radio comenzó a utilizarse en mayor escala y se comenzaron a crear radio estaciones, lo cual trajo consigo la fabricación de más unidades receptoras, lo cual generó una masificación del medio.

“A comienzos de 1944, había alrededor de 1.900 estaciones de radiodifusión en las Américas, 416 en Europa, 155 en Australia, 173 en Asia y 43 en África. En 1961, había aproximadamente 12.700 emisoras en el mundo; América del Norte contaba con unas 5.700, Europa con 2.800, América del Sur con 1.900, Asia con 1.200, África con 400 y Oceanía con 250”¹⁴.

El origen de las estaciones de radio en distintas partes del mundo fue muy diverso, tanto estatal como privado, y con fines culturales y comerciales. En una primera instancia, eran con fines solamente informativos y luego comenzó a variar su rango de acción hasta llegar a

¹³ Ibíd. P. 62

¹⁴ Ibíd. P. 72

cubrir los más diversos aspectos: brindar información, música, cultura, entretenimiento, etc. La radio comienza a ser el principal medio de información en el mundo entero.

Los progresos tecnológicos que llevaron a utilizar cada vez más nuevas gamas de ondas generaron la explotación comercial de la modulación de frecuencia (FM) en los Estados Unidos en los años 40. Esta frecuencia generaba la fabricación de equipos más costosos pero la calidad de las emisiones se mejoraría sensiblemente.

EL SURGIMIENTO DE LA FM

En telecomunicaciones, la frecuencia modulada (FM) es una variación angular que transmite información a través de una onda portadora, variando su frecuencia (contrastando esta con la amplitud modulada (AM), en donde la amplitud de la onda es variada mientras que su frecuencia se mantiene constante). En aplicaciones analógicas, la frecuencia instantánea de la señal modulada es proporcional al valor instantáneo de la señal moduladora. Datos digitales pueden ser enviados por el

desplazamiento de la onda de frecuencia entre un conjunto de valores discretos, una modulación conocida como FSK.

La FM es usada comúnmente en las radiofrecuencias de muy alta frecuencia por la óptima fidelidad de la radiodifusión de la música y el habla.

El paso de Modulación en Amplitud (AM), a la Modulación en Frecuencia (FM), establece un importante avance no sólo en el mejoramiento que presenta la relación señal ruido, sino también en la mayor resistencia al efecto del desvanecimiento y a la interferencia, tan comunes en AM.

Otras de las ventajas es que las estaciones, o emisoras comerciales de radio FM, tienen frecuencias entre 88 y 108 MHz. El alcance en estas bandas está limitado para que pueda haber emisoras de la misma frecuencia situadas a unos cientos de kilómetros sin que se interfieran entre ellas.

La frecuencia modulada se ha ido convirtiendo en la mejor propuesta para el oyente que busca una estación con la mejor música, mucho más considerando el sonido estéreo que uno puede lograr al sintonizar una emisora FM.

La FM comienza a desplazar a la AM, ya que la calidad en cuanto transmisión de FM era mejorada. Los radioescuchas no notaban el contraste, sin embargo fueron los productores de los receptores quienes hicieron que esa diferencia fuera notable.

La excelente calidad que tenía la recepción de Frecuencia Modulada era un cambio y un adelanto muy importante en la historia de la radio. Esta gran calidad, nitidez, claridad y avance, hizo que la radio creciera y que importantes grupos radiofónicos nacieran. La FM y la AM ya no tenían nada que ver una con la otra y esto ha permitido que la gente deje de escuchar a la AM y sintonice estaciones de FM.

La utilización de la modulación de frecuencia para su uso en radio fue descrita por primera vez en 1935 por Edwin Armstrong, en un documento titulado "Método para reducir la perturbación de la señalización por radio mediante un Sistema de Modulación de Frecuencia".

En Argentina, la primera transmisión de FM, aunque sin continuidad, se realizó en 1970 por Radio Municipal. Recién en 1975 se establecieron las dos estaciones que

primero se asomaron al Mercado: FMR de Rivadavia y FM de Radio del Plata.

Con la aparición de la televisión en la década del 50, la radio comienza a perder popularidad. Pero contaba con la ventaja de que todavía los televisores eran aparatos muy caros y poco accesibles, y no se disponía de estaciones preparadas para transmitir imágenes televisivas. Con la invención de los transistores, los equipos de radio se hicieron más pequeños y por índole más baratos; también la tecnología de la FM ayudó a la radio a recuperar una parte importante de su legendario prestigio.

La historia de la radio en cada país del mundo tiene muchas similitudes en cuanto a sus comienzos y principios de desarrollo, la pasión de sus pioneros, las vicisitudes técnicas, económicas y políticas. A partir del fin de la Segunda Guerra Mundial los medios de comunicación en Estados Unidos y Europa crecieron de manera gigantesca, avocándose en su mayoría al negocio empresarial de la comunicación. Desde esa época en adelante, el análisis de la radio se vuelve homogéneo, sobre todo la delineación de su sentido social, ya que siempre tendrá como

característica principal el factor político-comercial como eje.

Sin embargo, para la continuidad del análisis histórico de la evolución de la radio en el mundo, hay que hacer hincapié en otros dos aspectos, que no se pueden dejar fuera del foco de atención: las radios comunitarias en América Latina, y el advenimiento de la Radio Digital en los últimos años.

RADIOS COMUNITARIAS EN AMÉRICA LATINA

"La radio, en especial la latinoamericana, ha servido como intercomunicador de grandes zonas de silencio, de teléfono al aire libre, de escuela sin paredes, de sindicato sin tribuna. Nuestras radios han hecho lo más importante: devolver al pueblo silenciado durante tanto tiempo la palabra robada. Nada humaniza más que la palabra. Y nada ciudaniza mejor que la palabra pública. Y las radios comunitarias han dado la voz a mayorías silenciadas."¹⁵ Así

¹⁵ DIÉGUEZ, Carlos Rafael. *La radio, en especial la latinoamericana, ha servido como intercomunicador de grandes zonas de silencio*. [en línea] Rebelión. 14 de marzo de 2008. <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=64615>

lo determinaba José Ignacio López Vigil en una entrevista con Carlos Rafael Diéguez, para el portal 'Rebelión'.

Lo que caracteriza a las radios comunitarias y populares es la búsqueda por una comunicación para el cambio social. Se encuentran con un escenario complejo para la resistencia, y su caminar político comunicacional está en la búsqueda no sólo de lo reactivo, sino de lo creativo.

El uso de la radio para la educación popular a favor de la democracia tiene ya casi medio siglo de experiencia en Latinoamérica. Comenzó en 1947 prácticamente al mismo tiempo en Colombia y Bolivia. Joaquín Salcedo instaló en aquel año en Colombia una elemental estación radiodifusora de corto alcance para llegar a los campesinos algo alejados de su circunscripción, con mensajes religiosos. Poco tardó en agregarle al propósito evangelizador la intención alfabetizadora. Agregó otras finalidades educativas, la salud y la agricultura.

El otro experimento fue el de Bolivia. El país vivía, a fines de los años '40, de la producción de estaño, y los trabajadores de esta industria estaban organizados en

sindicatos. En uno de ellos nació la primera emisora obrera, que tuvo una azarosa y efímera existencia. Pero en 1952 se inició una revolución nacionalista que realizó profundos cambios estructurales, incluyendo la nacionalización de las tres grandes empresas mineras productoras de estaño. Fue en esas circunstancias propicias que surgieron algunas emisoras sindicales mineras. Diez años más tarde llegarían a ser algo más de 20 y todavía aumentarían después a 30.

Las radios mineras eran costeadas con cuotas voluntarias de los trabajadores del subsuelo que ganaban miserables salarios. Además de autofinanciadas eran autogestionadas. Que sus equipos fueran rústicos y de otro alcance, y que su personal no tuviera experiencia en producción radiofónica, eran cuestiones secundarias frente al objetivo que el medio bien venía a servir.

Este objetivo no era otro que el de esperarse, el de quebrar de viva voz la incomunicación que los trabajadores padecían en sus remotos distritos altiplánicos, y así permitirles defender sus intereses. Tal importancia cobraría pronto sus radios, que gobiernos totalitarios las acallarían a veces a sangre y fuego.

La característica fundamental de esas radios fue su naturaleza participativa. Los improvisados productores radiofónicos consultaban a menudo a los oyentes para ajustar la programación a sus requerimientos. Con su estrategia de "micrófono abierto", ponían a los trabajadores y a sus familias a hablar libremente de todos los temas de su interés, a hacer reclamos a las autoridades e inclusive a criticar a la conducción sindical. Visitaban escuelas, iglesias, mercados, pulperías y campos deportivos, y hasta entraban a los socavones mineros para dar a la gente la oportunidad de decir su palabra. Más aún, las radios servían como núcleo de reunión social y hasta como eje de convocatoria a asambleas populares para la toma de decisiones. Esos obreros practicaban la comunicación horizontal, participativa, dialógica y alternativa, por lo menos diez años antes que teoría alguna postulara nociones como esa.

A partir de la quiebra de la minería estañífera en 1985, que trajo aparejado el desempleo masivo de las minas y el derrumbe del poderío sindical, esas radios

comenzaron a desaparecer. En estado casi agónico sobreviven a la fecha cuatro o cinco de ellas.

La influencia de este modelo de radio minera comenzó a sentirse en algunas partes de la región ya en los años '50; pero fue en los '60 que la estrategia de las escuelas radiofónicas generó la creación de numerosas emisoras, en su mayoría patrocinadas por la Iglesia Católica en unos 15 países de América Latina. En Centroamérica, especialmente en Honduras, en El Salvador, al norte de México y Guatemala; en el Caribe: en República Dominicana; en los Andes, algo de Venezuela y en Ecuador, Perú, Bolivia. Al sur, principalmente en Argentina, Chile y Brasil; fue una etapa muy marcada por la educación popular.

Al principio, lo que había era una réplica directa de la acriticidad del modelo, pero luego fueron surgiendo ajustes y adaptaciones a particularidades locales o a otros criterios. Algunas radios flexibilizaron el marco de instrucción típico del modelo de radio minera, para hacer de la educación algo no formal, para acercarse a las organizaciones populares y hasta para reemplazar la visión de la sociedad

y su desarrollo derivada de la impronta de Acción Cultural Popular. Esto ocurrió tal vez primero en el Movimiento de Educación de Base de Brasil, en el que un maestro desconocido comenzaba a plantear inéditas ideas para democratizar la educación. Se llamaba Paulo Freire.

La educación por radio se iría acercando más al pueblo y a sus problemas, en la década en que el dormido fermento de cambio se activaba, planteando, entre otras medidas, la reforma agraria. Lo que muchos mantuvieron sin alteración por largo tiempo fue la preferencia por el público campesino sobre el ciudadano, y el énfasis sobre la recepción de los mensajes radiofónicos en pequeños grupos comunales para la discusión y la acción.

De especial importancia, fue el desarrollo de la radio popular y educativa en idiomas nativos en países con porcentajes significativos de población autóctona, especialmente los andinos.

La radio popular campesina fue más allá de la educación, y también hizo foco en la información. A los miles de habitantes sumidos en selvas, cordilleras y llanuras se les brindó gratis el equivalente al correo, al

telégrafo y al teléfono que les habían sido negados. La experiencia revolucionaria de las radios insurgentes, con los años llamadas alternativas, son experiencias que están marcadas como instrumento de organización social.

Con respecto al importante papel que juegan los medios alternativos frente a los medios masivos, Jesús Martín-Barbero afirma que es imprescindible estudiar la comunicación alternativa y señala que debe ser desarrollada *“precisamente para salirle al paso a la moda que nos llega reduciendo lo alternativo en comunicación a lo que se realiza en el ámbito de los medios masivos. No estoy afirmando que las alternativas de comunicación popular deban ser únicamente marginales a los grandes medios, que no puedan existir alternativas que involucren a los medios masivos, estoy alertando contra la ya vieja y peligrosa ilusión -mcluhiana- de que lo alternativo pueda venir del medio en sí mismo”*. Así, Martín-Barbero resumiendo las lecciones dejadas por un gran número de experiencias ‘alternativas’ llevadas a cabo en países ricos y pobres, cita a José Vidal Beneyto para afirmar: *“Lo alternativo o es popular o se degrada en juguete y/o en*

máquina de dominio. Y popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por y desde los grupos sociales de base. Tanto mayoritario como minoritario, tanto a nivel potente como latente”.¹⁶

Más cerca de los noventa, comienzan a existir otras radios más vinculadas a las búsquedas estéticas, y a volver a pensar la dimensión comunicacional y política del medio como mucho más cercana a lo específico, y no tan contenidistas. Si bien construyen mensajes alternativos y no dejan de lado la dimensión educativa, las radios comunitarias, alternativas, ciudadanas, construyen nuevas formas del lenguaje radiofónico como pilar de expresión de resistencia a la avanzada política neoliberal.

Párrafo aparte merece la historia de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Es una organización no gubernamental internacional al servicio del movimiento de la radio comunitaria, que agrupa cerca de 3.000 miembros y asociados en 110 países. Su objetivo es

¹⁶ MARTIN-BARBERO, Jesús. *Retos a la investigación de comunicación en América Latina*. [en línea] Lic. en comunicación. <http://licencomunicacion.com.ar/articulos/Varios/barbero2.htm>

apoyar y contribuir al desarrollo de la radio comunitaria y participativa de acuerdo con los principios de solidaridad y la cooperación internacional. En el Consejo Internacional de AMARC se encuentran representados todos los continentes.

En 1983 un grupo de apasionados de la radio comunitaria se reunieron, casi espontáneamente, en Montreal, Canadá; allí comenzó a ser evidente la existencia de un movimiento mundial que los unía entre sí. Desde entonces, todos los años, propician encuentros y congresos, en donde se analizan y evidencian las necesidades, los proyectos, se denuncian los abusos y faltas, así como se celebra entre los adeptos de la radio de todo el mundo, la unión de una verdadera fuerza de comunicación.

Entre el 8 y el 13 de noviembre de 2010 se realizó en la ciudad de La Plata, Argentina, AMARC 10, el décimo encuentro, el primero en Sudamérica. Como punto culmine de la cumbre, AMARC emitió un comunicado editorial, sentando las bases para proyectos políticos y sociales que deben enmarcar el desarrollo pluralista de las radios comunitarias. Entre otros puntos, establecieron como

piedra fundamental la siguiente afirmación: *“En un mundo donde el desbalance de poder y la desigualdad crecen día a día, los proyectos de las radios comunitarias están orientados por el cambio social. Las radios comunitarias comparten el horizonte de transformar las relaciones sociales de desigualdad, sean éstas económicas, de género, de orientación sexual, étnicas, culturales o de generación. Comparten el deseo de vivir en sociedades justas. Comparten la voluntad de democratizar las comunicaciones para democratizar las sociedades. Comparten la decisión de contribuir a la construcción de estos horizontes desde la libertad de expresión a través de la radiodifusión comunitaria.”*¹⁷

LA RADIO DIGITAL

El mundo de la comunicación ha sido uno de los sectores que, a lo largo del siglo XX, más se ha transformado, especialmente por la importante influencia

¹⁷ Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Declaración final de AMARC 10. [en línea] Amarc Argentina. 11 de noviembre de 2010. <http://amarcargentina.org.ar/web/2010/11/declaracion-final-de-amarc-10/>

que han ejercido las que se han venido a llamar 'Tecnologías de la Información y la Comunicación'. Sin duda, los avances en informática, telecomunicaciones e industria de lo audiovisual han contribuido, de manera definitiva, en la configuración de una 'Sociedad de la Información' cada vez más compleja y dinámica, en la que Internet se ha erigido en el rey de una galaxia inmaterial en la que la información se distribuye a velocidades impensables hace unos años.

La tecnología no sólo ha transformado la manera de distribución, sino que ha modificado la forma de "envolver" los contenidos, obligando a modificar los formatos. Y, en esto, la radio no ha sido una excepción.

La radio digital es la nueva forma de transportar la señal radiofónica, que se conoce con las siglas anglosajonas D.A.B. (Digital Audio Broadcasting o Emisiones Digitales de Sonido). Apareció en 1994 y fue inventado por La Unión Europea de Radiodifusión y la Unión Europea a través del proyecto "Eureka 147".

La transmisión digital consigue un uso más eficiente del espectro radiofónico, al reducir a una sola frecuencia la

cobertura nacional por cadena, lo que marca un punto y aparte en la historia de la radio.

Las ventajas de la "nueva radio" la convierten en una apuesta irresistible: una mayor calidad de sonido; un mejor uso de las ondas radiofónicas (lo que implica la posibilidad de añadir más servicios y programas) y la desaparición de las interferencias (las señales clásicas han sido convertidas en dígitos binarios); ya no será necesario cambiar de sintonía para seguir escuchando una emisora mientras se viaja, ya que las radios emiten una frecuencia que puede sintonizarse de un solo toque, y de la que no hay que moverse aunque se cruce el país de punta a punta; los diseños de radio son más originales ya que se puede seleccionar la estación que se desee, el radioescucha puede programar su radio y solicitar que le lleguen informaciones sobre noticias, precios de acciones, cotizaciones bursátiles, resultados deportivos o información meteorológica, etc.

Además, suele decirse que la radio digital no sólo se escucha, sino que también se ve. La razón: el servicio de datos en tiempo real. Los receptores digitales cuentan con

una pantalla de cristal líquido que muestra información textual complementaria acerca de lo que se está escuchando en el receptor.

La radio digital es la transmisión y recepción del sonido que ha sido procesado utilizando para ello la tecnología usada en los productores de CD, es decir, cuando la información sonora se traduce al lenguaje binario de unos ceros.

Las radiodifusoras, para lograr la transición a la radio digital, deben instalar equipos nuevos. Éstas usarán señales analógicas y digitales en un mismo canal de AM o FM, lo que conlleva que retransmitirá, en dos formatos, una misma programación.

La radio digital se puede emitir de 3 maneras: de manera digital; por satélite; a través de la Web; ésta última es la más novedosa ya que en ella se establecen nuevas fronteras de comunicación, se puede escuchar tanto directamente como diferido de las emisiones.

LA RADIO A TRAVÉS DE INTERNET

La primera "estación de radio" por Internet, "Internet Talk Radio", fue desarrollada por Carl Malumud en 1993. La estación de Malumud usaba una tecnología llamada MBONE (IP Multicast Backbone on the Internet). En febrero de 1995, surgió la primera estación de radio exclusiva por internet de tiempo completo, llamada Radio HK, emitiendo música de bandas independientes.

Radio HK fue creado por Norman Hajjar y el laboratorio mediático Hajjar/Kaufman New Media Lab, una agencia de publicidad en Marina del Rey, California. El método de Hajjar fue usar un reflector de conferencia web CU-SeeMe conectado a un CD de audio personal corriendo en un loop infinito. Después, Radio HK fue convertido en uno de los originales servidores de RealAudio. Hoy en día, las estaciones de radio por internet como VoyagerRadio e YRadio.fm utilizan la tecnología de servicios web de proveedores como Live365 para hacer webcast 24 horas al día. En América Latina la pionera fue Cool Radio que emitía desde México. Fue creada y dirigida por Benny Aharonov,

Marcos Bucay e Ilan Arditti. Dicha estación comenzó a transmitir en el año 2000.

En el 2003 Windows, que ya había incurrido con éxito con su serie de servidores Windows 2000 en materia de multimedia, lanza Windows 2003 server, permitiendo con suficiente ancho de banda un manejo inteligente de "unicast" y la posibilidad de que miles de oyentes puedan conectarse a una transmisión única, en forma estable y con calidad de sonido que puede alcanzar hasta 128 Kbps, lo que iguala el sonido de una Radio por Internet a una radio FM tradicional.

A partir de finales del 2004, el uso de streamcasting de audio ha ido declinando a favor del Podcasting, método alternativo basado sobre RSS que ofrece múltiples beneficios imposibles previamente. Sin embargo, es pertinente aclarar que los podcasts están limitados al uso de música "royalty free" o libre de regalías, porque de no ser así, se incurre en violación de los derechos de autor. Por esa razón, los podcasts no son más que una forma de hacer "talk shows" descargables. Muchos de los podcasts de audio también son, a su vez, disponibles como streamcasts de audio.

Debido a que la señal de radio es transmitida por el Internet mediante el World Wide Web, es posible acceder a estaciones de cualquier parte del mundo; por ejemplo, escuchar una estación Australiana desde Europa o América. Esto lo vuelve un servicio popular para emigrados al extranjero, y para la gente que cuenta con intereses demasiado diversos o demasiado específicos que quizás no sean adecuadamente provistos por una de las franquicias locales, de las monopólicas cadenas radiofónicas nacionales.

En una entrevista realizada por el diario Clarín a Guillermo Chialvo, Gerente de Tecnología de Radio Mitre, explica la importancia del lugar que tiene Internet, hoy por hoy, para la radiofonía argentina: *"Mitre es pionera con sus radios en Internet. En nuestro afán de entender el mercado de la música y la radio, la web nos permitió generar emisoras para un público segmentado. Es un dial infinito, donde cada una de las emisoras tiene su propia programación durante las 24 horas del día"*.¹⁸

¹⁸ CHIALVO, Guillermo. *Internet llegó para quedarse*. [en línea] Clarín.com. 21 de mayo de 2010. http://www.clarin.com/espectaculos/radio-Internet_0_268773308.html

Por otra parte, Esteban Jasina, Subgerente Área de Gestión y Contenidos Web de Radio Continental, explica de qué manera el feedback de los oyentes de radio por internet se ve modificado y ampliado: *"Somos un equipo que trabaja actualizando el portal como si fuera una agencia de noticias. Empezamos hace cinco años y con el tiempo el portal y sus contenidos se fueron modificando. El vínculo con el oyente cambió. Si antes se comunicaban por teléfono, ahora tienen una amplia gama de posibilidades para contactarse. Hoy a Radio Continental no sólo la podés oír, sino también leer. Participando a través de la lectura de las noticias, los videos y las fotogalerías."*¹⁹

NACE LA RADIO EN ARGENTINA

Es en vano discutir y polemizar cual fue la primera emisión en el mundo o en un país. Sin embargo, se puede aseverar que las primeras transmisiones, en tanto emisiones de entretenimiento regulares, comenzaron en 1920 en Argentina. El día 27 de agosto, desde la azotea

del Teatro Coliseo, Enrique Telémaco Susini transmitió la ópera Parsifal de Richard Wagner.

"Señoras y señores: la Sociedad de Radio Argentina le ofrece hoy la ópera Parsifal de Richard Wagner, con la participación del tenor Maestri, la soprano argentina Sara César, el barítono Aldo Rossi Morelli y los bajos Chirino y Paggi, todos bajo la dirección de Félix von Wingartner, acompañada por el coro y la orquesta del Teatro Constanzi de Roma."

Así se iniciaba la historia de la radio en Argentina, que durante la década del '20 estuvo marcada por hechos clave que dispararían su popularidad y rápidamente la convertiría en el medio masivo indiscutido por más de 30 años.

Desde el año 1920 empieza la carrera meteórica de las emisoras, que a lo largo de los primeros años se fueron multiplicando, aunque muchas no duraban mucho, y su espectro de difusión no era demasiado amplio. Al igual que en el siglo XIX la gente se agrupaba alrededor de un orador que leyera el diario, en las casas de electrodomésticos, se agolpaban los oyentes a dejarse impresionar por el nuevo

¹⁹ JASINA, Esteban. *Internet llegó para quedarse*. [en línea] Clarín.com. 21 de mayo de 2010 http://www.clarin.com/espectaculos/radio-internet_0_268773308.html

invento. En el año 1922 se emitió en vivo la asunción del presidente Marcelo T. de Alvear, la primera vez para un evento de este tipo, marcando de alguna manera la importancia que el medio iba a tener para el uso político.

En 1923 se produce quizás el más significativo evento radiofónico de muchas décadas, recordada por todos los historiadores: la pelea de boxeo entre Jack Dempsey y Luis Ángel Firpo, publicitada entonces como "la pelea del siglo". Y un año después, se transmitió por primera vez en el mundo un partido de fútbol, la final de los Juegos Olímpicos entre Argentina y Uruguay.

Por otro lado, comienza a transmitir Radio Cultura, la primera emisora comercial, que financiaba sus espacios con material publicitario, marcando el rumbo del tipo de administración que tendrían las radios en el país.

EL RADIOTEATRO EN ARGENTINA

La década del '30 se mantuvo con el éxito de las radios Splendid, Belgrano y la nueva Radio El Mundo, marcando la acentuada pero sana competencia que se libró por captar segmentos y públicos. Se produce la venta

masiva de aparatos, que a un valor accesible, ocupa un 80% de los hogares hacia fines de los '30. Sin duda lo que determinó la revolución en la radio a principios de esa década, y se instaló como mainstream de la cultura por más de veinte años, junto al cine, fue el radioteatro.

"Desde la invención de la imprenta hasta comienzos del siglo XX, y con el aumento de la alfabetización, el papel y la tinta fueron el soporte privilegiado por los creadores tanto cultos como populares. La oralidad perdió parte de su relevancia, quedando restringida a los sectores rurales y a las capas bajas de la sociedad. Sin embargo, esta situación sufrió un vuelco con la invención de la radio. Con ella, la palabra conquistó nuevos espacios, validándose como soporte de la transmisión literaria. El radioteatro abre un espacio de comunicación entre el autor y su público, recreando una visión del mundo, las costumbres y las creencias populares donde el oyente se siente protagonista de ese universo, utilizado por la mayoría de las personas como medio de entretenimiento cultural.

Por último podemos decir que el radioteatro es un drama que se transmite en la radio que al carecer de

componentes visuales, despiertan el imaginario social, dependiendo solamente del diálogo, la música y los efectos de sonido que ayudan al oyente a imaginar la historia."²⁰

La aparición del radioteatro en 1932 fue una verdadera psicosis, como un reguero de pólvora, que relegó a un segundo plano a todo otro género radiofónico. El radioteatro se transmitía diariamente, a la misma hora y con una misma trama que luego duraría por lo general un mes, en las primeras emisiones. Se respetaban las normas del verdadero teatro, se generaba un clima de suspenso necesario para que el oyente quedara atrapado con la continuidad de la historia y siguiera episodio tras episodio. La intriga, la curiosidad y la fantasía, las hipótesis sobre lo que ocurriría despertaban expectativas en el oyente, quedaba enganchado con la trama, en particular para la mujer que pasa a ser destinataria principal del radioteatro.

La actividad teatral dentro del campo de la radiodifusión puede dividirse en tres etapas. La primera, cuando fue el micrófono al mismo escenario de los teatros,

donde se hacían las representaciones. Luego las estaciones de radio, conformaron sus propios elencos que presentaban obras teatrales del repertorio nacional e internacional, sin ningún tipo de adaptación o con algunos arreglos que le permitían al oyente, percibir el mensaje con mayor claridad de la que hubieran obtenido mediante el libro original. Y por último, aparecieron las obras específicamente adaptadas para la radio.

El radioteatro sentimental, hereda del folletín las características de la novela, el principal atractivo descansa en los personajes, en tanto la acción se reduce a una serie de episodios. El radioteatro episódico, a pesar de convertirse en el estilo preponderante dentro de la radiofonía de los años '30, no desplazó de raíz a las obras unitarias que se complementaban en una jornada. Éstas, en una proporción menor siguieron su trayectoria, aunque con las mismas formas escenográficas que el radioteatro, es decir, con un relator, efectos de sala y cortinas ambientadoras.

²⁰ Sonidos de la Memoria. *Radioteatro en Chile*. Sonidos de lo memoria. [en línea] 18 de noviembre de 2008.
<http://sonidosdelamemoria.blogspot.com/2008/11/radioteatro-en-chile.html>

LA CONTEMPORANEIDAD DE LA RADIO EN ARGENTINA

Al igual que el boom de los periódicos a final del siglo XIX, o el cine en la década del '40, o la televisión desde su nacimiento, el público que encontró entretenimiento a su medida fue la clase media argentina, que al igual que con el radioteatro, aprendió así a "ver" sus propios conflictos cotidianos y le entregó su fidelidad. El público fue masivo, aunque sobretodo se luchaba por conservar la audiencia familiar y la femenina, que luego comenzaría a serle disputada por la televisión.

La radio gozó con el apoyo total de Juan D. Perón, cuya campaña electoral de 1946 que lo llevó al triunfo, fue la primera que tuvo a la radio como escenario central. Además, la primera dama, Evita, había sido una de las máximas figuras de los radioteatros a principios de la década.

Los '50 marcaron el nacimiento de la televisión, que se expandiría en la década siguiente, desplazando a la radio de muchos de los ámbitos de la comunicación masiva que había ocupado. En 1953 se sancionó la primera Ley de

Radiodifusión, N° 14.241, modificada en 1957. A mediados de la década se difundió el uso de la radio portátil, muchas veces referenciada por el nombre de la marca "Spica".

Uno de los programas más exitosos de la época, y de la historia del espectáculo en Argentina, fue el radioteatro Los Pérez García, sobre una familia típica argentina. Entre los guionistas aparecen Alberto Migré y Celia Alcántara. Y sin duda, desde aquella primera transmisión de un partido de fútbol, la radio ha sido sinónimo de cancha, de relatores, de comentarios, de seguimiento de los equipos, de noticias al instante en materia deportiva, y la radio ha arrojado estrellas como Fioravanti, Delbox y Borocotó, pilares del periodismo deportivo. Quizás el fútbol es la materia más continua y persistente en la radiofonía argentina, que ni siquiera la televisación ha clausurado este fenómeno.

Al comenzar la década del '60, ya se han registrado cambios sustanciales. En primer término, los elencos estables de las emisoras son absorbidos por la televisión, y ante su difusión masiva, la radio se redefinió en sus funciones, horarios y públicos, orientándose más a la

información y menos a los espectáculos dramáticos. La radio se establece sólidamente en el horario de la mañana. Aparecen programas y shows radiales, como el Fontana Show, dirigido por Cacho Fontana, y sobre todo Rapidísimo, en 1967, conducido por Héctor Larrea, que marcaría el estándar del programa matutino para las dos siguientes décadas.

En los años '70, aparecieron las emisoras de frecuencia modulada (FM), produciéndose una reasignación de funciones entre radios AM y FM; aquellas dedicadas principalmente a la información y la locución, y éstas a la música y un estilo de tonos bajos y sensuales.

En 1972 se creó el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER). A través de este organismo, la dictadura militar establecida en 1976 (1976-1983) determinó una época marcada por el control de contenidos y una estricta censura.

Con la vuelta de la democracia, se inició en la historia de la radio argentina un proceso de renovación y transformaciones en todos los aspectos, surgieron nuevos formatos, nacieron nuevas estrellas y la radio no sólo

recuperó terreno en el consumo de medios, sino que ganó una nueva 'mística', sobre todo en los jóvenes.

En el año 1985 se funda la "Rock and Pop", de Daniel Grinbank. Al comienzo, se convirtió en el centro de difusión por excelencia del rock en la Argentina, así como un espacio cultural. Pero a medida que la radio ganaba confianza, se sumaron al proceso personajes que dieron un giro completamente distinto al estilo radiofónico hasta el momento, por permitir una cuestión más informal y atractiva en las FM, que hasta esos años, sólo se había caracterizado por pasar permanentemente música, despojada de cualquier producción de contenido.

El programa "Radio Bangkok", conducido por Lalo Mir, y con la colaboración de Bobby Flores y Elizabeth Vernaci, cambió radicalmente el formato radial seguido hasta ese momento, incorporando el humor delirante, la crítica musical dura y el diálogo no estructurado con los oyentes. El programa decía ser transmitido desde Bangkok en un guiño al papel que siempre jugó en la Argentina Radio Colonia, una radio uruguaya que transmitía desde Buenos Aires, y que contaba cosas del

país, que en la Argentina -continuamente sometida a golpes militares- no se podían decir.

“El programa era una marca dentro de los nuevos modos de hacer radio en los años '80, en cuanto a que se reflejaban nuevos géneros y estilos. Utilizaba los códigos del lenguaje, que no se tenían en cuenta hasta entonces, vinculados a los jóvenes, a sus gustos y preferencias, a la participación activa de los oyentes. Se incluía humor, pero no cualquier humor ingenuo o inocente, ni siquiera complaciente, era un humor con ironía, sarcasmo, se adquirían los modos del habla común, cotidiano, como en la casa, el uso de palabras de la jerga del Rock de modo fluido. También había una renovación de formatos, como el radioteatro concretamente, que parecía haber vencido y con fecha, ya hace mucho tiempo atrás. “Bangkok” desarrollaba series, capítulos periódicos, de radioteatros cómicos.”²¹

²¹ VIGLIANO, Pablo y MANZI, Federico. *La irrupción de los nuevos modos de hacer Radio FM para jóvenes en la Argentina, desde mediados de los años ochenta. Caso -Radio Bangkok-, emitido por FM Rock & Pop.* Tesis de grado en la licenciatura de Comunicación Social. La Plata, Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. 2006. P. 5.

En un orden distinto, los finales de la década del '80 ofrecieron para la radio un nuevo panorama: la necesidad de comunicar de manera contracultural y alternativa. Uno de los casos más notables es el de FM La Tribu, que surgió como una iniciativa de un grupo de estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA. La idea de desarrollar medios de comunicación independientes, donde mostrar una perspectiva diferente a la que presentan los grandes multimedios y medios masivos de comunicación como aparatos informativos, fue lo que movilizó este proyecto, que debe sus influencias a las radios comunitarias del país, así como a experiencias de otros países latinoamericanos como Radio Sandino de Nicaragua o Radio Farabundo Martí en El Salvador.

En noviembre de 2009 realizaron el 2do. Festival de Cultura Libre y Copyleft, denominado Fábrica de Fallas, donde se dieron cita numerosos activistas de la cultura libre y otros movimientos sociales como el Mocase Vía Campesina o los movimientos mapuches.

Además ha editado discos tales como "A Bush no le va a gustar" y "Todos queremos volver a casa" junto a los

trabajadores del Subterráneo de Buenos Aires, así como libros como "Muerde" y otros numerosos bienes culturales diversos.

LEY DE SERVICIOS AUDIOVISUALES

En octubre de 2009 se aprueba la Ley 26.522, conocida como la "Ley de medios", que reemplaza a la vieja Ley de Radiodifusión de la dictadura. Dicha Ley, implementa la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la Argentina, y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia, la democratización y la universalización de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Entre otros puntos a destacar, resaltamos lo dispuesto por el artículo 89, que afecta al espectro radioeléctrico, en el que se define que se respetará la pluralidad de los tres tipos de licenciatarios de la siguiente manera: un 33% del espectro corresponderá a las personas de existencia ideal sin fines de lucro; por otra parte, el Estado se reservará la cantidad de licencias necesarias para asegurar el cumplimiento de

los objetivos, y para cada Estado provincial y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se reserva una frecuencia AM y una frecuencia FM; para cada municipio se reserva una frecuencia de FM; para las Universidades Nacionales, en su territorio tienen una frecuencia de radio; los pueblos originarios tienen, en su territorio, licencias para una frecuencia de AM y una frecuencia de FM.

Cada época tiene diferentes características y la radio cumple en cada una de ellas un rol distinto, modificando el mismo a través del tiempo. Desde su invención en el siglo XX, en donde era indispensable una radio en cada casa para poder estar informado, a la actualidad, en donde ocupa un espacio por derecho propio, donde ya no se plantea competir con la televisión, porque supo conquistar un sitio imprescindible en la vida cotidiana: ritmo informativo, walkman o escucha en el auto, acompañamiento, diversión y actualidad. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han abierto también otros canales a través de Internet y hacen posible que un programa emitido en una localidad de nuestro país



pueda ser escuchado con calidad y alta fidelidad en otros lugares del mundo.

El papel de la radio cambió de comunicador indispensable a un medio más de comunicación, lo que no cambió es el rol que siempre tuvo y tendrá: el de acompañar a los oyentes en los distintos momentos de sus vidas.

UNIDAD II

La generalización binaria de información en AM y música en FM iba a comenzar a revertirse definitivamente a principios de los '80. Los nuevos agentes de cambio no radican solamente en ejemplos de programación, sino en la nueva génesis, en los nuevos paradigmas que se asentaban para cambiar la mentalidad del quehacer radiofónico. El cambio surgirá desde las FM, pero pronto abarcará a la radio en general, tomando como arquetipos, entre otros, a los programas como "El show del minuto", "Radio Bangkok", y "Demasiado tarde para lágrimas".

"No éramos idealistas. Les habíamos entregado la radio a los oyentes, y ellos la manejaban como se les antojaba. Habíamos hecho una comunicación auténtica, representábamos una generación, y musicalmente pudimos introducir cosas que hasta ese momento no sonaban. Era el rock and roll en su filosofía de los '80. La radio era así."²²

LOS PROGRAMAS CULTURALES DESDE RADIO BANGKOK

HASTA NUESTROS DÍAS

Las palabras en FM empezaron como una necesidad del mercado, debido a que la música sola no estaba teniendo éxito dentro del nuevo espectro que se abría. Lo complicado fue llevar a un medio que se encontraba marginado entre oyentes de pelo largo, taxistas y colectiveros a una radio que tuviera un gran éxito. Aunque el objetivo principal era simplemente cambiar la manera de hacer radio, logrando esto con la base de la música que marcaba la identidad, de los slogan con soberbia que invadían la ciudad como una lluvia de afiches, y sobre todo a partir del nacimiento de personajes como Mario Pergolini y Lalo Mir, que crecieron con la AM, donde la palabra era lo principal y que dentro de este marco de las FM, se animaron a dar los primeros pasos dentro del cambio.

Debido al éxito de la fórmula, las FM fueron colmándose de palabras, poniendo muchos más programas

y menos espacios de música rotativa, y convocando a grandes figuras, a medida que los programas fueron evolucionando. Apareció un nuevo género en la FM, el periodístico, que solamente se hacía en AM, debido a la seriedad que ésta le agregaba al contenido. Con todo ello apareció un ida y vuelta con los oyentes que iba más allá de pedir un tema que quisieran escuchar.

En un principio, en las rotaciones o el ranking, los locutores ya no solo anunciaban la canción y su intérprete, sino que también algunos datos, ya sea sobre el tema, sobre el artista, y alguno de sus allegados o la discografía.

Hoy en día, el ranking sigue siendo un elemento fundamental del estilo que representa a la radio, pero se sumaron programas, donde los conductores desarrollan información, tópicos y humor.

EL SHOW DEL MINUTO

En 1967 sale al aire "El show del minuto", un programa de seis horas de duración por la tarde, de lunes a viernes, en el que se le dio lugar a una figura que venía



del Show del minuto.

pisando fuerte en la radio argentina por aquel momento, llamado Hugo Guerrero Marthineitz. Se trató de un programa que experimentó por primera vez elementos y características, que revolucionarían la manera de hacer radio, y sentarían precedentes para las generaciones

subsiguientes. Fue uno de los primeros en poner al aire los llamados del público, o dedicar el tiempo necesario a un tema sin interrupciones publicitarias. Allí pudo también derribar varios de los mitos tomados como verdades por el

medio. Demostró que se podía mantener un largo silencio en el aire, si estaba cargado de sentido, o de expectativa; que se podía leer todo un cuento o un ensayo de un 'tirón', si se lo sabía leer; que se podía difundir un tema que superara los consabidos tres minutos si lo valía. Muchos recuerdan ahora haber conocido a Ray Bradbury, o a Robert Bloch, o a Alvin Toffler, o a Mark Twain, de la voz del peruano; algunos destacan que sólo en el programa del "negro" Guerrero se podía escuchar completo "Corazón de madre atómica" de Pink Floyd, o el "Romance de la muerte de Juan Lavalle", de Ernesto Sábato y Eduardo Falú. Otros más evocan sus memorables charlas con Jorge Luis Borges, o con el "polaco" Roberto Goyeneche o con José Larralde. También se resalta su talento para el reportaje intimista, abría con una conversación ya iniciada y terminaba mientras la charla seguía.

Personajes de radio como Lalo Mir, lo señalan como una de sus influencias, y lo recuerda así: *"Una vez, durante un gobierno militar, le llegó una reglamentación para que no se pasaran canciones pegadas del mismo sello, algo que venía de la industria discográfica: hizo cinco horas seguidas*

*pasando "Argentino hasta la muerte", de Roberto Rimoldi Fraga."*²³ También Víctor Hugo Morales resalta la labor de Guerrero Marthineitz: *"Quizás haya sido el más revolucionario y personal de todos ellos, en cuanto a un manejo de la radio como un hecho integral en el cual lo grabado convivía con lo que se hacía en vivo: la tarea de operación tenía que ver con otro talento que él desarrollaba al tiempo que hablaba. Creó un mundo fascinante a través de eso. Tenía una voz maravillosa y una impostación muy especial. Y tenía un gran respeto por la palabra, por su relación con los silencios, con la buena vocalización. Por los tonos que a través de una risotada o de una risita leve, matizando su discurso, podían significar una parte muy importante de lo que estaba diciendo. Manejaba eso como nadie. Era un verdadero maestro."*²⁴

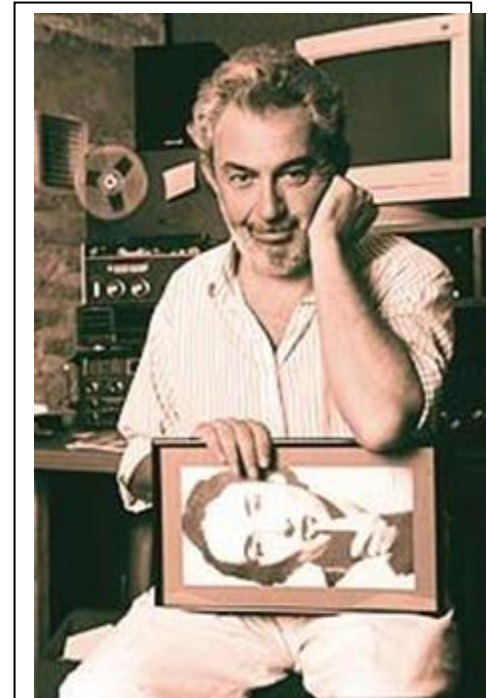
RADIO BANGKOK

Cuando Daniel Grinbank decide darles lugar a los "malditos" (personajes de la talla de Lalo Mir, Bobby Flores,

²³ ULANOVSKY, Carlos. *Días de Radio II*. Buenos Aires, Argentina. Emecé. 2004.

²⁴ *Ibíd.*

Ari Paluch, etc.) en su nuevo emprendimiento, estaba apostando no sólo a una renovación de estilos radiofónicos, sino que fue una lectura de la ola cultural que se venía en la sociedad en la década del '80. La FM entonces se fue convirtiendo en espacio para el rock, la crítica, el humor con ironía, el diálogo no estructurado con los oyentes, y también



Lalo Mir, en el estudio de la Rock and Pop.

un espacio para la política desde el punto de vista del día a día de un estudiante universitario, o un taxista porteño, menos idealista y más crudo. Así la Rock and Pop fue símbolo de rebeldía, y de contracultura, formando parte de un movimiento que incluía varios experimentos radiofónicos y cambios sociales. Uno de sus estandartes,

fue Radio Bangkok. El programa fue puesto en el aire en abril de 1987, y se mantuvo hasta septiembre de 1989.

Era conducido por Lalo Mir, Elizabeth Vernaci, con la colaboración del musicalizador Bobby Flores y Douglas Vinci. "Radio Bangkok" se convirtió en un ícono, un "mito social". El programa utilizaba códigos del lenguaje, que no se tenían en cuenta hasta entonces, vinculados a los jóvenes, a sus gustos y preferencias y a la participación activa de los oyentes.

Bobby Flores expresa: "*Radio Bangkok lo hacíamos cuatro pibes que éramos de la calle. No estábamos bien organizados para sostener algo serio pero con Lalo, Quique y Douglas teníamos años de radio y dentro de ese caos sabíamos perfectamente lo que hacíamos*".²⁵

La acidez de Lalo Mir se activaba frente al micrófono cada vez que su voz se detenía en observaciones irónicas y absurdas, y de lo que pasaba en los noticieros. La provocación fue lo que hizo de Bangkok el primer quiebre en el estilo de conducción por frecuencia modulada e

²⁵ MANZI, Federico y VIGLIANO, Pablo. *Aquí Radio Bangkok: El Documental*. [en línea]. Radio Bangkok. El documental. 02 de noviembre de 2007. <http://radiobangkokdocumental.blogspot.com/>

inspiró a una nueva generación de conductores. "*Bangkok fue como Jimie Hendrix. Fue bueno, fue bueno Hendrix, pero grabó tres discos nomás, y se murió, pero el mito creció de tal manera, desmesuradamente, que hoy hay como 80 discos dando vuelta... con Bangkok pasó más o menos lo mismo*", señala Bobby Flores.²⁶

Hasta ese momento, La FM se desarrollaba en un frente comercial, delineada al estilo norteamericano, segmentando público a través de la mera reproducción de determinada música. Sin embargo, el mercado de los jóvenes concretamente ya estaba latente y era fuerte, y estaban en la mira del marketing. Sus consumos culturales, comerciales y sus modas, cobraban vigencia, y de a poco se convertían en el "mainstream" de la época. Tal vez la representación más particular de esta FM fue el ranking, la fiel alusión a los gustos y corrientes musicales del público, aunque sólo a partir de la música preseleccionada por la emisora. En el diario Página 12 del jueves 28 de septiembre de 1989 Lalo Mir decía "*Nosotros*

²⁶ *Ibíd.*

logramos popularizar la FM frente a quienes sostenían que la FM es sólo música”.

Bangkok le dejó a la radiofonía una herencia en cuanto a otras alternativas de hacer radio. *“El formato Bangkok sigue vigente, obviamente”,* confirma Lalo Mir. *“En cualquier radio vas a encontrar a tres chabones que hablan, como nosotros, eso es un sello de Bangkok, si bien ya en la AM escuchas a cuatro tipos en una mesa que hablaban, pero hablaban de una manera, ahora vos notás que hablan con un formato, con un formato radial, no se interrumpen, tienen toda una formación profesional. Nosotros no teníamos una formación profesional”.*²⁷

Mario Pergolini recuerda de una manera particular aquellos años: *“Nosotros moríamos por estar en esta radio, nosotros éramos la radio. Y yo dormía en el estudio y cuando me despertaba Lalo ya llevaba dos horas de Radio Bangkok. Me acuerdo de razias policiales en vivo, buscaban droga, alcohol, prostitución, porque en un punto, la radio comunicaba eso. Y de golpe, a alguien no le gustaba lo que su hijo estaba escuchando y nos mandaba la policía. Y más*

*de una vez la única forma que teníamos de defendernos era abrir el micrófono y decir bueno, en este momento está llegando la policía”.*²⁸

“EL SUBMARINO AMARILLO”

En el imaginario colectivo se sigue nombrando a Tom Lupo y al programa Submarino Amarillo como estandartes de la radio cultural, joven y de rock, aunque ya la mayoría de los adolescentes nunca hayan escuchado una emisión. Pero a través del tiempo se sigue reconociendo a aquel trabajo periodístico como único en la historia de los medios, debido a que el show presentaba por primera vez artistas de rock nacional durante la dictadura militar.

Mientras editaba las revistas ‘Alfonsina’, ‘Banana’ y ‘Twist y gritos’, colaboraba en innumerables diarios y medios gráficos, y trabajaba como actor, recaló en la radio para conducir un segmento que presentaba músicos en vivo, bloques especializados y entrevistas a músicos que

²⁷ MANZI, Federico y VIGLIANO, Pablo. Op Cit.

²⁸ GENTILE, Laura. *Hace 20 años, la radio se sacaba el saco.* [en línea] Clarín.com 28 de septiembre de 2005. <http://edant.clarin.com/diario/2005/09/28/espectaculos/c-00611.htm>

luego serían íconos de la cultura argentina. Tom Lupo fue el primer movilero del rock, transmitía recitales de bandas que recién comenzaban a surgir, como Los Ratones Paranoicos, Fricción, los Redonditos de Ricota, Los Abuelos de la Nada, y Los Fabulosos Cadillacs, además de artistas como Charly García, Luca Prodan, entre otros. Según el propio Lupo, en cinco años habrían pasado 500 bandas nuevas por el programa.

Tenía un bloque llamado "Música de los músicos", en el que invitaba a artistas a elegir y pasar sus canciones y bandas favoritas, así como otro segmento llamado "Tirándose a la piletta", en donde sin filtro ni edición, se pasaban al aire nuevas canciones y experimentos musicales.



Tom Lupo (Carlos Galanternik) en la conducción de El submarino amarillo.

El impacto de la emisión sigue teniendo eco hasta el día de hoy puesto que fue el primer programa en corresponder el auge de una nueva etapa en la historia de la cultura del país: la cultura rock. Los años de opresión militar y la censura todavía no llegaban a su fin, pero no podían evitar la proliferación de bandas de rock que cantaban y representaban la realidad social, y comenzaban a ser bandera y voz de los silenciados. Y si bien Tom Lupo no fue quien descubrió el rock argentino, sin lugar a dudas supo acompañar y dar lugar heroicamente cuando otros no se animaban.

Con la vuelta de la democracia, la cultura rock explotó y se convirtió en un alud social y comercial gigantesco. Desde entonces, Tom Lupo ha seguido trabajando en numerosos programas radiales, así como en televisión y la gráfica. Siempre claro,

bajo la rúbrica cultural, relacionado con la música y la literatura, donde ha dado lugar a famosos recitales de poesía, difundiendo autores como Raúl González Tuñón, Fernando Pessoa, y Alejandra Pizarnik, entre otros.

En una entrevista realizada por Gustavo Masutti Llach, en la revista Mavirock en julio de 2006, Tom Lupo señala: *"Sin cultura un hombre queda exiliado (...) Siempre jugaron en contra ciertos culturosos que creen que la cultura debe ser soporífera. No es así, es algo vivo, puede ser divertido. Si voy a hablar de Macedonio Fernández no lo voy a hacer aburrido. Lo que mejor me pagó fue que un pibe me dijo que gracias a mi conoció a Macedonio. Uno debe ser un puente, esa es la misión. En una época se hacían radionovelas, programas de humor y orquestas en vivo. Había un guión de hierro, después se pasó a la espontaneidad y fue positivo, pero me parece que se nos fue la mano y habría que volver a escribir todo. ¿Cuántas veces escuchamos "mirá la corbata que se trajo"? ¡Nadie la ve! Mirtha Legrand describía sus vestidos por radio. Eso es excluir al público. Si los tratás como tontos, los convertís en tontos. Hay que tener cuidado. Porque el amigo del*

dueño viene y tiene un programa para hablar boludeces. ¡No! Hay que cuidar el aire como si fuera un espacio artístico."

"EL TREN FANTASMA"

Uno de los programas que sin lugar a dudas marcó un hito en la historia de la radio fue: "El Tren Fantasma" en las madrugadas de radio Rivadavia entre 1975 y 1989. El programa pasó primero por la FM de Rivadavia, la 'FMR' para pasar luego a la AM.

Con la conducción de Omar Cerasuolo, "El Tren Fantasma" ya ocupa un lugar destacado en la historia de la radiofonía argentina. Fue un espacio de culto a través del cual los oyentes pudieron conocer el reggae, a grupos como The Police, y ser testigos de la lucha del ciclo durante la Guerra de Malvinas para no



Publicidad gráfica del programa El tren fantasma.

pasar música en inglés. Junto a Omar Cerasuolo, lo acompañó Daniel Morano, productor e ideólogo del programa, que fue pieza clave para su nacimiento.

Omar Cerasuolo describe el fenómeno: *"Es difícil explicar un éxito, que era escuchado por camioneros, rockeros, amas de casa y hasta militares. La hilaridad de los textos y la música fueron dos factores importantes. Hoy, puedo decir que el programa se adelantó 20 años. En esa época, mediados de los 70, teníamos una tanda propia, con artística especialmente preparada. Hacíamos todos con un grabador de dos cabezas y sin computadoras. Hasta el mismo Daniel Grinbank dijo alguna vez que la Rock & Pop nace de El tren..."*²⁹

Daniel Morano fue -y sigue siendo- el cerebro creativo que puso en marcha El tren fantasma hace ya 25 años. *"Tenía la posibilidad de hacer el programa que yo quería y no iba a desperdiciarla. Quería pasar la música que no se escuchaba en ningún lado. Tenía cosas que se*

*hicieron populares diez años después"*³⁰, hace memoria Morano.

Después de diez años de silencio, El Tren Fantasma retornó en la FM Rock & Pop de Daniel Grinbank los sábados por la noche, en un nuevo pero más corto período. Aunque sin Omar Cerasuolo al frente, Daniel Morano encontró en Norteamérica un locutor californiano que grababa en castellano sus delirantes textos, sin entender lo que leía, ni saber demasiado de fonética, pero con resultados más locos que antes. Se llamaba (o lo bautizó) "Wally". Y si bien la música mantenía la base de rock, pop y reggae con el mismo buen gusto de la primera etapa, le agregó cuotas de lounge, jazz y algunas excentricidades posmodernas.

DEMASIADO TARDE PARA LÁGRIMAS / LA VENGANZA SERÁ TERRIBLE

Alejandro Dolina prefiere definirse como escritor. Sin embargo, se lo reconoce también como una de las

²⁹ JEMIO, Diego. *Entre el folclore y el rock*. [en línea] Clarín.com. 04 de diciembre de 2006. <http://edant.clarin.com/diario/2006/12/04/espectaculos/c-00801.htm>

³⁰ PAGÉS, Verónica. *El Tren Fantasma*. [en línea] La Nación.com. 03 de septiembre de 1999. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=193126

personalidades más influyentes de la historia de la radio en los últimos 25 años. Siempre asociado al humor, a la literatura, al tango, y en definitiva, a la cultura, Alejandro Dolina dio sus primeros pasos en radio en 1975, donde hizo sus primeras participaciones radiales en Mañanitas Nocturnas, programa de Carlos Ulanovsky y Mario Mactas, por Radio Argentina. Interpretaba a un periodista llamado Gómez. Allí apareció por primera vez el Sordo Gancé, músico improvisado. *"Hacia el equipo inmóvil, un periodista que andaba por el mundo cubriendo noticias, muy mal"*. En aquel ciclo, surgió el personaje del sordo Gancé. *"Siempre tocaba la misma canción: Milonga sentimental —recuerda Dolina— y lo echaban a patadas"*.³¹

Dolina ha sabido apoyarse en algunos pilares para desarrollar su talento radiofónico: la complicidad humorística -aliándose con sincronizados coequipers-, una florida espontaneidad, y un rigor periodístico que a la hora de dar lugar a la divulgación cultural, lo convierten en uno

de los hombres más escuchados y respetados por oyentes y colegas, por décadas.

En 1987 Dolina debutó en radio al conducir un programa que se emitía por Radio El Mundo, Demasiado tarde para lágrimas. Bajo el mismo nombre, el programa se trasladó en 1989 a Radio Rivadavia y, brevemente durante 1991 (apenas un mes) a Radio Nacional. Luego pasó a la radio Viva FM, cambiando su nombre por El ombligo del mundo. Durante 1993 continuó en FM Tango, cambiando el nombre del programa a La venganza será terrible. En los períodos de 1994-2000 y 2002-2006 el programa se emitió en Radio Continental, aunque en 2001 tuvo su paso por Radio Del Plata, mientras Radio Continental volvía a pasar programas grabados de temporadas anteriores.

A finales de 2006, el programa se trasladó a Radio 10, donde permanecería hasta fines de 2009. Desde febrero de 2010 se emite por LRA Radio Nacional. Entre otros colaboradores del aire, encontramos a lo largo de los años a Gabriel Rolón, Guillermo Stronatti, Patricio

³¹ Diario Clarín. *Risa de Noche*. [en línea] Clarín.com. 29 de marzo de 2002. <http://edant.clarin.com/diario/2002/03/29/c-365170.htm>

Barton, Gabriel Schultz , Jorge Dorio, Marcelo Rodríguez "Gillespi" y Fernando Sily.

Por un espacio de dos horas, Dolina combina historia, arte, política y literatura; relata biografías, cuenta leyendas, anécdotas, fábulas, crónicas de sucesos importantes de la historia mundial, o bien de eventos que para otros han pasado desapercibidos, pero que en el programa cobran vida para el regocijo de los oyentes. Todo en un tono didáctico, aceitado con humor y en complicidad con el público. El programa dedica también un extenso momento a la música popular, argentina, a la reconocida y a la olvidada. A fin de cuentas, y más allá del carisma y la voz de su conductor, el programa mantuvo durante años un contenido netamente cultural, de entretenimiento pero sobre todo educativo, de circulación y de formación.

Su programa de radio es líder en su franja horaria desde el primer año de emisiones, con un encendido superior al 50% de los receptores, y cuando sale de Buenos Aires llena todos los auditorios donde se presenta.

"El programa nace quizás de mi preparación, fundamentalmente la literaria, y porque traté de poner en

práctica algunas habilidades musicales, narrativas y ejercer de paso un poco el surrealismo



Alejandro Dolina, conduciendo Demasiado tarde para lágrimas.

. Porque si bien crecí escuchando radio y admiré a Carrizo, Larrea, Pessoa, no los seguí. Mi vocación es la de los libros. Lo mío se nutre más en la actuación y desemboca en la radio donde todo lo sucedido es venturoso, pero no previsto y hoy al parecer es una expresión radial distinta, en la que llevo tan sólo 18 años en esta labor en el micrófono. Trabajé en la radio antes, pero en otras tareas. En la década del 70 elaboraba textos, en la mayoría de corte comercial, relatando pequeñas historias; allí conocí al "Cholo" Gómez Castañón, que también realizaba este trabajo creativo. En los '80 volví a Rivadavia como gerente de Promociones, presenté un piloto de "Demasiado tarde

para lágrimas", y nos dieron un horario absolutamente marginal, porque en verdad la propuesta no interesaba. Y descubrí que en la noche se escucha radio de una manera diferente, con menos premura y más paciencia. Y eso favorece a nuestra audiencia que era y sigue siendo muy joven, que no tiene problemas por acostarse tarde... Tuvimos momentos francamente memorables: jugábamos a los dados por radio, aparecía el mago oriental Washington Tacuarembó con sus sombras chinescas y el "sordo" Gancé, que se equivocaba siempre y lo echaban a patadas.³²

CUÁL ES?

Antes de establecerse en "Cual es?" Mario Pergolini venía incursionando en radio y en televisión, tratando de darle paso a su pasión periodística, y a su incontenible ironía y sarcasmo. Realizó programas radiofónicos como

"Todo mal", "Feedback", "Malas compañías" y "Podría ser peor"; y televisivos como "Rock and Pop TV", "Videolínea", "La TV ataca", "Hacelo por mí" y "Penúltimo Momento".

Una personalidad altiva, histriónica, ácida, pero sumamente cautivante y fresca, llamaron la atención de productores como Alejandro Romay, Gerardo Sofóvich, Juan Alberto Badía, y el propietario de la radio Rock And Pop, Daniel Grinbank, que desde los principios de la radio, le brindaría todo el lugar que quisiera ocupar, aunque no sin recelo y conflictos.

Lo que el programa "Cual es?" vino a darle a la radio argentina fue la confirmación y la impostura de un formato que se venía trabajando desde la aparición de Radio Bangkok, desde donde se rompía con la ya oxidada tradición de las mañanas formales, noticiosas, acartonadas y pulcras. El ciclo de Mario Pergolini pasó a ser uno de los más escuchados en la radiofonía argentina, y semejante lauro, significó simbólicamente la aceptación de que la radio había cambiado para siempre.

Comenzó a emitirse a principios de 1993 por la tarde, y luego pasó al horario de 9 a 13 horas, donde se

³² PETTI, Alicia. *Alejandro Dolina, un artista del humor*. [en línea] La Nación.com. 13 de julio de 2003. <http://www.lanacion.com.ar/507386-alejandro-dolina-un-artista-del-humor>

mantiene hasta estos días. La idea de Pergolini era hacer un programa con tres o cuatro personas al aire, entre las que se incluían permanentemente a Eduardo de la Puente y Marcelo Gantman, más columnistas de variados aspectos, como el deporte, la historia, los policiales, los videojuegos, el espectáculo, etc. Él venía de hacer el programa "Podría ser peor" con mucha gente al aire. En la actualidad son más de 20 los integrantes del programa, pero siempre la idea fue ordenar un poco el aire y producir mucho por atrás. Además, desde agosto de 2008, el programa se realiza en un moderno estudio de radiofonía, construido exclusivamente para dicha transmisión en las instalaciones de la radio Rock & Pop y cuenta con el estudio de grabación Norberto Napolitano, de alta tecnología, donde tocan y graban las bandas que participan en la emisión.



Mario Pergolini al micrófono de Cuál es?

Para explicar el fenómeno del cambio de los formatos en la radiofonía argentina a partir de la década del '80, y la caída en calidad de la FM durante la década siguiente, Mario Pergolini explica su visión acerca del quehacer en radio en los últimos años: "(...) *otra cosa importante es el cambio de formato. Son pocas las que se mantienen fieles. La 100, Rock & Pop, pero aparecen con ciertas modas otras y van cambiando. Copian un poco Rock & Pop. Por ejemplo, Metro, que es como una ahijada lejana, y después Pop. Y ahora la Mega está poniendo programas. Pero los formatos y los estilos no son tan fáciles de copiar. Me parece que donde sí vienen cambios formales es en las AM, para modernizarse. Mitre ha dado una sacudida interesante a su programación, también La Red, con sus apuestas. Creo que todo el dinero que falta en la televisión se está poniendo en la radio, donde hay muchos y buenos*

profesionales. Pero es un momento de reacomodamiento.”³³

LAS RADIOS “PIRATAS” Y EL CASO DE FM LA TRIBU

En el país a mediados la década del ‘80 se produce el gran auge de las radios llamadas “clandestinas”³⁴. La expresión “pirata”, al referirse a radios clandestinas, nace debido a las primeras emisoras de frecuencia modulada europeas, especialmente en Inglaterra, transmitieron desde barcos fuera del territorio nacional, impidiendo así las acciones legales y la incautación de los equipos.

El dial se fue poblando de emisoras de baja potencia. La gran parte de sus dueños eran personas que comúnmente no tenían vinculación con los medios de comunicación.

El éxito de estas radios alternativas se apoya en la comunicación directa con sus oyentes a teléfono abierto.

Tiempo después las radios comerciales copiaron esta idea de darle voz al oyente, aunque de forma muy limitada, para parecerse cada vez más a las ‘truchas’.

En 1994, el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER) reconoció la existencia de aproximadamente dos mil emisoras de baja potencia en todo el territorio argentino, de las cuales sólo un poco más de la mitad poseían la habilitación.

La necesidad cultural de salir del camino legal es la de proveer al ciudadano un contenido censurado por motivos proteccionistas, estas emisoras piratas proponían un contenido musical no convencional que la radio oficial no tenía en su programación, porque muchas veces dependía del respaldo de los grandes sellos musicales, que bajaban directamente la lista de sus artistas.

Dada la gran magnitud del caso, para la sociedad una radio clandestina no era vista como una “radio delincuente”, aunque a eso suene. Este tipo de medios hacían posible que una persona común y corriente arme un estudio radial en su garaje, que la gente escuche lo que

³³ PETTI, Alicia. Op Cit.

³⁴ Categoría usada en nuestro país por los sectores patronales para definir a las emisoras que operan sin el consentimiento del COMFER.

ellos tienen para decir y hacer posible que su verdad salga al aire.

Simultáneamente, este fenómeno de explosión expresiva iba mucho más allá de una respuesta a necesidades comunitarias, para Sergio Armand *“se vinculó simplemente a la cada vez más fuerte idea de expresarse sin depender de los medios pre-establecidos. Así, la formalidad del lenguaje radiofónico fue desplazada, y el lenguaje verdaderamente cotidiano ganó el dial”*³⁵.

Las radios comunitarias tocaban temáticas muy puntuales y particulares de cada pueblo, comunidad o barrio. Eran locales. Hacían también las veces de teléfono entre sus vecinos. Las radios servían como fomento e incentivo, además de informantes, de las actividades sociales, políticas y culturales de su zona.

Desde la Universidad de Buenos Aires, desde la Facultad de Ciencias Sociales, por ejemplo, aparecieron radios como “La Tribu” y “FM Palermo” que fueron

fundadas por jóvenes estudiantes de las Ciencias de la Comunicación.

A Ernesto Lamas, que entonces tenía 21 años, se le ocurrió lo de la radio mientras viajaba en el colectivo 140 desde la vieja sede de la facultad, hasta su casa en Villa Urquiza. En los hechos, él y unos cuantos compañeros que militaban en el Centro de Estudiantes Pampillón de la Facultad de Comunicación de la UBA, (para la posteridad, por compromiso y persistencia, los fundadores de FM La Tribu serían cuatro: Lamas, Damián Valls, Hugo Lewin y Claudio Vivori) juntaron unos pesos propios, recibieron otros del partido (el Partido Comunista, del que se abrieron tiempo después) y otros tantos que generaron organizando fiestas y rifas. Con eso alquilaron un tres ambientes en un piso catorce de la calle Gascón, en el barrio de Almagro, hicieron un agujero en una de las paredes, de pieza a pieza, para montar el estudio de un lado y la sala del operador del otro. Con un equipo de frecuencia modulada de 16 vatios y una antena hecha a mano clavada en la terraza (al consorcio le dijeron que era para recibir, no para emitir) inauguraron una experiencia de comunicación

³⁵ ARMAND, Sergio y TRULLS, Marcelo. *Radio Lienzo Sonoro. Apuntes para una radio posible*. Buenos Aires, Argentina. Grafi-k. 2003.

alternativa, primero clandestina y luego no, siempre comunitaria y autónoma, sin dueños ni fines de lucro, que ya lleva veinte años en el aire porteño.

Las primeras transmisiones de prueba fueron el 19 de junio de 1989. Desde entonces, FM La Tribu ha sido una radio, con su lugar bien ganado en el dial (88.7 Mhz) y su puntual grilla de programación, pero también ha sido el catalizador de un gran número de proyectos colectivos, de diversos movimientos sociales y culturales, que no encontraban en los medios de comunicación tradicionales un territorio accesible para expresar sus ideas y sus demandas, y un espacio de encuentro para muchas de esas voluntades antes desperdigadas.

Sabían de otras radios comunitarias, como la FM Alas, de El Bolsón, y de diversas experiencias latinoamericanas: radios educativas, radios mineras, radios insurgentes, pero de entrada buscaron su propio camino y quien los apadrinara: las Madres de Plaza de Mayo, el obispo Jaime De Nevares, y algunos periodistas prestigiosos.

"Nos largamos de una manera muy irreverente, muy utópica también", cuenta Lamas, en una entrevista por Mariana Moyano. "El concepto rector era el del artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos que dice que todos tenemos derecho a recibir, buscar y difundir información. Recibir está naturalizado. Buscar, buscaban los periodistas, pero cualquiera puede hacerlo. Y difundir, lo hacían las empresas periodísticas o los medios en poder del Estado. Pero no, viejo. El artículo dice 'todos', 'toda persona'".³⁶

Entre los muchos apellidos que tiene esta modalidad de hacer radio, en La Tribu eligen el de "comunicación alternativa", también en términos de decir lo que otros no dicen, pero sobre todo en función de alentar proyectos transformadores, de cambiar las cosas. No obstante, les tocó crecer a contramano de todo, en un escenario -los 90, el neoliberalismo menemista- que vio consolidar un modelo de brutal concentración en la propiedad de los medios de comunicación. En ese contexto, La Tribu se plantea como

³⁶ COLECTIVO LA TRIBU. *La Tribu. Comunicación alternativa*. Buenos Aires. Ediciones La Tribu. 2000.

una radio sin oyentes, dicen, porque la radio es una conversación, y debe ser la única emisora del país que invita a que no la escuchen, que propone, en cambio, que cada colectivo social monte su propia radio, que haga oír su propia voz, bajo la consigna de que cada nuevo emisor es un ataque a la concentración de medios.

En Buenos Aires, La Tribu es una casa siempre abierta en la calle Lambaré al 800, donde funciona desde 1990, y donde los sesenta programas de radio son apenas un eslabón del colectivo cultural que allí se cuece a diario, y que incluye un bar, la edición de libros, discos y material audiovisual de distribución gratuita, un centro de capacitación y producción radial abierto a la comunidad, una web que utiliza software libre y, en plataforma podcast, impulsa a producir y compartir contenidos más que a consumirlos. Además, hay muestras, recitales, debates, una biblioteca popular, una murga y un entramado de redes que une a La Tribu con decenas de proyectos comunitarios a lo largo del continente.

Todo lo han hecho a pulmón: en una de las primeras fotos, en el departamento de Gascón, se ve el micrófono

del conductor atado a una botella de ginebra Bols. Hoy, La Tribu es una asociación civil sin fines de lucro con treinta empleados y cerca de doscientos voluntarios. Y casi desde el vamos se convirtió en el epicentro de la "alternatividad" en la ciudad.

"La radio quería ser estudiantil y terminó siendo una radio comunitaria que unificó tribus muy diferentes, comunidades o grupos que fragmentariamente en los '90 reclamaban por sus propios derechos, y reivindicaciones muy puntuales. La Tribu era uno de esos grupos, y lo que reivindicaba era la democratización de las comunicaciones. Al fin y al cabo, la radio proveyó el espacio para que todos esos sectores que resistían por su cuenta, se interconectarán", explica Damián Valls.³⁷

LAS FM EN LOS '90

Pasar música continúa siendo la mayor tendencia en la FM de los años '90. En esa selección, sin embargo, no hay demasiada diversidad. Se difunden algunos géneros y ritmos generalizados, y los otros quedan excluidos, al

³⁷ COLECTIVO LA TRIBU. Op Cit.

margen. El propósito de estas FM es transmitir música comercial, la que está de moda, la que se puede tararear, bailar y es pegadiza. Ese es el discurso de estas radios, y como dicen los investigadores del medio, hay voces unívocas, iguales, que se repiten en todo el dial. La función es pasar música de acuerdo a las tendencias de las disquerías y el impulso publicitario de las grandes productoras.

La FM de música, limpia, clara, adopta por un lado la tendencia a lo Rock & Pop, con esos programas, incluso informativos, para jóvenes, por el estilo de construcción del mensaje, lenguaje, utilización de recursos, como lo hizo después por ejemplo "La Metro". Por otro lado, existe una corriente de locutoras y locutores con las mismas voces, todos en la misma línea de enunciación, en una suerte de programación musicalmente continua, siempre repetida y con escasas palabras, en una especie de 'mcdonalización' de la radio para adolescentes. Así la FM de Continental se convirtió en FM Hit, FM 100 derivó en Cadena 100 y la Top. El empresario Daniel Grinbank las denominaría las Tres Marías. En ellas, sostiene Sergio Armand, "sonaban voces

*muy parecidas que confeccionaban el estilo de una emisora que dialogaba con la personalidad de la radio, por encima de la individualidad de sus conductores.*³⁸

Era indistinto oír a una u otra radio. Pero no es menos cierto que la gente, y en gran proporción, querían escuchar sólo música tras música, sin que nadie le diga nada. Canciones a modo de compañía afectiva, o como sonido de fondo para la tarea que esté realizando.

En los '90 hubo muchos pases empresariales y conglomerados multimediáticos. La radio, los medios, son un gran negocio multimillonario. El mundo empresarial estaba muy interesado. Es una época de mucho vínculo con la política, de apoyos, alianzas, favores, consentimientos, manipulación de medios y opinión pública para cuidar los intereses políticos o empresariales gestados. A fines de los '90 ya no hay medios o multimedios que tengan dueños conocidos. Con respecto a esto, como dice Eduardo Aliverti en la entrevista que le hace Sergio Marchi en su libro "Cinta testigo", hay "*mega corporaciones que manejan multimedios entre otras cosas.*"

³⁸ ARMAND, Sergio y TRULLS, Marcelo. Op. Cit.

En los '80 fueron muchos los programas que permitieron dar cuenta de otro modo posible de hacer radio, de impregnar con esa libertad que se respiraba en la vuelta a la democracia el aire de la radio, sobre todo para dirigirse al oyente joven. Ejemplarmente, la radio célebre en los '80, FMR (Rivadavia), que supo tener programas como "El tren fantasma" con Omar Cerasuolo, "Piedra libre" con Alberto Badía o "Entre nosotros" con Graciela Mancuso, pasó a mediados de la década del '90 a manos de Marcelo Tinelli y *"empezó a sonar como radio Uno, que mantenía el código de conductores, rankings de música y oyentes que pedían temas telefónicamente."*³⁹

Los '90 se vieron en la encrucijada de un doble movimiento, signado por las direcciones encontradas entre la mega concentración de las empresas periodísticas, con la administración de varios medios a su cargo, y la proliferación de los micro-medios, es decir, radios de baja potencia de alcance local y comunitario. En esa tensión se expandirían también las FM, que renovaron la estética radial, como pudimos observar a través de los ejemplos

que desarrollamos, ya sean emisoras o personajes de radio, que se ganaron su lugar a fuerza de personalidad, carácter e innovación.

³⁹ Ibid.

UNIDAD III

En esta unidad, nuestro recorrido comienza con establecer cuál es el modo, la forma y la estrategia para comunicar nuestro mensaje y nuestra producción. Para esto, es posible determinar algunas características comunes que plantean algunos autores para poder definir propiedades específicas de los distintos tipos de géneros y formatos.

“La cultura actual está marcada por la impronta de la ‘contaminación de los géneros’. [...] Lo ficcional se alimenta de lo histórico, lo biográfico se dramatiza, lo periodístico se ficcionaliza, etc. Esta situación, al margen de la existencia de géneros puros, ha determinado la aparición de géneros mixtos, que responden a patrones complejos y dificultan la taxonomía.”⁴⁰

⁴⁰ HAYE, Ricardo M. *La radio del siglo XXI, nuevas estéticas*. Buenos Aires, Argentina. Ciccus. 2000. Cap. Géneros radiofónicos (el molde de una estrategia). P. 67.

LOS GENEROS Y FORMATOS

Nuestra tesis está enmarcada dentro del programa de investigación Comunicación, Lenguaje y Tecnologías, y entendemos que el primer concepto a desarrollar será el de comunicación, aportado por el investigador francés Dominique Wolton, quien afirma: *"Por comunicación debe entenderse, el conjunto de técnicas, desde la prensa, la radio y la televisión a los nuevos medios y su implicación económica, social y cultural, pero también los valores culturales, las representaciones y los símbolos ligados al funcionamiento de la sociedad abierta y de la democracia. [...] Es decir, todo lo que permite a las colectividades representarse, entrar en relaciones unas con otras y actuar sobre el mundo"*.⁴¹

Este intelectual sostiene la idea de que la comunicación es *"un objeto de conocimiento interdisciplinario, en la encrucijada de disciplinas*

tradicionales y de saberes recientes ligados a una formidable expansión".

La definición de Wolton resulta particularmente valiosa cuando se tiene en cuenta que con ella, el autor, pretende incluir todas las perspectivas de análisis e investigación que ocupan el campo comunicacional en la actualidad.

El teórico francés realiza una diferenciación en torno a las dos dimensiones de la comunicación, que denomina normativa y funcional. Esta división la realiza *"desde el punto de vista de los valores y de lo que está en juego"*.⁴² La comunicación normativa responde al ideal de compartir, a la voluntad de intercambiar y de comprenderse; mientras que la comunicación funcional remite a la idea de difusión, especialmente desarrollada en el último siglo con los soportes de la escritura, el sonido, la imagen y los datos informáticos.

⁴¹ WOLTON, Dominique. *Pensar la comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Prometeo Libros. 2007.

⁴² *Ibíd.*

Precisamos establecer cuáles son los elementos básicos de cualquier dimensión comunicacional en radio, es decir, desde qué base se produce un programa de radio, para ordenarnos desde un principio en nuestra producción. Nos apoyaremos en una observación particular sobre la expresividad del arte radiofónico, en la que Ricardo Haye expresa que: *"La radio construye imágenes acústicas mediante signos orales, verbales, musicales, sonoros y silencios. Estos elementos son los que posibilitan que las imágenes adquieran una forma determinada para transmitir contenidos de variada especie. El canal elegido como medio para producir un hecho comunicativo (auditivo, en nuestro caso) constituye bastante más que un simple transportador de señales. Llega a ser un auténtico código de comprensión cultural, un modo convencional aceptado por emisores y receptores para establecer un tipo particular de reconocimiento. (...) El lugar en el que esas imágenes alcanzan su forma determinada, el espacio donde se utilizan las reglas poéticas y estilísticas y se resuelve la expresividad que habrán de lograr nuestros mensajes, es el discurso radiofónico. (...) Por otra parte, el discurso es un*

*espacio donde se construye una relación de intercambio y negociación de sentidos entre sujetos, noción que nos habilita a pensar que en discurso producido por determinado emisor, y también están presentes sus potenciales receptores*⁴³.

Por otro lado, las autoras Mata y Scarafía, en su libro "Lo que dicen las radios", desarrollan la distinción de tres dimensiones del discurso radiofónico que son: la dimensión referencial, la dimensión enunciativa y la dimensión estructural. En la primera son dos etapas que afectan la labor del emisor. Es considerada como la mediación que realiza el emisor entre la realidad y el discurso producido. Existen varias categorías y elementos que hacen a ésta dimensión referencial que son los ítems, los temas, las fuentes, el ámbito, la temporalidad, actores y la dinámica social que implica. La dimensión enunciativa es la construcción que se da a través del proceso de enunciación de un mensaje, en el que se construye tanto el emisor como el destinatario. *"Dicha relación puede denominarse*

⁴³ HAYE, Ricardo M. *El arte radiofónico*. Buenos Aires, Argentina. La Crujía Ediciones. 2004. Cap. Sobre el discurso radiofónico. PP. 41 y 42.

*también 'contrato', es decir, una convención necesaria para comunicar algo*⁴⁴. En este proceso, el modo de aparición del destinatario se da de forma directa, ya sea a través de apelaciones o referencias, o bien de manera indirecta, donde la enunciación es integral. Por otro lado, el modo de aparición del emisor es siempre directo, manifestada en el nombre, el léxico, el contexto y sus juicios, sentencias u opiniones. Por último, la dimensión estructural es la organización y programación de todo lo que implica el discurso radiofónico, en tanto emisora, su programación y el público determinado que tenga definido.

En cualquier producción en comunicación, se deben tener en claro qué y cuál es el lenguaje determinado, así como los elementos que los construyen, y agotar todas sus dimensiones para no toparse con falencias comunicativas por falta de profundización en las bases de los lenguajes. De alguna manera, estas tres dimensiones son la gramática del lenguaje, e indican las reglas semánticas de las producciones radiofónicas.

⁴⁴ MATA, María Cristina y SCARAFÍA, Silvia. *Lo que dicen las radios*. Quito, Ecuador. ALER. 1993.

GÉNERO

Como podemos observar, la primera necesidad es establecer cuál es el género más adecuado para una producción radiofónica, porque éste es un medio para establecer, con el destinatario, un contrato de lectura, que enmarque su actitud de recepción. Es decir, que el género permite la constitución de un espacio común donde se establece una relación y un acuerdo implícito entre el emisor y el receptor. Es un marco de referencia intertextual que permite, por su organicidad, que el acto de comunicación se lleve a cabo.

Para dar cuenta de nuestro proceso de análisis de género, vamos a determinar, según la palabra de autores teóricos, cuál es su definición. Comenzaremos estableciendo cuál es la raíz del género periodístico, cuyo precedente es el género literario, muy vinculados ambos, aunque con diferencias. Entendemos al género literario *"como un modelo conceptual, un paradigma mental que marca el sistema de reglas de creación de las obras y de su recepción. Los textos pueden ser reconocidos gracias a su*

inclusión en la clase de obras literarias en que se inspira, en el género".⁴⁵

En cuanto a género periodístico, el autor español Lorenzo Gomis menciona que *"la noción de género periodístico es naturalmente tributaria de la género literario, pero su historia es más la de periodismo que la de la literatura. Los géneros periodísticos aparecen a medida que el periodismo evoluciona e intenta responder a las nuevas necesidades".⁴⁶*

En este mismo sentido, Muñoz comenta que *"los géneros periodísticos son las diversas modalidades de creación lingüística, que se caracterizan por acomodar sus estructuras a la difusión de noticias y opiniones a través de los medios de comunicación social"⁴⁷*

Por su parte, José Luis Martínez Albertos afirma que *"los géneros periodísticos son aquellas modalidades de la*

creación literaria concebidas como vehículos aptos para realizar una estricta información de actualidad (o periodismo) y que están destinados a canalizarse a través de la prensa escrita." Además, explica que *"los géneros periodísticos deben ser para nosotros principios de conocimientos del mensaje informativo, en su dimensión de texto literario, teniendo en cuenta que este mensaje es de alguna manera la expresión de las posibilidades humanas para lograr un cierto grado de comunicación de hechos y de ideas mediante un no desdeñable nivel de creación estética en el uso de la palabra."⁴⁸*

Luego de examinar algunas de las clasificaciones apuntadas por los teóricos en la materia acerca del concepto de género periodístico, observamos que es prácticamente imposible trasladarlas a nuestro objeto de estudio. Estas tipologías están formuladas para ser aplicadas a la prensa, pero es dudoso poder adaptarlas a la radio. Para esto, expondremos algunas características comunes que proponen algunos autores para poder definir

⁴⁵ ALCALDE, Alfonso. *Sobre el teatro latino*. [en línea] Libros Gratis Web. <http://www.librosgratisweb.com/html/alcalde-alfonso/sobre-el-teatro-latino/index.htm>

⁴⁶ GOMIS, Lorenzo. *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona, España. Editorial Uoc. 2008. P. 85

⁴⁷ MUÑOZ, José Javier. *Redacción periodística. Teoría y práctica*. Salamanca, España. Librería Cervantes. 1994. P. 121

⁴⁸ MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso general de redacción periodística. Lenguajes, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio televisión y cine*. Madrid, España. Paraninfo. 1993. P. 267

propiedades específicas de los distintos tipos de géneros y formatos radiofónicos.

Para empezar, tomamos la palabra de un teórico de la radiofonía, como lo es José Ignacio López Vigil, que desarrolla: *“la palabra género tiene una raíz griega, significa generación, origen. Digamos que es la primera distribución del material radiofónico, la característica general de un programa. Formato viene del vocablo latino forma. Son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos. Los géneros, entonces, son los modelos abstractos. Los formatos, los moldes concretos de realización.”*⁴⁹ Dicho esto, divide a los géneros en tres partes, para diferenciar las variantes según su clasificación: según el modo de ‘producción de los mensajes’, aparecen los tres grandes géneros de la radiodifusión, en que habitualmente se ordenan los tipos de programas, estos son el género dramático, el periodístico y el musical. Según la ‘intención del emisor’, cuando los objetivos de los productores dan lugar a un segundo ámbito de géneros, el

informativo, el educativo, el de entretenimiento, el participativo, el cultural, el religioso, el de movilización, el social o el publicitario. Y por último, según la ‘segmentación de los destinatarios’, aquí tomando en cuenta los públicos a los que se dirige, prioritariamente, un programa, habla de géneros infantil, juvenil, femenino, de tercera edad, campesino, urbano o sindical.

Para seguir definiendo nuestra línea de abordaje en cuanto a géneros de la comunicación radiofónica, tomamos la siguiente cita de Ricardo M. Haye: *“Un género es una estrategia comunicativa que implica ciertas reglas o leyes de producción y que da por resultado mensajes de diferente tipo. Se trata de modos de comunicación que no son sólo determinados por los contenidos, sino por un conjunto de categorías entre las que ubicamos la finalidad que persigue el autor, su estrategia comunicativa y el sistema de reglas que aplica, que debe ser reconocido por parte del receptor. De este modo, los géneros se distinguen entre sí en virtud de las articulaciones de estructura de los mensajes y el modo predominante de configurarse el lenguaje conforme a la actitud, funcionalidad y finalidad*

⁴⁹ LOPEZ VIGIL, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, Ecuador. Artes Gráficas Silva. 1997. PP. 135 y 136.

que el autor ha querido darle. Los temas alcanzan la categoría de contenidos en virtud de la actitud del autor, que es quien define no sólo lo que se presenta, sino también cómo se presenta, en qué contexto, con qué grado de conciencia social e individual”⁵⁰.

En rigor, la propuesta de Haye restringe a tres los géneros radiofónicos, proponiendo una clasificación diferente: género informativo, género interpretativo y de opinión, y por último género recreativo, todo esto con algunas salvedades, por ejemplo: el género informativo se reconoce como más cercano a la objetividad como valor, aunque se admita la imposibilidad de alcanzar esa objetividad buscada; por otra parte la calificación de “recreativo” persigue dos objetivos, en primer lugar un corrimiento de la idea de diversión y distracción y, en segundo lugar, consecuentemente, realzar el valor de este género más cercano a la ficción por su capacidad para crear y recrear el mundo que nos rodea, y esto, tanto desde la emisión como desde la recepción.

Continuando con nuestra línea de rastrear diferentes definiciones de género, también nos resulta interesante la propuesta teórica de Oscar Steimberg, que analiza a los géneros como un principio desde donde se origina el discurso, y que tanto el discurso como el género mismo es una construcción: *“Los géneros, en tanto institución discursiva, son clases de textos u objetos culturales, discriminables en toda área de circulación de sentido y en todo soporte de la comunicación: así, si por un lado hay géneros literarios, del entretenimiento, del discurso político, por otro hay también géneros televisivos, radiofónicos, gráficos. Constituyen opciones comunicacionales sistematizadas por el uso: en el caso del cine, por ejemplo, contribuyen a organizar la oferta en las salas de exhibición, en los videoclubs y en las secciones de espectáculos de los diarios, además de constituir un recurso general de la descripción y la conversación. Así, los géneros instituyen, en su recurrencia histórica, condiciones*

⁵⁰ HAYE, Ricardo M. *La radio del siglo XXI, nuevas estéticas*. Op. Cit. P. 61.

*de previsibilidad en distintas áreas de producción e intercambio cultural.*⁵¹

En este sentido, el género no se impone, sino que se construye a partir de tres instancias: la enunciativa, la retórica y la temática: por retórica, se la entiende no como un ornamento del discurso, sino como una dimensión esencial a todo acto de significación, abarcativa de todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinatoria de rasgos que permite diferenciarlo de otros; por otro lado, se entiende por dimensión temática a aquella que en un texto hace referencia a acciones y situaciones según esquemas de representatividad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto. El tema se diferencia del contenido de un texto por ese carácter exterior a él, ya circunscripto por la cultura; y por último define como enunciación al efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de

⁵¹ STEIMBERG, Oscar. *Semiótica de los medios masivos: el pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires, Argentina. Atuel. 1993. Cap. Proposiciones sobre el género. P. 39

dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico. En general, el análisis enunciativo se presenta como lógicamente posterior al retórico y temático.

FORMATO

Un Formato es un conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio.

El autor Mario Kaplún, su libro "Producción de programas de radio", en su capítulo V, 'Los formatos radiofónicos', menciona doce modelos de formatos más clásicos y usuales en el mundo de la radio, entre los que podemos indicar:

- **La charla:** entendida como un discurso o monólogo, generalmente breve. Dentro de este formato, podemos distinguir tres variantes: la charla expositiva (siendo la más corriente, alguien que habla por radio con el fin de explicar algo, divulgar conocimiento, dar consejos, etc.); la creativa, (una charla eminentemente vivencial, debe establecer con el oyente una comunicación humana y suscitar en él

una respuesta personal. Por su contenido y por su forma no se propone comunicar una información sino transmitir una vivencia); y la testimonial (alguien que habla en primera persona y comunica su propia experiencia).

- **El noticiero, o boletín informativo:** es un servicio permanente de una emisora, que se ofrece a determinadas horas. La unidad componente de este servicio es la noticia, información sintética y escueta de un hecho.

- **La nota o crónica:** es la información amplia de un hecho. No incluye comentarios u opiniones personales, pero sí ofrece detalles y antecedentes del hecho. Suministra al oyente elementos de interpretación para que se forme una idea más cabal del hecho.

- **El comentario:** es un análisis y una opinión acerca del hecho que se comenta. Procura no sólo dar información, sino también orientar al oyente e influir sobre él.

- **El diálogo:** dividido en diálogo didáctico (sin llegar a la complejidad del reportaje o el drama, es posible montarlo sin excesivo despliegue técnico y siempre resulta más interesante, dinámico y pedagógicamente eficaz); y en radio-consultorio (es una variante del diálogo. Un programa realizado en base a consulta de los oyentes).

- **La entrevista:** un diálogo basado en preguntas y respuestas entre un entrevistador y el entrevistado, éste último aporta una información, opinión o testimonio que se supone interesa al oyente.

- **La dramatización:** es el formato más activo, y paradójicamente, el que más se acerca a la vida real. En lugar de un locutor narrando una historia, los personajes de la historia se animan y hablan por sí mismos, en las voces de los actores que los encarnan. La trama puede ser real o imaginaria.

Para cada género específico en la radio, existen varios formatos aplicables, según las necesidades

comunicacionales de lo que se quiera transmitir. Quizás los ejemplos más comunes son los formatos particulares del género periodístico o informativo.

Según un documento de Cátedra del Taller de Prácticas y Lenguajes en Comunicación, de la Facultad de Ciencias Sociales, perteneciente a la Universidad Nacional de Quilmes, se distinguen los siguientes formatos:

- ❖ **El boletín informativo:** constituye una transmisión en compacto y muy breve de algunas informaciones que generalmente son presentadas en los lapsos que transcurren entre los programas informativos más amplios.

- ❖ **El avance informativo:** a diferencia del boletín, el avance propone ofrecer un adelanto de las informaciones que serán presentadas con detalle en las emisiones más amplias o estelares.

- ❖ **El flash:** se usa para presentar la información de última hora, los acontecimientos que están ocurriendo o acaban de ocurrir.

- ❖ **La crónica:** es un buen formato para hacer recapitulaciones o recuentos a propósito de un

tema o suceso, pues no tiene las restricciones estructurales de la noticia y permite la referencia a diversos ámbitos o aspectos de la información.

- ❖ **La charla:** su propósito fundamental es presentar información en torno a un tema mediante la utilización de diversos recursos del medio para hacerla atractiva y, además suficientemente argumentada como para llamar la atención del oyente.

- ❖ **El comentario:** consiste en una narración en la que una persona aborda un tema con el fin de expresar una opinión y hacer partícipe de ella a los oyentes.

- ❖ **El editorial:** se trata de una opinión institucional; es la opinión, la visión del asunto del medio y la empresa.

- ❖ **El documental:** constituye una exposición que utiliza toda la riqueza que le ofrecen los formatos menores para intentar agotar el tema que le compete.

❖ **El panel, el foro, el debate y la mesa redonda:** formatos que facilitan el abordaje colectivo de un tema o problema de una manera más informal que los géneros anteriores. Generalmente se realizan con la participación de varias personas que presentan opiniones o maneras de pensar, pero el propósito fundamental no es la confrontación sino el intercambio de ópticas.

López Vigil menciona que el mejor formato es, por un lado, *“el que más comunica: las ventajas o desventajas, las maldades o bondades de un programa de radio no se miden por la obediencia a unas determinadas reglas de producción, sino por la mejor o peor aceptación por parte del público. Es el receptor el que valida un formato, aunque éste viole normas técnicas o experiencias profesionales acumuladas.”* Por otro lado, López Vigil sugiere que el formato más adecuado es *“el que mejor responde a la intención del emisor. No todo molde sirve para comunicar cualquier mensaje.”*⁵² Entre otros formatos que el autor reconoce, se encuentra el de entrevista y el ranking. Por un

lado, la entrevista es *“uno de los formatos más conocidos y reconocidos por todos los públicos, más usados por productores y periodistas en todos los medios de comunicación, en cualquier programa de radio y que, generalmente, se clasifica dentro del periodismo de opinión. De otros formatos podríamos, tal vez, prescindir. De éste, no. Sin entrevistas, perderíamos la espontaneidad de la conversación, la fuerza del testimonio vivo, nos cortarían las raíces mismas del conocimiento, que se alimenta de preguntas.”*⁵³

Este autor distingue tres grandes clases de entrevista, tomando en cuenta su objetivo fundamental: entrevistas informativas, utilizada para recopilar datos, completar informaciones, con los protagonistas de los acontecimientos. Entrevistas de opinión, para conocer los argumentos, los juicios y prejuicios sobre un hecho o situación. Entrevistas de personalidad: también se llaman de semblanza o profundidad; aquí el foco es la personalidad del entrevistado, su vida, su carácter. Se trata de hacer un retrato hablado del entrevistado.

⁵² LOPEZ VIGIL, José Ignacio. Op. Cit. PP. 135 y 136.

⁵³ Ibíd. P. 287.

Dentro del género radiofónico musical, presente casi en su totalidad en las radios FM de corte musical, se encuentra el formato específico de ranking. López Vigil también desarrolla sobre este formato: *“se trata de seleccionar los mejores discos de actualidad según las preferencias de la audiencia. Las canciones se ordenan de menos a más solicitadas, cerrando el programa con la número uno”*. Señala que muchos de los rankings *“se confeccionan al antojo de los locutores”* o de las necesidades comerciales de las compañías discográficas. *“La gracia de un programa como éste consiste en ir armándolo, durante toda la semana, a partir de las solicitudes reales de nuestros oyentes. Las llamadas telefónicas, las cartas y hasta un cuaderno donde la recepcionista vaya anotando, servirán para decidir el orden de las canciones preferidas. Se puede lanzar un concurso, como en las apuestas deportivas, premiando a la fanaticada que más se haya aproximado al casillero final. Las canciones aparecen y desaparecen, suben y bajan en el ranking. En la programación regular sonarán esos discos*

*líderes proporcionalmente a la popularidad que vayan alcanzando durante la semana o la temporada.”*⁵⁴

De la misma manera, los autores Miguel Ángel Ortiz y Federico Volpini señalan sobre el ranking: *“es lo que se conoce normalmente como radio de música de listas, cuya preparación se basa en los rankings de ventas discográficas. Desde el punto de vista del productor y de la planificación del programa, la clave es la repetición. Se diseña una estructura de programación repetitiva, de hora en hora, durante las 24 horas del día. El presentador busca las mejores combinaciones posibles de los discos incluidos en la lista, de acuerdo con el criterio de programación establecido para cada hora. El resto consistirá, simplemente, en aportar una ligera dosis de creatividad para presentar los temas.”*⁵⁵

Este formato nace de una estrategia para captar el interés de la audiencia, no sólo para escuchar música, sino para participar de esta selección. En el ranking de hits, la parte más importante es la directa participación del

⁵⁴ *Ibíd.* P. 384.

⁵⁵ ORTIZ, Miguel Ángel, y VOLPINI, Federico. *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y formulas*. Buenos Aires, Argentina. Paidós Ibérica. 1998.

público, mediante los diferentes canales de comunicación: teléfono, correo o internet.

Por último, otro formato distinguible es el programa musical. En este caso Walter Alves menciona que este tipo de formato radiofónico es *"en general una modalidad de programas sencillos. Todo motivado por la tenencia de un fichero de discoteca eficiente. Si tenemos al alcance de la mano información relativa a la música disponible, sus autores e intérpretes, el país a que pertenece, el tipo de instrumento utilizado, el/los cantante/s, y si es del caso, el género (tango, rock, clásico, etc.), cualquier productor es capaz de transformar una hora de música en algo informativo, agradable y coherente. Imaginen un viaje musical por el mundo, basado en la música de cada país, con sus costumbres, su comida, datos como población, historia, etc."*⁵⁶

⁵⁶ ALVES, Walter. *Estrategia de los pequeños formatos. Una programación buena, bonita y barata*. Quito, Ecuador. CIESPAL. 1998. PP. 91 y 92.

HIBRIDACION

A través del análisis de los diferentes programas culturales que realizamos en la unidad anterior, constatamos que durante la década del '80 se produjo una revolución en la manera de hacer radio en las FM, que involucró a toda la radio en general. Los programas culturales abundaron con sus diferentes técnicas y formatos. Hacia la década siguiente, la fusión y conglomerados de los multimedios retrotrajeron a las FM a su programación musical, basada en el feedback con el público, en donde las principales emisiones eran rankings de canciones y hits. En los años posteriores, la FM necesitó incorporar programas informativos y magazines para competir y ganar nuevamente al público.

Nuestro recorrido histórico de la radio a nivel global y en Argentina, sirvió para dar cuenta que los ejemplos de programas de la década del '80 se correspondían más con nuestra intención. Al día de hoy, se puede apreciar en la radio y en los medios en general, una hibridación comunicacional. Los géneros y los formatos, y sus características particulares, están mezclados, dando lugar a

nuevos objetos, nuevos programas, nuevas formas de comunicar y de hacer periodismo.

Al mismo tiempo, cuando nos planteamos elaborar nuestra producción radiofónica, también realizamos una búsqueda teórica específica sobre géneros y formatos. Y de la misma manera, nos dimos cuenta que ningún género ni formato puro y taxativo respondían a nuestras pretensiones como emisores.

Vimos con buenos ojos aquellos conceptos que en un principio se desprenden del autor Néstor García Canclini, que observa y analiza las mixturas en los diferentes géneros de la cultura moderna. *"Parto de una primera definición: entiendo por hibridación procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas. ¿Cómo fusiona la hibridación estructuras o prácticas sociales discretas para generar nuevas estructuras y nuevas prácticas? A veces esto ocurre de modo no planeado, o es resultado imprevisto de procesos migratorios, turísticos o de intercambio económico o comunicacional. Pero a menudo la*

*hibridación surge de la creatividad individual y colectiva. No sólo en las artes, sino en la vida cotidiana y en el desarrollo tecnológico."*⁵⁷

Pensar en una tipología genérica como un simple proceso de clasificación desembocaría en un reduccionismo que no aportaría demasiado y que, en última instancia, no tendría solución de continuidad. Es decir que si limitáramos la teoría de géneros a establecer una clasificación lógica donde el objetivo radique en establecer la pertenencia de X programa a X género, no sería de gran utilidad; pero, además, no cabría la posibilidad de una clasificación exhaustiva dadas, como sostiene Bajtín, *"la riqueza y diversidad de los géneros discursivos es inmensa, porque las posibilidades de la actividad humana son inagotables y porque en cada esfera de la praxis existe todo un repertorio de géneros discursivos que se diferencia y crece a medida que se desarrolla y se complica la esfera misma."*⁵⁸

⁵⁷ GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México. Grijalbo. 1990.

⁵⁸ BAJTIN, Mijail. *Estética de la creación verbal*. México. Siglo XXI. 1995. P. 248.

En esta definición observamos una estrecha relación del género con la actividad humana. Vale decir que se hace evidente que de la de dicha actividad surge el género discursivo y no al revés. No podemos establecer géneros o tipologías y encasillar allí un tipo determinado de discurso, sino que "la esfera de la praxis", las características sociales y culturales concretas son las que dan lugar al surgimiento de una inagotable cantidad de discursos. Cuando encontramos semejanzas entre esos discursos y una cierta estabilidad, podremos pensar la posibilidad de un género.

Al respecto, los autores Amparo Huertas y Juan José Perona, señalan que *"en los inicios de la radio, dada la escasa variedad de espacios, la gama de géneros utilizada se reducía casi exclusivamente a informativos, dramáticos, concursos y musicales, por lo que bastaba el concepto de género para clasificar el material radiado. Con el paso del tiempo, cada uno de estos apartados ha ido evolucionando, generando programas nuevos y una amplia variedad de formatos que en muchas ocasiones han sido el resultado de la mezcla de componentes de dos*

*o más géneros diferentes, tal y como ya preconizaron los docudramas (mezcla de documental y dramático), uno de los primeros híbridos radiofónicos."*⁵⁹

Los géneros no son estructuras rígidas e inamovibles. Desde hace varios años estamos viviendo este proceso de hibridación, aspecto que, sin embargo, no afecta la recepción de los radioyentes. En este sentido, el teórico de la comunicación, Mauro Wolf, refiere que *"los programas contenedor realizan la operación de reorganizar el sistema de géneros existentes modificando no la forma o los contenidos sino la relación comunicativa entre ellos y el espectador. Se indica o se predispone un diverso modo de participación receptora."*⁶⁰

Por otro lado, también hay que considerar al progreso tecnológico de los últimos 50 años, que impactó de forma considerable en los medios de comunicación. A los tres medios grandes y legitimados como la prensa

⁵⁹ HUERTAS, Amparo y PERONA, Juan José. *Redacción y locución en los medios audiovisuales. La Radio*. Barcelona, España. Bosch Comunicación. 1999. PP. 31 y 32.

⁶⁰ WOLF, Mauro. *Géneros y Televisión*. Barcelona, España. Departament de Teoria de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona. Revista Anàlisi. Nº. 9. P. 195.

escrita, la radio y luego la televisión, se le sumaron nuevos dispositivos y nuevas formas comunicativas, y con ellas otra manera de hacer periodismo, sobre todo a partir de los años '70, con el empleo de la informática, ciencia de un desarrollo vertiginoso y en constante perfeccionamiento. Del mismo modo, apareció Internet en la década de 1990.

La radio no quedó ajena a una de las tendencias que mayor fuerza tiene en la actualidad: la hibridación periodística. Precisamente cuestiones como la existencia de géneros genuinos o no, afloran por estos tiempos ante las miradas de los analistas de la comunicación.

Según el autor sobre periodismo, José Luis Martínez Albertos, durante años los géneros estaban considerados como las formas distintivas del mensaje periodístico. Los medios de comunicación recogían del acontecer y exponían el mensaje a los receptores con cierto orden informativo. Sin embargo, *“con el fenómeno de la hibridación desaparecen las fronteras genéricas para conformar textos*

condicionados por la competencia de los medios audiovisuales”.⁶¹

Todo ello propicia que los productos comunicativos contengan características de varios géneros sin explotar al máximo uno en específico. Además, el nuevo modo de redacción informativa intenta abarcar todas las posibilidades expresivas con tal de atraer al oyente y disminuir la brecha respecto a otros medios.

Este nuevo orden que se detecta en los lenguajes y discursos de la comunicación abre el panorama para la diversidad periodística, ya sea en el origen mismo de los productos (aquellas programaciones que nacen 'desde' una propuesta comunicacional distinta, por ejemplo, las que se basan en la continua interacción con páginas web), o bien, que las 'formas' de comunicar se vayan adaptando a las diferentes opciones técnicas. Utilizando las herramientas de análisis de Stuart Hall, cada nueva innovación tecnológica genera "condiciones de existencia" distintas en el mensaje,

⁶¹ MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. Op Cit.



tanto en los momentos de su elaboración, o 'codificación', y en su recepción, o 'descodificación'.⁶²

En conclusión, cada variación del 'medio', indefectiblemente termina por incidir en su mediación y en las formas de comunicar. Las hibridaciones en los géneros periodísticos se producen, no sólo debido a las necesidades comunicacionales de quienes generan o reciben los mensajes, sino también a partir de las innovaciones tecnológicas en la comunicación, que permiten su desarrollo, y son soporte de las transformaciones.

⁶² HALL, Stuart. *Codificar/Decodificar*. En: ENTEL, Alicia. *Teorías de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Hernandarias. 1994.

UNIDAD IV

En esta unidad desarrollaremos nuestro producto radiofónico, en la que vamos a detallar el proceso de elección de la temática, el contenido de los puestos del programa y señalar todos los elementos que dan cuenta de Cinco estrellas, el ranking cultural.

"El mundo ha filtrado gente muy valiosa. Los que han quedado son personas que tienen un inmenso valor y que siempre mencionarlos implica una posibilidad de enriquecimiento. Porque hicieron algo grande, porque cambiaron vidas, porque mejoraron la sensibilidad de la gente. Sobre todo entre los artistas, hay una línea que queda positiva."(Víctor Hugo Morales)⁶³

⁶³ PETTI, Alicia. *La cultura, la música el fútbol y la solidaridad*. [en línea] La Nación.com. 15 de junio de 2009. [Http://www.lanacion.com.ar/1139359-lacultura-lamusica-elfutbol-y-la-solidaridad](http://www.lanacion.com.ar/1139359-lacultura-lamusica-elfutbol-y-la-solidaridad).

Para empezar a desarrollar la descripción de nuestra producción "Cinco estrellas, el ranking cultural", y habiendo establecido en la unidad anterior qué es un género radiofónico, cuáles son sus características fundamentales y teniendo en claro que es sumamente primordial a la hora de comprender la génesis de un programa, entendemos que nuestra realización resume la hibridación de dos géneros: el informativo y el cultural. Si bien se puede suponer que toda emisión que genere información (ya sea en calidad de noticia, actualidad, móviles, etc.) podría encajar en el género informativo, estaríamos hablando de su estado puro. Tal como lo describe José Luis Martínez Albertos, que utiliza la clasificación de puros y mixtos, aclara que en *"las modalidades mixtas de la información radiofónica, se produce una coexistencia de varios géneros periodísticos, tanto informativos, como interpretativos, de opinión u otros"*.⁶⁴

Retomamos las clasificaciones de José Ignacio López Vigil⁶⁵: en cuanto a la "intención del emisor" el programa

será cultural. A esto lo definirán las temáticas en sí, y harán de la práctica del programa un espacio de circulación de conocimientos; acercará al público nociones, análisis e información sobre aspectos relacionados al arte, la política, la historia, etc. Según Mario Kaplún, *"cultura es lo que le sirve al hombre, lo que le sirve a la comunidad para su propia construcción social y humana. Es conciencia para comprender mejor el propio mundo"*. Por eso nuestro programa procurará *"la transmisión de valores, elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social"*⁶⁶.

Sin embargo, y continuando con la clasificación del autor López Vigil, según el "modo de producción de los mensajes" nuestro programa será periodístico por la práctica que nos exigirá la ejecución del programa. La acción de buscar, elegir, analizar, decidir qué se expresa y qué no, valorar cuales son los elementos y el contenido que se señalará; los temas que se tratarán estarán vinculados a

⁶⁴ MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. Op Cit.

⁶⁵ LOPEZ VIGIL, José Ignacio. Op Cit. P. 127

⁶⁶ KAPLÚN, Mario. *"Producción de programas de radio, el guión – la realización"*. Quito, Ecuador. CIESPAL. 1978. Capítulo I 'La Radio como instrumento de educación popular'. P. 21.

la realidad de ayer y de hoy, y de acontecimientos concretos. Se mostrará y se demostrará lo que pasa y lo que ha pasado, y la información que se presentará es verídica. Ejercemos un trabajo de recopilación, análisis y difusión.

De esta manera, es el contenido y las temáticas lo que hacen cultural a nuestro programa. Las razones por las cuales decidimos elegir un tema para el que se va a desarrollar la emisión, corresponden completamente a un criterio personal de la producción general, respetando las premisas que anteriormente señalaba Mario Kaplún al respecto de la cultura. Como la agenda diaria de noticias y eventos es muy rica en disparadores temáticos, tranquilamente podríamos basar la elección de las temáticas en tramas que se corresponden con hechos que han ocurrido durante el último tiempo. Por ejemplo, a partir de la muerte de Ernesto Sábato, decidimos para nuestro piloto, que entregamos junto con la memoria, hacer un programa basado en los mejores exponentes de la literatura argentina. Y de la misma manera, las emisiones sucesivas podrían estar basadas en temas

relacionados con la historia, la política, el deporte, la música, etc.

Al mismo tiempo, nuestro programa se enmarca dentro de la implementación de la nueva Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, la que abrió un nuevo enfoque respecto a la difusión de contenidos culturales. Según especifican dos de los puntos que elaboró la Secretaría de Comunicación Pública ante el Senado de la Nación en el año 2009, *“la radiodifusión es una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura y no un simple negocio comercial. La radiodifusión es un servicio de carácter esencial para el desarrollo social, cultural y educativo de la población, por el que se ejerce el derecho a la información. El público tendrá derecho a acceder a una información plural, así como a la diversidad cultural.”*

Otra característica esencial del programa es que no nos basaremos en ningún formato concreto, sino en una hibridación de tres formatos distintos: el ranking, el diálogo didáctico y la entrevista. De la misma manera que López Vigil expone que los géneros se “presienten”, desde el principio presentimos que los formatos posibles dentro del

género cultural al que nos queríamos avocar, estaban gastados y no nos convencían que eran la mejor forma para disponer nuestro mensaje.

Sin embargo, sí intuimos que un formato que podía resultar era el del ranking. Porque desde la primera impresión, la del formato que se utiliza para ordenar la cantidad en calidad, presupone una agilidad, un ritmo rápido. Y sobre todo porque en eso hacemos más hincapié, en la agilidad del formato, y no tanto el del ordenamiento en importancia, ya que la clasificación es una mera tarea descriptiva.

En la puesta al aire del programa se trabaja sobre una clasificación de puestos valorativos, se introduce al tema mediante el diálogo didáctico (entendido como *"un recurso que resulta más interesante, dinámico y pedagógicamente eficaz que la charla explicativa"*⁶⁷), y se completa la emisión con audios y una entrevista. Debido a que no existe una ortodoxia respecto a la realización y producción de estos formatos, y mucho menos en radio, nuestra intención es complejizar la tarea, pero

respondiendo a una necesidad de búsqueda de establecer una identidad, y una manera, una forma precisamente de producir el programa. Necesitamos organizar al fin la manera adecuada para lo que queremos transmitir. No es romper las reglas sobre producción en radio, sino simplemente jugar con ellas, abrirlas, mezclarlas, barajar y dar de nuevo, para que nuestro producto tenga una imagen propia. Para eso hemos empezado a recorrer y desarrollar este trabajo de tesis.

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Nuestra intención es realizar un programa radial cultural de contenido atemporal, es decir, que las temáticas del programa pueden surgir de la agenda diaria pero no estarán regidas por su sentido de actualidad. Será una emisión semanal de una hora de duración, dividida en seis bloques, en el que a través de cinco puestos, se relatarán los cinco episodios más relevantes del tema elegido, en orden de importancia, siendo el último el número uno, el más significativo.

⁶⁷ *Ibíd.* P. 135.

El nombre de nuestro programa es "Cinco Estrellas, el ranking cultural", primordialmente por lo que acabamos de explicar, el desarrollo de los cinco puestos. Pero en otro orden, también somos cinco integrantes los que componemos el equipo de producción y conducción del programa. Además, la canción "Cinco estrellas" de la banda Ataque 77, (cover de Leo Masliah) termina de definir el círculo de sentido de identidad del programa.

En cuanto a la dinámica de la emisión, el primer bloque estará destinado a una presentación de los integrantes y del tema que se abordará. Luego, desde el quinto hasta el primero, el modo de ejecución de los puestos es la técnica de diálogo didáctico entre columnista y conductor, y de esta forma se expresa el contenido que hace al puesto que compone el ranking temático. El puesto número uno es el más importante, tiene mayor duración, y concluye la temática y la significación del programa. Para esto se utilizarán los formatos previamente explicados, y primordialmente una entrevista en profundidad con la función de aportar datos, descripciones y opiniones sobre el tema a tratar, cuyo personaje indagado será idóneo,

competente al tema y tendrá la palabra autorizada por su trayectoria para informar y analizar, y de esta manera sellar el significado de la unidad temática del programa.

Consideramos que el programa podrá emitirse en cualquier banda radial, AM o FM, mientras exista coherencia entre el perfil de la emisora y nuestra producción. Tradicionalmente, y en general, las emisoras de Frecuencia Modulada exigían prevalecer la música en toda la programación, y por el contrario, las emisoras de Amplitud Modulada en su grilla priorizaban emisiones de contenido, y la música era accesoria. Sin embargo, hoy por hoy existe una hibridación entre estilos con respecto a los usos tecnológicos y artísticos de los programas de AM y FM, tal como repasamos a lo largo de las anteriores unidades. Por esto, también incluimos a la FM como opción de emisora, aunque la mayoría de las AM mantienen una cierta estructura sobria y formal que se condice más con los programas informativos y culturales como el nuestro. La condición no es la banda sino el perfil.

Para analizar nuestra posible audiencia, nos basamos en el criterio de María Cristina Mata, quien refiere que "la

audiencia es un concepto, un modo de designar a un conjunto de seres concretos a los que se les reconoce o atribuye una característica común, que puede ser el hecho de escuchar radio o hacerlo con determinada frecuencia o respecto a una emisora concreta. En segundo lugar, la audiencia es equivalente a público, y designa a una masa de individuos, un agrupamiento a distancia, una forma de sociabilidad con un mínimo grado de fusión y participación en común.”⁶⁸

La autora enuncia dos consideraciones respecto a los oyentes, de acuerdo a las diferentes perspectivas que manejan las emisoras: por una lado, las radios comerciales y las que manejan contenidos musicales, apuntan y definen a su público como un ‘target de consumo’, muy segmentadas de acuerdo a principios básicos como género, edad y clase social. Pero muy diferente atención le prestan aquellas emisoras culturales, comunitarias o públicas, que lejos de lemas de ‘darle al público lo que piden’, articulan y catalizan potenciales audiencias, es decir, construyen un

amplio espectro de posibles oyentes, que canalicen por este medio otras necesidades comunicacionales. En este sentido, la audiencia es considerada como un objeto histórico, esto es, variable y dinámica de acuerdo con los cambios que se producen en las radios y en la sociedad.

De acuerdo con este lineamiento, sentimos más afinidad con esta segunda observación de la autora: nuestra producción no estará destinada a un público segmentado y determinado por ninguna variable, sino que estará dispuesto a cualquier oyente interesado en la cultura y en los temas propuestos.

En referencia al segmento horario en el que pensamos que podría emitirse “Cinco estrellas, el ranking cultural” sería el de la última parte del día, un espectro comprendido entre las 20 y 24 horas. Pese a que entendemos que podríamos convenir que cualquier producción podría emitirse en cualquier horario, existe fuertemente marcada una lógica de programación en la que, tanto para emisoras AM y FM, la mañana está dedicada al ritmo de la información y la noticia, y la tarde

⁶⁸ MATA, María Cristina y SCARAFÍA, Silvia. Op. Cit.

más pensada desde la comunicación con el oyente y la llamada 'vuelta a casa'.

Las técnicas que emplearemos para la realización de la producción radiofónica serán, en primer lugar, las que atañen obligadamente para hacer un programa de radio. La artística forma parte de todo emprendimiento radial, y define el estilo y la estética de lo que uno está haciendo. El programa tiene una artística propia, constituida por una presentación, varios separadores, institucionales de la radio y del programa y otros destinados a informar sobre las líneas de comunicación (telefónica, correo electrónico y redes sociales). Cada puesto tiene su artística de presentación, haciendo alusión al orden de cada uno de ellos en el ranking a lo largo del programa. Al mismo tiempo el programa está acompañado por temas musicales que no tendrán un género musical determinado, sino que las canciones surgen a partir de cada temática y los personajes o eventos que componen los puestos.

Por otro lado en la búsqueda de un tema musical que caracterice y defina la artística del programa, encontramos el tema "Cinco Estrellas" de la banda Ataque 77, rock punk

nacional, siendo un cover de Leo Masliah, que se ajusta perfecto en todo sentido. Dado que cada programa será de tipo unitario, es decir, cada uno tendrá un tema y una entrevista que se abre y se termina en ese mismo programa, nos vimos en la necesidad de encontrar una artística identitaria. El objetivo de esto será lograr que el oyente, al escuchar dos o tres minutos identifique a nuestra emisión. Para esto optamos por una artística general más uniforme que englobe a todos los bloques. Por ello cuenta con una única música que se encuentra en la presentación y en cada puesto, que es el tema "Cinco Estrellas".

Además, el uso de nuevas tecnologías, en este caso la edición digital de sonido, será una herramienta primordial para la generación y utilización de diferentes audios de archivo que cumplirán la función de elemento ilustrativo del episodio o personaje que se está reconstruyendo.

PROGRAMA PILOTO

La emisión de “Cinco estrellas, el ranking cultural” que decidimos presentar con nuestra tesis es “Exponentes de la literatura argentina”. En este programa se presentan cinco escritores argentinos, elegidos a partir del criterio de la producción, por su importancia y trascendencia en Argentina y en el mundo: Jorge Luis Borges, Ernesto Sábato, Julio Cortázar, Roberto Arlt y Alfonsina Storni. Como aproximación al tema elegido para este programa, hicimos un relevamiento de la historia de la literatura argentina, sobre la cual la producción del programa debatió y propuso a los escritores seleccionados. Además, tuvimos en cuenta una nota del diario La Nación, de julio de 2011 (ver Anexo I), que aborda una encuesta realizada en la Feria del Libro de este año por la encuestadora Gallup, acerca de los hábitos de lectura, que arrojó como resultado una afinidad muy cercana a la que presentamos como análisis en nuestro programa.

HISTORIA DE LA LITERATURA ARGENTINA

1810 – 1900

Dentro del panorama de las literaturas de Hispanoamérica, en Argentina no quedan vestigios escritos de literaturas aborígenes. No se han encontrado, en general, aportes apreciables de los indígenas de la selva, como los matacos, los tobas, mocovíes, como si sucedió en México y en Perú. Los primeros registros son crónicas de viajeros extranjeros: Ulrico Schmidel, Martín del Barco Centenera y Ruy Díaz de Guzmán. Luis de Tejeda, discípulo de Góngora y San Juan de la Cruz, es el primer poeta argentino.

Las letras de la época colonial o virreinal - pseudoclásica, barroca y épica- crecen al amparo del fervor independentista: Vicente López y Planes, Pantaleón Rivarola y Esteban de Luca. Aparecen los esbozos de la gauchesca Bartolomé Hidalgo, Hilario Ascasubi y Estanislao del Campo, un género nativo que alcanzará su máxima expresión con la obra El gaucho Martín Fierro, de José Hernández, representativo del sentimiento y el carácter nacionales.

La ruptura con la tradición española, en favor del romanticismo francés que postula el retorno a las fuentes populares y al pasado medieval, permite que Esteban Echeverría, su primordial epígono, sea el creador del primer cuento local y realista: El matadero, y del poema La cautiva, donde el escenario de la pampa es primordial.

Germina una literatura de madurez intelectual y política. A mediados del siglo XIX José Mármol publica la primera novela argentina Amalia. Mientras la poesía decrece su espíritu combativo y se vuelve hacia lo anecdótico y sentimental: Carlos Guido y Spano y Ricardo Gutiérrez, las crónicas costumbristas: Vicente Fidel López, Lucio V. Mansilla y Juana Manuela Gorriti y las históricas: Bartolomé Mitre y Domingo F. Sarmiento, testimonian el sentimiento de la organización nacional.

La generación de 1880, traza teórica y metódica de una literatura con señales propias, acentúa la coloración europeizante y la primacía cultural de Buenos Aires por antonomasia. Todavía no son significativas las letras de provincia. La corriente inmigratoria de variada étnica acentúa el cambio de la gran aldea por la urbe cosmopolita.

La poesía es lírica e imprecatoria: Leopoldo Díaz y Almafuerte; el ensayo es un género reciente: José Manuel Estrada, Pedro Goyena y Joaquín V. Gonzáles; la narrativa pendula entre lo social y el costumbrismo: Miguel Cané, Eugenio Cambaceres, Julián Martel, Francisco Sicardi y Carlos María Ocantos.

Hacia final de siglo, de la mano y la letra de Rubén Darío, surge el modernismo. Preciosismo y simbolismo resumen la nueva estética, la que dará la voz más alta de la poesía argentina contemporánea: Leopoldo Lugones, a quien se debe, asimismo, el primer cuento de ciencia ficción en nuestra literatura. Lugones es el paradigma que cesura en dos campos la literatura argentina.

La voz de Lugones, entonces, resonará por largo tiempo, pero, lateralmente, surgen otras dos líneas de creación: el criollismo, pontificador del realismo rural con Horacio Quiroga y Roberto Payró, y el sencillismo, una poética de lo popular con Evaristo Carriego y Baldomero Fernández Moreno. Un intermedio crítico permite rescatar, el tradicionalismo de Ricardo Güiraldes y Guillermo

Hudson; el preciosismo de Enrique Larreta; y el mester de juglaría de Enrique Banchs.

1900 A LA ACTUALIDAD

Ya entrado el siglo XX, pero fundamentalmente hacia 1920, surge en las letras argentinas una nueva generación de notables valores, como Jorge Luis Borges con Fervor de Buenos Aires e Historia universal de la infamia, entre otras obras, Eduardo Mallea con Cuentos para una inglesa desesperada e Historia de una pasión argentina, Ezequiel Martínez Estrada con Radiografía de la Pampa y La cabeza de Goliath.

Aparecen también otros escritores que ahondan, de uno u otro modo, la problemática social: Roberto Arlt, torturado cronista en El juguete rabioso y Los siete locos y, entre los más recientes, Manuel Mujica Láinez, Ernesto Sábato, Adolfo Bioy Casares, Vicente Barbieri, Julio Cortázar, Silvina Bullrich, Marta Lynch y Alfonsina Storni.

Entre 1940 y 1960 aparece la llamada generación del 40, que se centra en la poesía, y desarrolla lo descriptivo, lo nostálgico y lo memorioso con Vicente

Barbieri, Olga Orozco, León Benarós y Alfonso Sola González y María Elena Walsh.

Hacia 1950 surge otro movimiento, el neohumanismo, que es una respuesta al nuevo estado del pensamiento de posguerra. En un andarivel corren los vanguardistas: Raúl Gustavo Aguirre, Edgar Bayley y Julio Llinás; en otro, los existencialistas: José Isaacson, Julio Arístides y Miguel Ángel Viola; más allá, quienes concilian ambas tendencias con un soporte regionalista: Alfredo Veirabé, Jaime Dávalos y Alejandro Nicotra. En los narradores encontramos testimonios candentes de la época: Beatriz Guido, David Viñas y Marco Denevi. Se percibe, en la mayoría de estos escritores, una fuerte influencia de la poesía anglosajona e italiana.

A partir de la década del sesenta se impone una nueva censura generacional. Las influencias son heterogéneas: Sartre, Camus, Eluard; algunos españoles como Celaya y connacionales como Borges, Arlt, Cortázar y Marechal. Dos tendencias se advierten: el rastreo del tiempo metafísico y la historicidad (Horacio Salas, Alejandra Pizarnik y Ramón Plaza), y las convulsiones

urbanas y sociales (Abelardo Castillo, Marta Lynch y Manuel Puig).

Los años setenta son oscuros para la creación intelectual. El signo de la época es el exilio: Juan Gelman y Antonio Di Benedetto, o la muerte: Roberto Santoro y Haroldo Conti. Algunos poetas como Agustín Tavitán y Antonio Aliberti, narradores como Osvaldo Soriano y Fernando Sorrentino, y ensayistas como Ricardo Herrera y María Rosa Lojo, sobresalen entre las vicisitudes y renuevan el campo de las ideas éticas y estéticas.

La narrativa de las últimas décadas carece de encuadramientos rígidos y registra matices diversos, que van desde un realismo costumbrista tradicional hasta el ficcionismo posmoderno, pasando por la novela histórica o de dominante psicoanalítica, la incorporación de los lenguajes de los medios masivos o el pop art. Vayan como ejemplo los nombres de Marcos Aguinis, Juan José Hernández, Isidoro Blaisten, Daniel Moyano, Héctor Tizón, Abelardo Castillo, Ricardo Piglia, Juan José Saer, Jorge Asís, Héctor Lastra, Rodolfo Rabanal, Amalia Jamilis, Alicia

Steinberg, Juan Martini y Liliana Heker, entre muchos otros.

La temática del programa piloto surge a partir de la muerte de Ernesto Sábato ocurrida el 30 de abril de 2011. Sin lugar a dudas fue un suceso importante para la literatura argentina, puesto que fallecía el último gran escritor que supo tener el siglo XX. A partir de esta noticia, pensamos en producir un programa no sólo en el que se haga referencia a este gran escritor, sino a cinco de los más grandes. De la misma manera, pensamos que Jorge Luis Borges es el máximo exponente. Su obra ha sido traducida a casi todos los idiomas del mundo, ha recibido importantísimos premios y sus libros son cátedras en las universidades más importantes. Por otro lado, la obra de Julio Cortázar también fue un símbolo no sólo de la literatura argentina, sino de toda la latinoamericana, y ha sido el embajador de las letras a favor de causas políticas, siendo uno de los personajes literarios más importantes de la década del '60 y '70. En otro sentido, Roberto Arlt, referenciado por Ricardo Piglia como el literato que inició la literatura moderna del siglo XX, a partir de su estilo



transgresor de escritura, aportó su perspectiva revolucionaria no sólo a la literatura, sino también al periodismo. Asimismo nos motivó la inclusión de una mujer que represente lo que el género femenino le contribuyó a los círculos literarios argentinos, y seguramente quien inició ese camino de reconocimiento fue Alfonsina Storni, la primera poetisa vanguardista que supo abrirse paso, aunque con un tardío reconocimiento.

El ranking del programa "Exponentes de la literatura argentina" está constituido de la siguiente manera: el puesto Nº 1 es Jorge Luis Borges; el puesto Nº 2 lo ocupa Ernesto Sábato; el Nº 3 está destinado a Julio Cortázar; el Nº 4 para Roberto Arlt; y el Nº 5 y último, Alfonsina Storni.

En cada puesto, los columnistas no tendrán un guión preestablecido de la información que se presentará para cada escritor, sino que el informe de cada uno de los exponentes se desarrolla mediante un diálogo didáctico entre el columnista y el conductor. Para enriquecer y graficar al personaje del que se está hablando, se utilizan archivos sonoros de testimonios o lecturas de los propios autores referenciados de sus propias obras.

El puesto Nº 1, como se mencionó anteriormente, es el más relevante dentro del ranking del programa, por lo tanto además de utilizar los recursos que ya hemos mencionado para los puestos anteriores, contiene una entrevista en piso a una persona idónea en el tema, que con su experiencia y conocimientos, revaloriza la elección del escritor del primer lugar.

La entrevistada será la escritora y poetisa platense María Cecilia Font, quien publicó entre sus obras, en 1987, el libro *La espada más aguda*, el cual es un homenaje a Jorge Luis Borges. Esta autora cuenta con una vasta trayectoria y con diversos reconocimientos y premios locales e internacionales: Faja de Honor y Primer Premio de la SADE (1968); III Premio de la Subsecretaría de Cultura Provincial (1972); Primer Premio de la Municipalidad de La Plata (1972); Faja de Honor de la SEP; y Distinción de la UNESCO para la difusión de "A Dios que recuerda".

El equipo de personas que lleva adelante "Cinco estrellas, el ranking cultural" está conformado en primer lugar, por un conductor: frente al oyente, es la voz del programa, la "cara" que lo identifica. Es el responsable de

articular al aire los distintos momentos del programa. Es quien presenta a los columnistas, y el que introduce y cierra las entrevistas.

Por otra parte, hay tres columnistas. Dos de ellos dan lugar a los puestos del N° 5 al N° 2, y el tercero está encargado del puesto N° 1. El columnista tendrá la capacidad comunicacional de difundir información y análisis sobre los temas particulares de cada programa.

Por último, el productor. En este caso cabe dividir este rol en dos facetas: por un lado, la producción general, quienes somos los que conformamos el programa "Cinco estrellas, el ranking cultural"; los responsables de proveer de contenido al programa, el armado de temas posibles a tratar, sugerir entrevistados, arreglar las entrevistas, buscar información y archivos sonoros.

En otro orden, el productor de aire, el único integrante que no tiene "salida al micrófono" es el encargado de ir armando el programa durante la emisión, informando y coordinando con el conductor y el operador técnico todo lo plasmado en la pauta. Éste es el

responsable del aire y el único que, durante la emisión, decide hacia dónde va el programa.

Además, el programa tendrá música, que será elegida a partir de la relación que ciertas canciones tengan con los personajes de los puestos. Además, sirve como herramienta para hilvanar los bloques, más allá de la pauta publicitaria de una potencial emisora y los propios separadores institucionales de la emisión.

Finalmente, está claro que nuestro programa piloto será grabado con el fin de entregarse para la presente tesis. A fin de que la construcción del aire radiofónico tenga una impronta lo más parecida a la realidad, decidimos enmarcar el relato en una hora y dial específico. Tuvimos en cuenta lo que previamente señalamos en los párrafos anteriores acerca de horarios y emisoras, y consideramos a una radio local, como lo es la FM Universidad 107.5, y el horario de lunes de 22 a 23 horas.

PAUTA DEL PROGRAMA PILOTO

El guión es el instrumento que sirve para planificar cualquier programa radiofónico y, especialmente, para

prever todo el material sonoro que será necesario para su producción. En el guión se detallan, por tanto, todos los pasos a seguir y, en función del programa al que nos vayamos a enfrentar, será más o menos exhaustivo. Además, el guión es la pieza clave para que locutores y técnicos de sonido se entiendan y sepan qué es lo que configura un espacio en cada momento.

A continuación se describe brevemente la estructura del programa.

BLOQUE 1

El conductor presenta el programa y el tema que se va a tratar a lo largo del programa.

BLOQUE 2

Se desarrolla el puesto N° 5.

BLOQUE 3

Se presenta el puesto N° 4.

BLOQUE 4

Se explica el puesto N° 3.

BLOQUE 5

Se realiza el puesto N° 2.

BLOQUE 6

Se expone el puesto N° 1 y se realiza la entrevista.

CONCLUSIÓN



Desde que comenzamos con la realización de la presente tesis de grado, sentimos que necesitábamos concluir con nuestro recorrido a lo largo de los años de estudio, haciendo una producción que pudiese articular nuestras prácticas en radio con una nueva mirada. De esta manera, la concreción del programa “Cinco estrellas, el ranking cultural” viene a ser el epílogo de nuestra pasión en el periodismo, que es la radio, sumando un plus a nuestra experiencia, desde la acción y la reflexión.

Consideramos que nuestro aporte ha sido no solo un producto que responda a una necesidad comunicacional distinta e innovadora, que supo nutrirse de experimentaciones previas que vale la pena tener presente, sino que además se adentró en un camino que no se acostumbra a desandar: el de la teoría radiofónica. De ninguna manera podemos menospreciar los trabajos que hemos tenido en cuenta de varios autores, pero a lo largo de las páginas pudimos poner de manifiesto que falta mucho todavía por descubrir en el estudio de géneros y formatos en radio, cuyos límites y atribuciones se ponen en juego día a día en la práctica radiofónica, y muchas veces

quedan solamente en el ‘eter’ de la radio. Desde ese punto de vista, nuestra contribución fue la de realizar un análisis desde el lenguaje radiofónico propiamente dicho, para poder llegar así a comprender mejor lo que se construye cuando se hace un programa. No solamente utilizamos al soporte radiofónico como un medio, sino también como un mensaje.

Nos habíamos propuesto realizar un estudio de la historia del dispositivo, como primer paso dentro de la investigación, para saber dónde estábamos parados. Una vez allí, surgieron matices del medio que nos resultaron sumamente interesantes, como el caso de las radios alternativas, el servicio de radios comunitarias en toda América Latina, y sobre todo los ejemplos que fueron emergiendo de lejanas prácticas de radio algunas décadas atrás, que nos sirvieron de cimiento para poder explicar y graficar cuáles eran nuestras intenciones como comunicadores.

Habiendo establecido cuáles fueron los gigantes pasos que la radio había dado a lo largo de los años, nos centramos en realizar un análisis anacrónico de los



elementos que componen a nuestro objeto de estudio, no desde una mirada clásica, sino transformadora. Poder profundizar y reconstituir los conceptos claves de género y formato, desde la hibridación que la práctica exige.

Una vez conformada nuestra integridad teórica y conceptual, y sintiéndonos afianzados, dimos curso a la realización del programa, con el que sellamos nuestra tesis y nuestra carrera. Si bien el estudio de la comunicación no se termina cuando abandonamos la institución universitaria, sino que prosigue a lo largo de los años con la práctica y la investigación, concluimos que con la tesis de grado pudimos dar un gran salto a lo que los años de cursadas nos habían brindado, y que pudimos complementar con gran suficiencia.

BIBLIOGRAFÍA



- ALBERT, Pierre y TUDESQ, André-Jean. *Historia De La Radio Y La Televisión*. París, Francia. Fondo De Cultura Económica. 1981.
- ALCALDE, Alfonso. *Sobre el teatro latino*. [en línea] Libros Gratis Web. <http://www.librosgratisweb.com/html/alcalde-alfonso/sobre-el-teatro-latino/index.htm>
- ALVES, Walter. *Estrategia de los pequeños formatos. Una programación buena, bonita y barata*. Quito, Ecuador. CIESPAL. 1998.
- ARMAND, Sergio y TRULLS, Marcelo. *Radio Lienzo Sonoro. Apuntes para una radio posible*. Buenos Aires, Argentina. Grafi-k. 2003.
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Declaración final de AMARC 10. [en línea] Amarc Argentina. 11 de noviembre de 2010. <http://amarcargentina.org.ar/web/2010/11/declaracion-final-de-amarc-10/>
- BAJTIN, Mijail. *Estética de la creación verbal*. México. Siglo XXI. 1995.
- CHIALVO, Guillermo. *Internet llegó para quedarse*. [en línea] Clarín.com. 21 de mayo de 2010. http://www.clarin.com/espectaculos/radio-Internet_0_268773308.html
- COLECTIVO LA TRIBU. *La Tribu. Comunicación alternativa*. Buenos Aires. Ediciones La Tribu. 2000.
- Diario Clarín. *Risa de Noche*. [en línea] Clarín.com. 29 de marzo de 2002. <http://edant.clarin.com/diario/2002/03/29/c-365170.htm>
- DIÉGUEZ, Carlos Rafael. *La radio, en especial la latinoamericana, ha servido como intercomunicador de grandes zonas de silencio*. [en línea] Rebelión. 14 de marzo de 2008. <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=64615>
- FAUS BELAU, Ángel. *La radio: introducción a un medio desconocido*. Madrid, España. Guadiana. 1973.

- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México. Grijalbo. 1990.
- GENTILE, Laura. *Hace 20 años, la radio se sacaba el saco*. [en línea] Clarín.com 28 de septiembre de 2005. <http://edant.clarin.com/diario/2005/09/28/espectaculos/c-00611.htm>
- GOMIS, Lorenzo. *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona, España. Editorial Uoc. 2008.
- GUBA, E.G. y LINCOLN, Y.S. *Fourth Generation Evaluation*. California, EUA. In N. Denzin, & Y. Lincoln. 1989
- HALL, Stuart. *Codificar/Decodificar*. En: ENTEL, Alicia. *Teorías de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Hernandarias. 1994.
- HAYE, Ricardo M. *El arte radiofónico*. Buenos Aires, Argentina. La Crujía Ediciones. 2004.
- HAYE, Ricardo M. *La radio del siglo XXI, nuevas estéticas*. Buenos Aires, Argentina. Ciccus. 2000.
- HUERTAS, Amparo y PERONA, Juan José. *Redacción y locución en los medios audiovisuales. La Radio*. Barcelona, España. Bosch Comunicación. 1999.
- JASINA, Esteban. *Internet llegó para quedarse*. [en línea] Clarín.com. 21 de mayo de 2010 http://www.clarin.com/espectaculos/radio-Internet_0_268773308.html
- JEMIO, Diego. *Entre el folclore y el rock*. [en línea] Clarín.com. 04 de diciembre de 2006. <http://edant.clarin.com/diario/2006/12/04/espectaculos/c-00801.htm>
- KAPLÚN, Mario. *"Producción de programas de radio, el guión – la realización"*. Quito, Ecuador. CIESPAL. 1978.
- LOPEZ VIGIL, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, Ecuador. Artes Gráficas Silva. 1997.

- MANZI, Federico y VIGLIANO, Pablo. *Aquí Radio Bangkok: El Documental*. [en línea]. Radio Bangkok. El documental. 02 de noviembre de 2007. <http://radiobangkokdocumental.blogspot.com/>
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Retos a la investigación de comunicación en América Latina*. [en línea] Lic. en comunicación. <http://licencomunicacion.com.ar/articulos/Varios/barbero2.htm>
- MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. *Curso general de redacción periodística. Lenguajes, estilos y géneros periodísticos en prensa, radio televisión y cine*. Madrid, España. Paraninfo. 1993.
- MATA, María Cristina y SCARAFÍA, Silvia. *Lo que dicen las radios*. Quito, Ecuador. ALER. 1993.
- MUÑOZ, José Javier. *Redacción periodística. Teoría y práctica*. Salamanca, España. Librería Cervantes. 1994.
- ORTIZ, Miguel Ángel, y VOLPINI, Federico. *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y formulas*. Buenos Aires, Argentina. Paidós Ibérica. 1998.
- PAGÉS, Verónica. *El Tren Fantasma*. [en línea] La Nación.com. 03 de septiembre de 1999. http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=193126
- PETTI, Alicia. *Alejandro Dolina, un artista del humor*. [en línea] La Nación.com. 13 de julio de 2003. <http://www.lanacion.com.ar/507386-alejandro-dolina-un-artista-del-humor>
- PORTA, Luis y SILVA, Miriam. *La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa*. [en línea] Investigaciones cualitativas & Nvivo. <http://www.investigacioncualitativa.es/Paginas/Articulos/investigacioncualitativa/PortaSilva.pdf>
- Sonidos de la Memoria. *Radioteatro en Chile*. Sonidos de lo memoria. [en línea] 18 de noviembre de 2008. <http://sonidosdelamemoria.blogspot.com/2008/11/radioteatro-en-chile.html>

- STEIMBERG, Oscar. *Semiótica de los medios masivos: el pasaje a los medios de los géneros populares*. Buenos Aires, Argentina. Atuel. 1993.
- TAYLOR, S. J. y BOGDAN, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona, España. Paidós. 1998.
- ULANOVSKY, Carlos. *Días de Radio II*. Buenos Aires, Argentina. Emecé. 2004.
- URANGA, Washington. *El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación*. Apunte de cátedra del Taller de planificación de procesos comunicacionales. FPyCS. UNLP
- VIGLIANO, Pablo y MANZI, Federico. *La irrupción de los nuevos modos de hacer Radio FM para jóvenes en la Argentina, desde mediados de los años ochenta. Caso -Radio Bangkok-, emitido por FM Rock & Pop*. Tesis de grado en la licenciatura de Comunicación Social. La Plata, Argentina. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. 2006. P. 5.
- WOLF, Mauro. *Géneros y Televisión*. Barcelona, España. Departament de Teoría de la Comunicació. Universidad Autónoma de Barcelona. Revista Análisi. Nº. 9.
- WOLTON, Dominique. *Pensar la comunicación*. Buenos Aires, Argentina. Prometeo Libros. 2007.
- Zonasafariblog. *Mario Pergolini sobre "malas companias"* [en línea]. Youtube. 28 de septiembre de 2009. <http://www.youtube.com/watch?v=vL9-gPzeCAU>.



ANEXOS

Encuesta de TNS Gallup para LA NACION

El 58% de la gente no leyó ningún libro en el último año La Feria crece, pero no el hábito de lectura

Martes 06 de mayo de 2008 | **Publicado en edición impresa**

A pesar de que la Feria del Libro recibe 1,2 millones de visitantes por año y de que las editoriales ofrecen un mercado de 67 millones de ejemplares, más de la mitad de la población –el 58%– no leyó ningún libro el último año. Y el 55% no se anima a definir quién es el principal escritor argentino. Así lo refleja una encuesta de TNS Gallup para La Nación, cuyos resultados muestran hábitos de lectura similares a los de la última medición, en 1999.

El estudio se hizo con entrevistas a 1006 personas, mayores de 18 años, y revela que el 42% leyó por lo menos un libro en los últimos 12 meses. El porcentaje desciende al 34% si se miden los últimos seis meses y llega al 23% cuando se toman en cuenta los textos leídos en el último mes.

En un primer análisis, los resultados indican que no han tenido mayor efecto en el hábito de lectura las campañas de organismos oficiales y asociaciones civiles en los últimos años, como tampoco tuvo gravitación el crecimiento de la Feria del Libro.

Ayer, por ejemplo, el ministro de Educación, Juan Carlos Tedesco, lanzó un programa para el mejoramiento de la lectura en las escuelas, por el cual se pide a los docentes que todos los días, al comenzar cada clase, lean textos en voz alta a sus alumnos. Pero los autores de la medición dicen que no es para despreciar que los índices de lectura se mantengan en los mismos términos que hace nueve años. "Quiere decir que el libro no sufrió el impacto del avance de las comunicaciones y de Internet", dijo Constanza Cilley, de TNS Gallup, a LA NACION, al interpretar los resultados.

Si bien las conclusiones generales son similares a la encuesta de 1999, se perciben leves diferencias. Hace nueve años, el 36% dijo que había leído algún libro en los seis meses previos a la medición y el 27%, en el mes anterior, algunos puntos por encima de la encuesta actual. También se ha mantenido en 5,9 libros por persona el promedio de textos leídos por año, según lo declarado por quienes se manifestaron lectores.

Consultado por LA NACION, el escritor Mempo Giardinelli, que preside una fundación dedicada a la promoción y el fomento de la lectura, sostuvo ayer que el porcentaje del 42% que leyó libros en el último año "no es alto ni bajo; simplemente es un registro de la realidad que no evalúa la calidad de lo leído". Señaló que "los índices de lectura per cápita en la Argentina siguen siendo bajos. Pero lo más preocupante no es eso, sino la calidad de lo que se lee".

En diciembre último, la Fundación Mempo Giardinelli también midió los hábitos de lectura en la población de Resistencia y sus alrededores y concluyó que el 47% no había leído ningún libro en el último año.

En la medición de TNS Gallup, los libros de historia y las novelas de autores argentinos y extranjeros encabezan las preferencias de los lectores, que siguen considerando a Jorge Luis Borges el escritor más importante. El autor de *El Aleph* fue mencionado por el 26% de los encuestados, aunque una amplia mayoría (55%) no supo dar ninguna respuesta cuando se lo invitó a nombrar al escritor argentino más célebre.

Género predilecto

La novela es uno de los géneros predilectos por los lectores. El 10% prefiere autores argentinos, otro 10% lee novelas extranjeras y un 9% es lector de autores latinoamericanos. Sumando los dos primeros, se percibe una aceptación del 20%, aunque la encuesta de TNS Gallup los muestra por separado. El 11% se pronuncia por los libros de historia.

"Hay una baja en la demanda de religión y temas trascendentes -cayeron del 12 al 7%- y un crecimiento de los libros de autoayuda y *new age*", observó Cilley, de TNS Gallup.

El 5% de la gente que se confesó lectora dijo que consume habitualmente libros de autoayuda y *new age*, modalidad literaria que hoy se ubica en el mismo nivel que las obras clásicas.

Por encima de ambos géneros, se encuentran los textos de poesía y biografías (6%) y más abajo siguen los temas de ciencia (4%), hogar/cocina/jardinería (4%), deportes (3%), diccionarios y enciclopedias (2%) y obras de filosofía, sociología, psicología y política (2%). Los libros de denuncias e investigaciones periodísticas y los ensayos son leídos por el 1% de la gente lectora.

Entre quienes leyeron libros en el último año, se percibe un crecimiento significativo entre las mujeres. "Los hombres son menos lectores, pero más voraces: leen más libros por año que el promedio general", precisó Cilley, al señalar que el mismo fenómeno se registra entre los lectores del interior.

Mientras los hombres leen principalmente los libros de historia, las mujeres prefieren novelas de autores argentinos. Y los jóvenes se inclinan hacia las novelas extranjeras.

Los jóvenes van mejor

Mempo Giardinelli observó que en los últimos cinco años, desde la crisis de 2001, se nota un fuerte impulso en las campañas de lectura y que hay una mayor conciencia de la importancia de la lectura. Y opinó: "Los jóvenes van mucho mejor, porque los adultos que perdieron la lectura como hábito son muy difíciles de recuperar".

Frente a la pregunta sobre el último libro leído, el 45% de los que se declararon lectores en la encuesta de TNS Gallup no pudo mencionar ningún título. Entre una gran dispersión, las respuestas incluyen desde la Biblia -el más citado- hasta la serie de *Harry Potter*, el *Martín Fierro*, *El alquimista*; *Padre rico, Padre pobre* y *Mi planta de naranja lima*. También aparecen, sin identificar, libros de Jorge Bucay, Paulo Coelho y García Márquez, además de textos de cocina y biografías.

A Borges, el escritor más citado (26%), le siguen Ernesto Sábato (6%), Julio Cortázar (3%) y José Hernández (2%). Las respuestas, que estaban abiertas a la declaración espontánea del encuestado, incluyen con un 1% a escritores tan opuestos como Bioy Casares, Gabriel García Márquez y Jorge Bucay.

Por el contrario, la pregunta "¿Ha leído alguna vez un libro de los siguientes escritores?" contemplaba una opción cerrada, entre cuatro autores ilustres: Borges (28%), Sábato (21%), Cortázar (17%) y Bioy Casares (9%).

"La única herramienta para leer es leer. Así de sencillo", dijo Mempo Giardinelli. Luego vienen, explicó, las estrategias: compartir la lectura, leer en voz alta. En sintonía con la propuesta lanzada ayer por Tedesco, el escritor recomendó en la escuela "despojar a la lectura de toda obligación y solemnidad, y descubrir en el ocio la maravilla que es leer".

Por Mariano de Vedia

De la Redacción de La Nación

ENCUESTA SOBRE LOS HÁBITOS CULTURALES

Consultora TNS Gallup – mayo 2007





¿Qué es el OMNIBUS TNS Gallup?

- El **OMNIBUS TNS Gallup** es una encuesta **nacional** que se realiza todos los meses, en la que los clientes contratan un **espacio exclusivo** para sus preguntas
- La participación del cliente es **Confidencial**
- Cada cliente recibe en **Exclusividad** sus resultados
- El cliente contrata la **Cantidad** de preguntas que necesita



Principales resultados

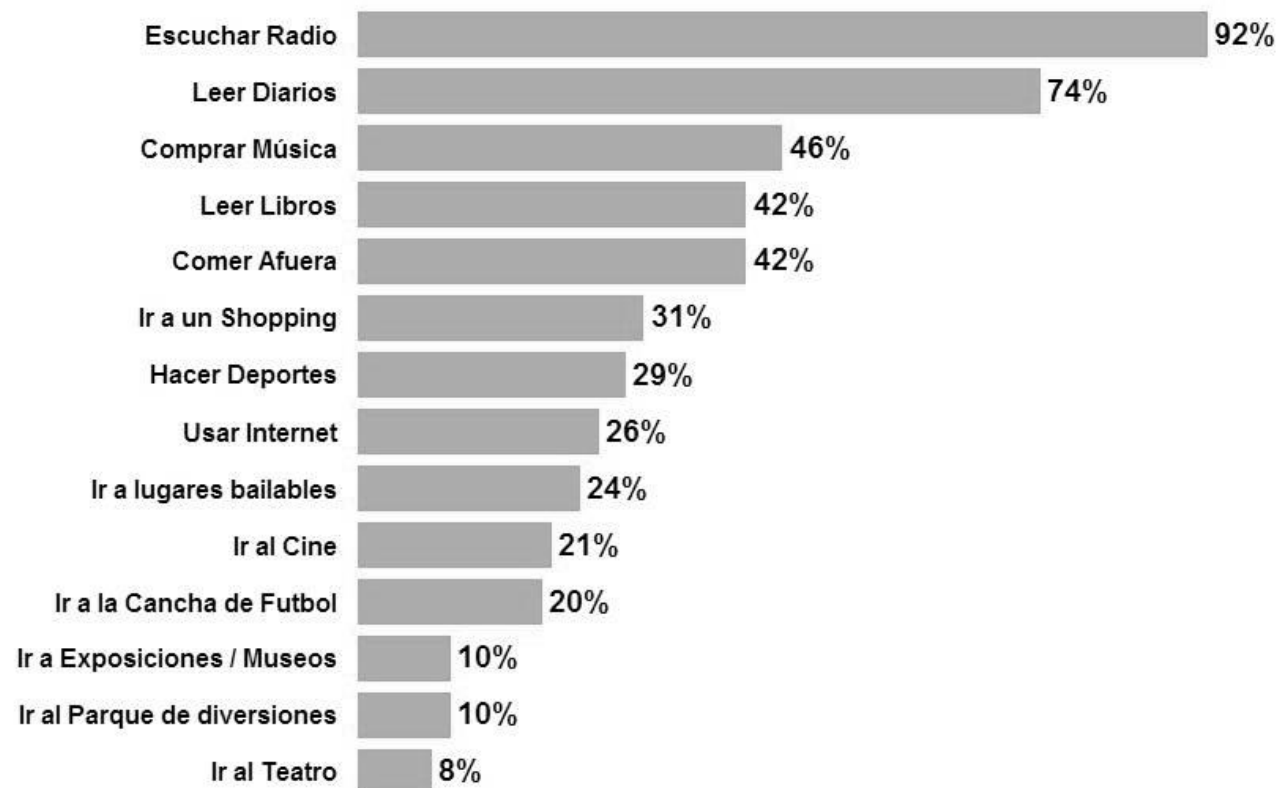
- La investigación llevada a cabo por TNS Gallup muestra que después de los medios masivos como la radio y los diarios, comprar música, comer afuera y leer libros son las actividades más frecuentes de los argentinos
- Con relación a sondeos realizados desde 2000, los argentinos muestran significativos aumentos en la compra de música y las salidas a comer afuera, mientras que disminuye la lectura de libros
- El folklore, el cuarteto/ cumbia/ bailanta y la música latina son los géneros musicales preferidos por los argentinos. Se detecta un importante aumento en la preferencia por el cuarteto/ cumbia/ bailanta
- Dos de cada 10 argentinos declararon realizar alguna actividad con fines artísticos o creativos en los últimos 12 meses

ESTUDIOS OMNIBUS ?

Después de los medios masivos como la radio y los diarios, comprar música, comer afuera y leer libros son las actividades mas frecuentes de los argentinos


Actividades realizadas en los últimos 6 meses

¿Con qué frecuencia ha realizado las siguientes actividades?



Base: Total muestra representativa a nivel nacional

ESTUDIOS OMNIBUS ?



Se detecta un aumento en las actividades a menor edad (salvo para la lectura de diarios, las idas a museos/exposiciones y el teatro, que se reparten más homogéneamente en los distintos segmentos).

tns gallup

Actividades realizadas en los últimos 6 meses


CRUCE POR SEGMENTOS

	TOTAL	EDAD				
		18-24	25-34	35-49	50-64	65 y +
Escuchar Radio	92%	97%	91%	90%	89%	94%
Leer Diarios	74%	72%	74%	74%	76%	72%
Leer Libros	46%	45%	47%	41%	40%	36%
Comer Afuera	42%	55%	53%	44%	30%	18%
Comprar Música	42%	67%	61%	49%	34%	9%
Hacer Deportes	31%	48%	39%	27%	14%	10%
Ir a un Shopping	29%	44%	39%	33%	20%	16%
Ir al Cine	26%	38%	29%	16%	13%	7%
Ir a lugares bailables	24%	63%	34%	16%	5%	1%
Ir a la Cancha de Fútbol	21%	33%	26%	20%	10%	4%
Ir a Exposiciones / Museos	20%	11%	11%	10%	5%	10%
Ir al Parque de diversiones	10%	15%	14%	12%	4%	3%
Usar Internet	10%	58%	36%	21%	9%	2%
Ir al Teatro	8%	8%	8%	9%	8%	6%

Base: Total muestra representativa a nivel nacional

5

ESTUDIOS OMNIBUS ?



También se detecta una mayor incidencia de estas actividades a mayor nivel socioeconómico (salvo para parques de diversiones – más mencionados en la clase media- y la radio, que es pareja en los distintos estratos).

tns gallup

Actividades realizadas en los últimos 6 meses

CRUCE POR SEGMENTOS

	TOTAL	NSE			
		ABC1	C2C3	D1	D2E
Escuchar Radio	92%	86%	93%	90%	90%
Leer Diarios	74%	87%	81%	74%	64%
Leer Libros	46%	82%	55%	39%	28%
Comer Afuera	42%	78%	61%	36%	21%
Comprar Música	42%	61%	58%	47%	32%
Hacer Deportes	31%	58%	39%	28%	16%
Ir a un Shopping	29%	74%	49%	26%	12%
Ir al Cine	26%	78%	34%	15%	7%
Ir a lugares bailables	24%	29%	28%	27%	18%
Ir a la Cancha de Fútbol	21%	27%	18%	24%	18%
Ir a Exposiciones / Museos	20%	42%	14%	6%	4%
Usar Internet	10%	89%	40%	21%	9%
Ir al Parque de diversiones	10%	2%	15%	9%	6%
Ir al Teatro	8%	31%	14%	4%	3%

Base: Total muestra representativa a nivel nacional

6

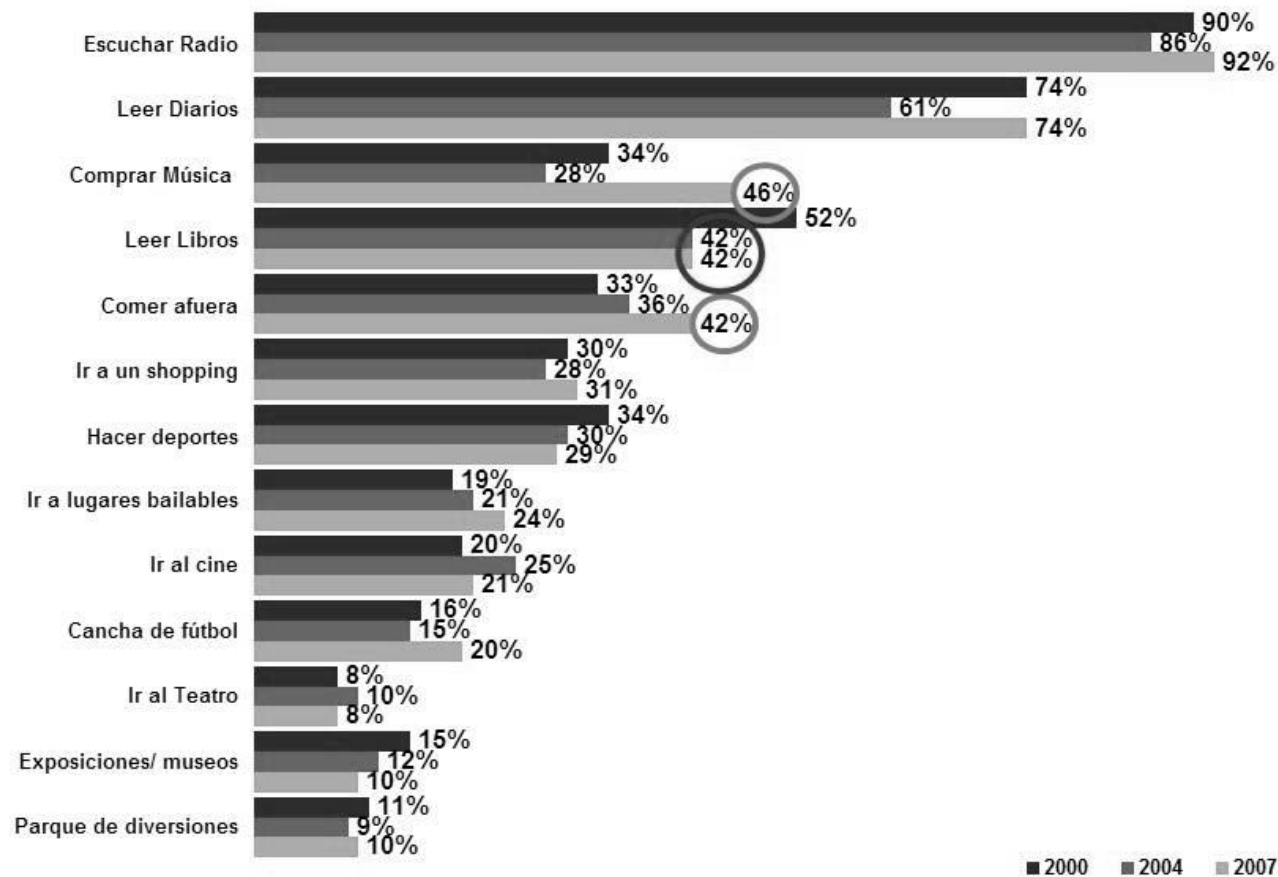
ESTUDIOS OMNIBUS ?

En el análisis de la tendencia desde 2000 se detecta un aumento en la realización de las siguientes actividades: comprar música (34% en el 2000 al 46% actualmente) y comer afuera (un 33% en el 2000 y 42% actualmente). Contrariamente, es la lectura de libros la actividad que registra la baja mas pronunciada (del 52% al 42%).

tns gallup

Actividades realizadas en los últimos 6 meses

TENDENCIAS 2000 – 2007



Base: Total muestra representativa a nivel nacional

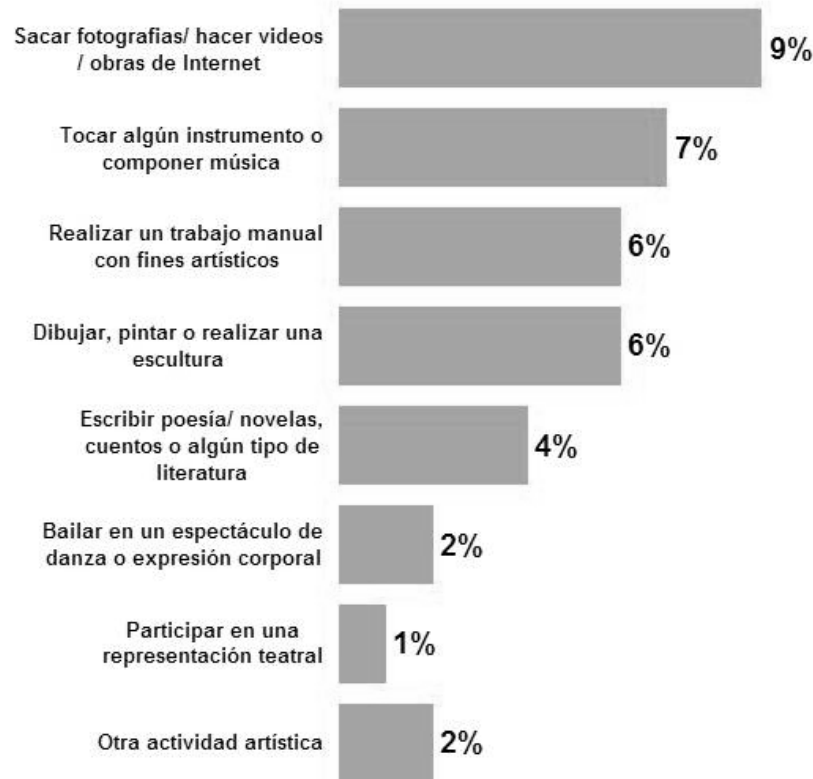
ESTUDIOS OMNIBUS ?

Un 9% de los argentinos declararon haber sacado fotografías/ hacer videos/ obras digitales; un 7% tocó en este lapso un instrumento o compuso música; un 6% realizó un trabajo manual con fines artísticos; otro 6% dibujó/ pintó o realizó alguna escultura, un 4% escribió poesías/ novelas/ cuentos o algún tipo de literatura.

tns gallup

Realización de actividades con fines artísticos o creativos en los últimos 12 meses

TENDENCIAS 2000 – 2007



Base: Total muestra representativa a nivel nacional



Ficha técnica del estudio

- **Cobertura:** Nacional
- **Universo:** Población argentina adulta
- **Tamaño Muestral:** 1000 casos
- **Margen Error:** $\pm 4.2\%$ para los totales, con un nivel de confianza del 95%
- **Método Muestral:** Probabilístico, polietápico y estratificado con cuotas de sexo y edad en el hogar
- **Técnica de recolección:** Entrevistas personales domiciliarias
- **Fecha de campo:** Mayo 2007

Quedará expresamente prohibida la publicación y/o reproducción total o parcial por algún medio, del contenido del Informe Final con los resultados del estudio y la invocación o utilización del nombre TNS GALLUP sin el consentimiento escrito previo de nuestra empresa

Entrevista a María Cecilia Font

¿Es Jorge Luis Borges el principal exponente de la literatura argentina del siglo XX?

El primer referente sin lugar a dudas es Borges, y por lo menos nadie ha demostrado lo contrario. Yo no soy quién para sobredimensionar la figura de Borges por sobre otros autores, pero sí existe un claro mérito de haber hecho cambios radicales en nuestra lengua, la nueva dimensión que alcanza la lengua castellana cuando él aplica la precisión y la concisión inglesa, la enriquece y da un brinco, es otra lengua. Hay un antes y un después de Borges.

Y profundizando, es tan maravilloso el mundo que nos ha dado, él ha viajado hasta los mitos, ha estado atento a las pequeñas cosas diarias que a veces desaparecen a los ojos de la gente, y con todo eso ha amasado una cultura, que nos hace pensar que es muy probable que tengan que pasar otros 400 años, antes de que podamos tener otro Borges.

Más que un creador maravilloso y ponderable, también era un asombroso descubridor de textos, revalorizador de textos. Nos enseñaba a recalar en lo que aparentemente podía ser una historia de la literatura, y sin embargo, es una palabra viva, que nos aporta y nos enseña.

¿Cuáles son las claves para la comprensión de la obra de Borges?

Borges tenía un mundo afuera de casa, vivía en los alrededores de Buenos Aires, en Palermo, lindando casi con la pampa bárbara y desértica, donde en cualquier momento aparecía un gaucho matrero, pero tenía otro mundo donde él permanecía, la biblioteca de su padre, exclusivamente de autores ingleses, donde se cultivaba día y noche. Y si salía al jardín era hasta la reja. Es decir, Borges no tenía acceso a ningún otro mundo que no fuera el creado por él, una irrealidad, donde entra en juego el tiempo, el sueño, el laberinto, y todos los matices que podemos encontrar en la obra de Borges.

Cuando vuelve definitivamente a Ginebra, después de haber cumplido un ciclo riquísimo de vida, y se refugia en un espacio que define como su adolescencia, su felicidad. Necesitaba soñar que volvía a los tiempos de su adolescencia para sentir que faltaba aún mucho tiempo para morir. Quiero decir que además que encontrar en sus páginas maravillosos recursos literarios, podemos encontrar recursos para la vida. Borges vivía comprometido con la poesía de una manera, que para él, el arte es real.

¿Cuáles son las influencias en la obra de Borges, más allá de la literatura inglesa?

Él tuvo una vida muy rica. Luego de pasar su infancia en Buenos Aires, sus padres lo llevan a Europa, anduvo por Francia, España, Suiza, y de cada lugar caló la cultura, y trabó amistades y lazos que le duraron para toda la vida. Y toda su experiencia en España, con el misterio de la metáfora, después hizo escala en Buenos Aires. Fue una vida integrada a lo bello, a lo bueno, lo verdadero, el ideal griego.

Luego en Argentina forma un grupo fantástico. Evaristo Carriego; la simbiosis con Macedonio Fernández y ese paseo y expectación con la metafísica. La amistad con Bioy Casares, con las hermanas Ocampo. Su experiencia de vida y sus amistades son factores que más allá de la literatura, han influido mucho en el autor.

Borges ha sido una figura pública muy controvertida. ¿Cómo observa esto?

La clave es el respeto profundo por el principio de la libertad, el concepto que siempre defendió Borges. No le interesaba la política, le interesaba el arte, el pensamiento, la especulación filosófica, el construir una rima como Dios manda. Pero es cierto que se produjo una suerte de desencuentro con su figura pública. El testimonio más claro radica en el "Poema Conjetural", sobre Francisco Narciso de Laprida, cuando una turba lo secuestra y lo arrastra boca abajo por el fango, y le borra la cara, la identidad, como Aquiles arrastraba a Héctor, el hijo de Príamo, significa humillarlo, apartarlo de la naturaleza

de los dioses. Dejarlo en la posición de “usted es nadie”, y morir así. Es un poco su planteo profundo de la proyección de estar o no de acuerdo con las ideas de los demás. Es su forma pura y clara de dejar en claro su posición frente a la libertad.

En su opinión, ¿está de acuerdo con la selección de autores para el programa Cinco Estrellas, el ranking cultural? (Alfonsina Storni, Roberto Arlt, Julio Cortázar, Ernesto Sábato y Jorge Luis Borges)

Sí, claro. Por ejemplo, a mí me conmueve mucho el caso de Alfonsina Storni, teniendo en cuenta cómo era la sociedad en ese momento, muy constituida en reglas, normas y costumbres, las que ella tuvo que enfrentar a rajatabla. Una mujer con un corazón profundamente caritativo. Vivió gran parte de su vida sumida en la pobreza, trabajó como maestra y profesora de teatro, cuidando de su hijo. Sufrió la pérdida de su gran amigo Horacio Quiroga, y como un pájaro, empezó a caminar con las alas. Y sin embargo, su poesía tiene esa fortaleza única, y vivió la vida de una manera heroica.

Por otro lado, Cortázar, creó un mundo de imaginación que excedió los mundos que uno podía llegar a pensar. Una página de Cortázar era un mundo increíble, que a veces uno no llegaba a comprender demasiado, pero que era ese realismo mágico que empezaba a ahondarse sobre todo en la literatura americana. En Cortázar es muy fuerte el recurso del paisaje, es un referente para llevarnos a espacios de manera inescrupulosa.

Arlt ha sido un ejemplo en toda la literatura argentina, por haber superado todas sus limitaciones y dificultades, no como ser humano, sino con la lengua, ayudado por sus amigos con las faltas de ortografía o la construcción del relato, pero con una escritura que superó a miles. Fue un pionero.

Con Sábato, siento cierta tristeza, porque presiento que no se le brinda el lugar que merece. Era un hombre sumamente talentoso, pero quizás su condición de recoleto, retirado, de ser un hombre muy sencillo, genere que no se le dé la importancia que vale.

Entrevista a Ernesto Lamas

Fundador y Director de FM La Tribu, Director del espacio La Tribu, Medios, Comunicación, Cultura. Coeditor de revista libro Causas y Azares. Guionista e investigador del grupo de Cine documental Cine ojo. Capacitador internacional en Radio y Gestión en la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC). Director del Programa de Gestión de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias. Profesor del Centro de Formación de la Deutsche Welle. Coordinador Regional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias América Latina y Caribe (AMARC ALC).

Teniendo en cuenta que usted formo parte de la fundación de FM La Tribu, ¿Cuál fue la necesidad comunicacional de crear una nueva emisora y estilo en radio?

Éramos estudiantes de comunicación de la UBA, no nos sentíamos representados por ninguna radio, queríamos un lugar donde experimentar, donde pasar la música que nos gustaba, donde decir cosas que nadie decía. No había todavía tantas radios comunitarias, más bien eran pocas y no tuvimos modelos a seguir. Habíamos leído sobre las radios libres europeas y muy poco sobre las radios populares de América Latina (las mineras de Bolivia por ejemplo) pero ninguna era un ejemplo a seguir porque nosotros la queríamos hacer con nuestra identidad. Eso nos obligó a tener una propuesta novedosa, creativa y lo más parecida a nosotros mismos que se pudiera.

Casos como Radio Bangkok, Demasiado Tarde para Lágrimas o Malas Compañías, jugaron con los límites establecidos en el lenguaje radiofónico, en géneros y formatos. ¿Qué importancia tuvieron y tienen las radios alternativas a la hora de darle lugar a quienes tienen ideas frescas e innovadoras?

En el año '89 esos programas mencionados eran todavía bastante acotados en cuanto a su audiencia. Sin duda las radios alternativas abrieron un nuevo universo de posibilidades. Locutores que sonaban como personas y no como máquinas, música que se ponía en función de los gustos y no de las compañías discográficas, llamadas en vivo, improvisación y humor, tratamiento irónico de las noticias, construcción de una agenda alternativa con cosas que pasaban pero que no eran construidas como noticias. Hay muchos ejemplos muy buenos, uno emblemático es Radio La Ranchada de Córdoba que fue la primera radio que pasó cuarteto cuando ninguna radio comercial o pública lo hacía. Hoy es lo más normal del mundo escuchar esa música en Córdoba y en otras partes del país, pero fue una radio comunitaria la que lo empezó a hacer sin pedir permiso.

¿Considera que los años '90 fueron una meseta con respecto a la creatividad (contenidos) en radio, y que después del 2001 se retrotrajo a lo realizado en los '80? ¿Por qué?

Los '90 fueron años de pizza con champagne en todo sentido. Había que facturar a cualquier costo. Las radios comunitarias que resistieron esos años desde un lugar de denuncia de las privatizaciones, de la corrupción, del desguace del estado, de la desocupación creciente, etc., estuvieron muy solas en ese rol. Los medios hegemónicos (que ya eran caracterizados así por quienes hacíamos comunicación alternativa) y los medios del estado (que de "públicos" tenían muy poco) eran una defensa del sistema neoliberal que se estaba afianzando para terminar la tarea que la dictadura había dejado. Y desde esos medios construían la noción que cualquier tipo de comunicación comprometida, de carácter comunitario, popular, ciudadano, era una pérdida de tiempo y una antigüedad en tiempos del supuesto "fin de las ideologías". La

creatividad estaba, pero no en los medios tradicionales. Encontramos cientos de experiencias interesantes en el aire de las comunitarias en esos años.

¿Cómo observa a la radio argentina hoy en comparación con las radios de Centro América y Sud América?

La radio argentina siempre fue pionera a nivel mundial y regional. No se puede hablar de la radio como un todo igualando a los tres tipos de gestión que las pueden llevar adelante, comercial, pública o comunitaria, de cada sector podríamos hablar un rato largo. En particular de las radios comunitarias, puedo decir con conocimiento de lo que hablo que las radios argentinas son tomadas como ejemplo por las emisoras alternativas de América Latina. La manera descontracturada en que se hace comunicación, el trato con los oyentes, la forma en que se pauta la música, la crítica al sistema económico, social, político, el posicionamiento respecto de los poderes, el desarrollo de alternativas aprovechando las nuevas tecnologías son algunos de los ítems que son mirados desde afuera con mucho respeto. La artística de las radios alternativas argentinas son también ejemplo e inspiración para otras radios. El trabajo que hacen las redes (FARCO y AMARC principalmente) de entrelazamiento de producciones informativas, intercambios de programas, capacitación interna también provocan admiración en otros países.

La radio alternativa en otros países de la región cae muchas veces en el estereotipo de asociar lo educativo con lo aburrido, lo comunitario con lo pobre, lo comprometido con lo políticamente correcto, perdiendo muchas veces la espontaneidad necesaria para hacer un medio cercano a las comunidades, que no solo les hable sino que también las escuche.