

Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP

Tesis de grado

“Un despertar diferente, otra alternativa en el aire: El show de la noticia con Roberto Pettinato”



- **Programa:** *“Comunicación, lenguajes y tecnologías”*
- **Fecha de presentación del proyecto:**
3 noviembre de 2006.

- **Director**

Lic. Sergio Antonucci

(Coordinador Área de Producción Radiofónica F.P.y C.S /U.N.L.P)

- **Integrantes:**

María Juliana Franceschi

D.N.I 28.777.092

Legajo 10323/8

Calle 45 N° 1294 (La Plata)

Teléfono: (0221) 154-595254

Mail: julifranceschi@yahoo.com

María Gabriela González

D.N.I 27.605.025

Legajo 8925/0

Viamonte 2506 9° “78” (Capital Federal)

Teléfono: (011) 155-7823910

Mail: gonzalezmariagabriela79@yahoo.com.ar

Bloque 1

“Un despertar diferente, otra alternativa en el aire:

El show de la noticia con Roberto Pettinato”



*...”La base de la **radio**, es el remedio de los depresivos, y de los dependientes esa es la base de la radio, esa tiene que ser la tesis, porque psicológicamente es como el revotril para una persona ansiolítica, es como una cosa para la gente dependiente, un poco depresiva, un poco con tristeza, con acompañamiento, por eso escuchan radio, siempre el oyente de radio es como medio que la necesita...por eso es muy adictiva la radio...”*

ROBERTO PETTINATO

Entrevista 25 de mayo de 2006

Radio para leer

Apertura

¡Buenos días queridos lectores!!!, son las 6 en punto y damos comienzo a nuestro programa que denominamos: ***“Un despertar diferente, otra alternativa en el aire: El show de la noticia con Roberto Pettinato”***. Además de escuchar buena música, vamos a investigar a la radio y fundamentalmente a los elementos que componen a **“El Show de la noticia.”**

Nuestra idea es que lo hagas a través de este radio- libro para que te informes, te entretengas y conozcan la radio de una forma distinta. En esta emisión te acompañan: en la **conducción**: María Gabriela González y María Juliana Franceschi. **En la puesta al aire y coordinación** Sergio Antonucci. Auspicia este programa: Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata.

Cuando pensamos cómo concluir nuestra etapa universitaria, a través de la Tesis de Grado, se nos ocurrieron muchos temas. Pero principalmente nos centramos en lo que nos gustaba y queríamos hacer: nuestro punto en común fue la radio.

- ¿Y si vemos qué hace Pettinato en radio?
- ¿Qué hará a las 6 de la mañana?
- Seguramente trata la información de manera diferente a los demás programas de radio.
- ¡Analicemos la apertura!, fue nuestra primera propuesta.

Nos encontramos con que no solamente la apertura era diferente, divertida y rompía con todo formato de los programas radiales de la primera mañana, sino que es un producto comunicacional, único, distinto, que hace que las mañanas se piensen diferentes. Donde abunda la música, la información es la estrictamente necesaria, y no hay voces externas que hagan al programa y ahonden en los temas de la actualidad.

Podríamos haber analizado muchos programas que no cumplían con los formatos *duros* de las mañanas radiales, pero “El Show de la noticia” lidera la franja horaria según **IBOPE, durante dos años.**

Por ello nos interrogamos: ¿qué pasa con la radio? ¿La gente está eligiendo otras alternativas? ¿Es diferente “El Show de la noticia” a los demás programas? ¿Existen o existieron programas similares?

Nos dirigimos a la bibliografía radial para responder algunas de estas preguntas, pero no encontramos demasiado. Es que tal vez, al tratarse de un medio invisible, la radio no es investigada, interrogada ni criticada, ni escrita.

Por ello nuestra Tesis es un aporte al medio radial, para aquellos que quieran interiorizarse en cómo se realiza un programa, cuáles son sus elementos, teniendo en cuenta que existe un código y un lenguaje específico para llevar adelante un proyecto. Y así saber más en detalle qué es la radio, su historia y su forma.

A partir de las escuchas de los programas decidimos averiguarlo, y nuestra muestra se centró en septiembre y octubre del año 2005.

¡Atención! ¡Para quiénes lean este trabajo!

Nuestra intención no es:

- Historizar a fondo sobre la radio, sino dar un pantallazo general de la misma.
- Tratar la radio en su aspecto legal: política: licencias, permisos, etc.
- Indagar a “El Show de la Noticia” desde su contenido político, ni ideológico.
- Analizar el discurso radiofónico en profundidad desde la Semiología, ni la semiótica.
- Observar al Pettinato “showman” de la TV.

Sí intentamos:

- Que se conozca a la radio desde su “cocina”.
- Que a través de “El Show de la noticia”, se puedan conocer a fondo los elementos que hacen a un programa de radio.

- Descubrir a un Pettinato más cálido y humano.
- Que la Tesis puedan leerla aquel que le guste la radio, sea estudiante, profesional, académico o simplemente alguien que quiera descubrir este medio.
- Que el lector se divierta, entretenga y esboce una sonrisa al leer este trabajo.

La radio: divino tesoro

*El oído es de vital importancia como sentido de
comunicación social y emocional.*

El oído es el sentido de la comunicación humana por excelencia.

*Y a nivel neurofisiológico, el órgano más sensible
a la esfera afectiva del ser humano.*

(Kaplún, Mario. Producción de Programas de radio. La naturaleza del medio. Cap. II.)

“En radio, nada parece ser definitivo. Se suele trabajar horas para poder lograr apenas unos buenos minutos de aire, y a veces lo mejor surge en el mismo momento en que se lo hace. Se podría pautar minuto a minuto una continuidad radial, pero no serviría de nada: un mínimo imprevisto hace detonar cualquier rutina. La radio se hace en equipo, por más chico que sea el staff, y el profesional tiene que saber convivir con sus compañeros y transmitirles su modo de trabajo (...). Quizás el arte de hacer radio esté compuesto de miles de pequeñas cositas que pasarán desapercibidas para el oyente, pero que son absolutamente necesarias para concretar una idea, una sensación, una estética”... (Sergio Marchi. En “Cinta Testigo”. Ed. Sudamericana, Buenos Aires. Febrero de 2002)

El televisor, la radio, el diario, la computadora, forman parte de nuestro hogar como un integrante más de nuestra vida cotidiana, conviven en lo que hacemos diariamente. Todos poseemos estos dispositivos o al menos uno de ellos. Cuando nos despertamos encendemos la radio para comenzar el día informados con la hora, la temperatura, la humedad y las últimas noticias. A la hora de almorzar o de cenar encendemos la pantalla, ya sea para entretenernos o saber lo que está sucediendo en el país y en el mundo. Y repasamos el diario por internet o bien recurrimos al tradicional matutino de papel para ultimar detalles de lo acontecido.

Los medios masivos de comunicación, fundamentales por el lugar que ocupan en la producción y circulación de significados, representaciones y valores -es decir, en la constitución del imaginario, mediante el cual una comunidad designa su identidad, sus aspiraciones y las líneas generales de su organización-, resultan ineludibles para comprender los procesos que se vienen gestando en los últimos 20 años.

Regresemos un poquito en el tiempo: **década del '80**, el advenimiento de la democracia en la Argentina, y las autoras de este trabajo tenían entre tres y cuatro años. La vida diaria en el ámbito comunicacional pasaba por la escritura de cartas enviadas por correo, cuya respuesta podía tardar días, sin la certeza de si el destinatario la habría recibido. En el interior de nuestro país, las novelas o series se veían por TV con cierto tiempo de retraso a comparación con Buenos Aires y la prensa escrita sólo ofrecía sus páginas en blanco y negro. La radio anunciaba los hechos regionales y con “alguna interferencia” se podía escuchar lo que ocurría en la Capital Federal. La frecuencia AM reinaba en los hogares cuando la FM, en cambio, empezaba a asomarse tímidamente por los parlantes de los receptores.

20 años atrás el panorama comunicacional era totalmente diferente al actual. Entonces nadie hubiese imaginado poder comunicarse y verse los rostros a miles de KM de distancia, a través de una computadora. O bien valerse de teléfonos celulares que funcionan sin cables y poder grabar imágenes, tomar fotografías y hasta enviar mensajes de texto.

Comenzando el año 2006, el hombre encuentra a su alcance infinitas ofertas comunicacionales, la radio ya no sólo puede escucharse desde un receptor sino que además se ofrecen diferentes frecuencias a través de Internet, este nuevo medio que se ha instalado ofreciéndole al mundo entero una propuesta infinita de información para todos los gustos e intereses. En el caso de la TV, se multiplican los canales ofrecidos convirtiéndose en una maraña de sucesos que permite visualizar imágenes de nuestro país y del mundo con solo presionar el botón.

Los medios coexisten

“Ningún medio de comunicación tiene tanta penetración como la radio, alcanzando prácticamente a toda la población latinoamericana. Hoy se escucha más radio que en los años 50, lo que nos pasa es que también se ve más televisión. Se ven más películas, se habla más por teléfono, se navega más en Internet, se consumen más horas que nunca accediendo a todos los medios que estén a nuestro alcance. Cada uno tiene su originalidad, su espacio ganado en la vida diaria, sus ventajas y limitaciones, sus fanáticos y detractores. Pero todos coexisten.”¹

¹ López Vigil, José Ignacio. Para radialistas apasionados. Pág. 22.

Cuando apareció la fotografía se decía que ésta mataría a la pintura, porque la gente quería ver las cosas tal cual son, pero eso no ocurrió. Cuando apareció la TV se decía que ésta mataría al cine, que Internet reemplazaría a los diarios, y que todos juntos: el cine, la radio, y la TV desplazarían al teatro. Es curioso recordar que decían los empresarios de las discográficas cuando apareció la radio: “ahora se terminó todo”, pensaban que la gente no iba a comprar más discos, porque iban a escuchar la música a través de la radio. O sea que antes de pensar a la radio como una impresionante herramienta de difusión de la música, la pensaban como una amenaza. Hoy en día la escena comunicacional se enuncia como multimediática. Dentro de este contexto de conglomerado de medios, la radio se muestra como el medio de mayor llegada a la sociedad por la fácil accesibilidad que presenta debido al bajo costo que demanda; permitiendo una gran cantidad de oyentes a toda hora y en todo lugar, gracias a los avances tecnológicos. Actualmente, la radio puede ser escuchada por internet en cualquier punto geográfico y la comodidad del soporte hace que ésta pueda ser transportada de un lugar a otro. De hecho las hay de todo tamaño, eléctricas y a pila².

² Programa de TV Radionauta. Conducción Patricio Barton,. emitido en julio de 2004.

Importancia de la radio

La radio es mucho más que un hecho tecnológico; es ante todo un hecho cultural. De ser medio de transmisión, deviene espacio de compleja interacción en una comunidad y un ámbito social determinado: quienes producen los mensajes articulan con las audiencias, lo que genera nuevos discursos que circulan permanentemente entre audiencias y productores radiofónicos.³

Ventajas de la radio⁴

Amplia difusión popular;

1. **Simultaneidad:** posibilidad de llegar a muchas personas al mismo tiempo.
2. **Instantaneidad:** El medio impreso – periódico o revista- llega al lector muchas horas después de escrito. Y sólo mediante un proceso de distribución individual, ejemplar por ejemplar, el mensaje radiofónico llega al oyente en el mismo momento en que se emite y se “distribuye”, sin necesidad de la intervención de ningún agente intermediario.
3. **Largo alcance:** un canal de TV tiene un radio de servicio de unos 150 km a la redonda; una emisora de radio de onda media, de buena potencia, puede cubrir un dilatado ámbito.
4. **Bajo costo per cápita:** más bajo que el de ningún otro medio de difusión colectiva, lo que a su vez se traduce desde el punto de vista educativo en la relación costo- beneficio más favorable.

³ Holgado, Andrea Ximena Artículo publicado en internet “Radio Itinerante: en el aire, con los pies en la tierra”. Abril de 2004.

⁴ Mario Kaplun. “Producción de programas de radio, la naturaleza del medio. Capítulo II. Sin fecha.

5. **Acceso directo a los hogares de los destinatarios:** El mensaje radio o teledifundido llega al domicilio de cada usuario, sin que éste tenga que desplazarse para recepcionarlo (en comparación con el cine).

Medio invisible

La radio es un medio que tiene menos lugar en los medios, por el brillo de la TV y las influencias de medios como Internet, hacen que la radio tenga cada vez menos espacio. En un artículo publicado por "Radio guía ETER"⁵ se enumeran los premios otorgados a la TV en relación a la radio en la entrega de Martín Fierro 2006: *"El año pasado, 30 categorías correspondieron a la televisión y 11 a la radio. En esta entrega, la diferencia se amplió: 33 a 11, sin contar los premios Oro y a la Trayectoria. El dato inobjetable fue que a la televisión le molesta cada vez más la radio. Le molesta esa poca inclinación al glamour de una parte del universo radial. Le molestan esas caras no tan familiares al televidente-medio. Incluso la prensa gráfica, lejos de adoptar la visión crítica que en teoría le corresponde, reprodujo la lógica del espectáculo que gusta cuestionar a los premios y la ceremonia. Ternas y premios para la radio fueron relegados, en la mayoría de los diarios, a un listado al paso."*

Al respecto el **Lic. Oscar Bosetti**⁶ agrega: *"Hay poco espacio en los medios gráficos para la radio. Más obviamente para la televisión. Y dentro de los pocos espacios que hay, muchas veces son gacetillas, o gacetillas públicas. Y pocas veces comentarios críticos acerca de lo que se escucha..."*

Por su parte, la **Lic. Cielito De Petris**⁷ sostiene: *"Hay una deuda académica acerca de la investigación teórica de la radio, y probablemente estos autores ingleses dicen por su no visibilidad. Pero de todas maneras lo que sí hay es*

⁵ Publicado en internet en mayo de 2006.

⁶ Docente en las carreras de Producción y Locución en ETER. Titular del Taller de Radio en la UBA. Entrevista realizada el 20 de abril de 2006.

⁷ Docente de la Universidad Nacional de La Plata y de ISER. Investigadora del medio radiofónico.

descripciones y distancias históricas de la radio de lo productivo digamos, los únicos que se han dedicado a analizar al discurso radiofónico proviene de la semiótica como nosotros, o de la semiología, Balsebre proviene de ese lugar, José Luis Fernández. El caso de la gran pasividad de estudios de otro lado, dicen que tiene que ver con la no visibilidad de la radio”.

¿Qué sucede en los diales en la primera mañana?

Suena el despertador, y persisten las ganas de permanecer unos minutos más sobre la almohada. A la mañana muy temprano, entre las 6 y las 9, lo que se denomina la “primera mañana”, uno se levanta y lo primero que quiere saber es cómo salir vestido a la calle. Si hace frío, calor, si debe portar paraguas por si llueve, si salir con piloto o el saco de abrigo. Para aquellos que no escuchan radio por Internet, giran la perilla del dial y otros en sus equipos digitales buscan la información necesaria.

Las voces de las diferentes estaciones de radios están centradas en lo último de lo último. El **Lic. Oscar Bosseti** define la primera mañana como el horario al que se lo pensó como en otros horarios, para funciones específicas. Y asegura: *“Ese horario se lo pensó en los 60 con el advenimiento de la televisión, cuando hubo que reformular las programaciones radiofónicas, se la pensó a esa banda horaria como la banda de la información. Como la banda horaria dedicada a la información, a las noticias y por eso, en ese horario durante mucho tiempo lo que primó fueron los extensos panoramas informativos. Luego la radio fue ganando para sí, y también para ese horario la parte opinativa, no solamente la información, sino la reflexión acerca de la información. Y ese estilo de información y comentario. Noticias y comentario fue lo que de alguna manera marcó a la primera mañana. Estoy hablando de lo que marcó la primera mañana desde los 60 hasta bien entrado lo años 80. Con la aparición de las FM y con el fenómeno se viene dando desde hace un lustro atrás, o no más de una*

década donde en las FM tradicionalmente musicales se les fueron incorporando los programas periodísticos en ese horario, ahí hubo necesariamente que: desde las FM imaginar que esto venía de la Amplitud Modulada, la noticia y el comentario había que plantearlo de otra manera. Y la FM le sumó la música, la información y los comentarios, y después a la FM se le ocurrió, como ya venía ocurriendo en la AM. A la música, a la información y a los comentarios sumarle el humor. Con lo cual ahí se completó el cuadrilátero”.

Es así como en la primera mañana de la radio prevalecen las lecturas de los diarios, móviles en vivo informando en cada momento. Quieren ser los primeros y únicos en transmitir y llegar al lugar del hecho. Pero de pronto se escucha una voz susurrada, una reflexión cotidiana atemporal, que seguidamente es acompañado por un tema musical de saxo interpretado por su conductor. Son las 6 :10 de la mañana, uno se detiene y es nada más ni nada menos que Roberto Pettinato en el “[Show de la noticia](#)”. Saliendo de las emisiones duras y acartonadas de las mañanas radiales, aquí la estética radiofónica se presenta de una manera distinta sobre cada hecho.

A las 6 AM “se puede ser feliz”

El conductor de “[El Show de la noticia](#)”, Roberto Pettinato - humorista, periodista, escritor y actor - arranca su programa susurrándole al oyente e invitándolo a ser feliz a las seis de la mañana. El programa no cae en el circuito informativo mediático - es decir, la misma información que circula en todos los medios, y que marca esa vorágine de llegar primero - sino que lleva a cabo una propuesta innovadora en las mañanas del dial. Su estilo relajado, divertido y a la vez profundo, genera así en la primera mañana una propuesta diferente: un “morning show” con humor y noticias.

“El Show de la noticia” será analizado, como un producto comunicacional diferente que rompe con los esquemas tradicionales radiales y dentro de éste el rol de su conductor. El protagonismo de éste marca la diferenciación estilística en la utilización de los elementos radiofónicos.

Observaremos la dimensión enunciativa⁸ del programa radial “El Show de la noticia” conducido por *Roberto Pettinato* en FM 99.9, emitido de lunes a viernes en el horario de 6 a 9 hs.

“El Show de la Noticia” hace honor a su nombre abordando de un modo distinto la actualidad. Nos encontramos con un producto comunicacional que no cumple con estas características tradicionales de hacer radio.

Mediante esta tesis pretendemos que se abra un canal de reflexión sobre el medio radial, desde su “cocina”. Ello será para que quien lea este trabajo pueda transportar las categorías de análisis a otros programas con otros formatos. Lo cual podrá llevarse a cabo, teniendo en cuenta elementos y contenidos del mismo, ya sea la música, la información, efectos etc. Por ello nos centraremos en la estética radiofónica y la utilización de elementos y recursos radiales.

- Nuestros puntos de interés se centrarán en:
 - Analizar la utilización del lenguaje radiofónico en su profundidad;
 - Reconocer el modo de decir;
 - Identificar el tipo de lenguaje;
 - Observar el abordaje de los diferentes temas;
 - Reconocer recursos que se utilizan: voz, silencio, cortina, música, efectos sonoros, etc;
 - Difundir ciertos aspectos de relevancia que hacen a la radio;
 - Abordar acerca de la estética del programa y la cosmética del espacio.

⁸ Mata, María Cristina. “Lo que dicen las radios” pág. 30. hace referencia a la dimensión enunciativa como: Atendiendo al uso del lenguaje, al modo en que se expresan las ideas, cómo se relacionar aquel/ aquellos con la audiencia.

Un Show matutino con más de dos años

Pettinato introduce desde el año 2004, una forma diferente de hacer radio en la primera mañana. En “El Show de la noticia” no se corre detrás de la noticia vertiginosamente, buscando dar la primicia. Sino que se hace un PROGRAMA DIFERENTE: no se encuentra en los cánones o formatos establecidos convencionales, tales como: “*Desayuno Continental*” en Radio Continental conducido por Daniel López, “*Magdalena tempranísimo*” en Radio Mitre o “*El exprimidor*” en Radio Spika, cuyo conductor es Ari Paluch. Estas son algunas de las emisiones que comparten las mañanas radiales y responden a un formato tradicional en ambas frecuencias: AM y FM.

No debemos dejar de mencionar como antecedente que “la Rock and Pop, hizo un quiebre en la radiofonía argentina donde se introdujeron otros elementos: nada de acartonamiento, ni de condescendencia con el oyente. La radio rompió códigos como trabajar con Locutores profesionales e instalaría nuevos, como hacer hablar al operador”. (**Clarín espectáculos, 28/09/05**).

Para poder analizar el “Show de la noticia”, tendremos en cuenta los elementos que hacen a la radio, de los cuáles Pettinato se vale y a su vez introduce los propios.

La música juega un papel muy importante dentro del programa, no emiten temas musicales de moda que está sonando en los boliches, sino jazz, blues y música nacional e internacional de la década del 50 al 80 (Entre ellos autores como: Jimi Hendrix, Jim Morrison, Led Zeppelin o John Lennon, junto a la traducción de las letras).

La apertura es una marca distintiva porque refleja la personalidad de Roberto Pettinato y el estilo del programa. Una de sus marcas registradas es la participación del conductor como músico, cuando con su saxo musicaliza el monólogo de apertura. No solo se les da lugar a los temas de la actualidad, sino que también reflexiona sobre temas cotidianos, por ejemplo se proponen consignas como “Cuál es tu lugar en el mundo”, “Basta ya”, etc.

El rol de su conductor cumple un papel fundamental en el programa, ya que sin él, no sería el mismo: Roberto Pettinato, músico quien fue integrante del grupo Sumo, conductor, escritor, desde su forma de vestir, o de peinarse hasta su forma de hablar marca un estilo personal que lo hace único e irremplazable.

“Se dice de mí...”

- Roberto Pettinato con su programa “[El Show de la Noticia](#)” le hizo frente a un importante desafío: instalarse en el horario más competitivo de la radio (de 6 a 9 de la mañana), imponer un estilo y un formato de corte periodístico, que reuniera información y humor, sin dejar de lado la música, que caracteriza a la emisora. Con estas premisas, Roberto Pettinato llegó a La 100 (FM 99.9) Este es uno de los rasgos distintivos del programa, donde se conjuga la personalidad de su conductor con el trabajo realizado por el equipo de producción, lo cual cuenta de su diferenciación con respecto a otros programas. **(Gacemil N° 69 TEA Imagen, 2005).**
- Roberto Pettinato, líder desde hace varios meses de la audiencia en el prime time matutino de las FM, con "[El Show de la noticia](#)" por La 100 (FM 99.9) también decidió salir a la calle. En primera instancia transmitió desde la estación Federico Lacroze, de subtes. Hace pocos días repitió la experiencia en la terminal de trenes del ferrocarril Mitre -justo el día en que los ferroviarios tomaron medidas de fuerza- circunstancia, que no amilanó ni su espíritu ni su impronta humorística ya que no sólo tocó el saxo, sino que dialogó con los numerosos asistentes y dio cabida a todas sus inquietudes, sin dejar de lado la música y la buena información. Una oportunidad más que auspiciosa, para concretar un acercamiento siempre pedido por la audiencia. **(Por Alicia Petti. Diario "La Nación". 2004)**

- Este hombre (Pettinato) se transformó en el nuevo icono pop de la Argentina, una suerte de Tato Bores del siglo XXI, seguido fanáticamente por miles de argentinos que, ante el desamparo de la devaluación económica y espiritual, prefieren a este loco profesional que a los sabios conocidos. Es evidente que este ex saxofonista del mítico SUMO hoy es mucho más que un conductor televisivo de éxito con los tics propios de las estrellas mediáticas. Es el emergente brillante del postmodernismo de un país pobre, en el cual a falta de líderes confiables e intelectuales provocativos encarna como nadie el escepticismo de quienes aprendieron a usar el sarcasmo y el relativismo como armas de defensa frente a un futuro incierto. Sabe entender mejor a una sociedad que lo eligió como símbolo de esta época. Diego Rottman y Jorge Bernárdez autores de *La rebeldía pop* opinan: "Cómo se puede lograr el milagro de seducir a públicos tan heterogéneos? Es que en Pettinato **no importa tanto qué dice sino cómo lo dice y a quién**. Por suerte hay un Pettinato para cada uno. (Revista Noticias. 25 de junio de 2005.)

Espíritu de "El Show..."

"Este es un programa en el que hay que mantener la energía todo el tiempo. Yo escucho las órdenes del que está detrás del vidrio y sigo el ritmo", dice Pettinato. Y confiesa que le gustaría ser un clásico. "Quiero estar al menos 20 años en el aire, que algún día alguien diga: crecí escuchando a Pettinato en la radio". (Suplemento Clarín Espectáculos. 12 de junio de 2004).

"El Show tiene sus tres premisas básicas que es: "te despierta, te informa y te entretiene", es como el slogan. El slogan oficial o más marketinero para comunicar es: "se puede ser feliz a las 6 de la mañana". Fue eso lo que cambió a diferencia de otros programas, sino era todo una pesadez, y te tenés que

preocupar... sino bueno, informate lo que necesitas, y la vida continua, como diciendo: “tu vida no pasa porque Kirchner echa a su gobernador de Santa Cruz, ni porque la plaza se llena con más o menos gente, vos lo tenes que saber, pero bueno también tenés una vida a parte de eso y tenés cosas que te hacen feliz, y estás re podrido de otras cosas, tenes hijos, tenes amigos, digamos, no es solo un rol...” (Natalia Carcavallo Productora periodística y coordinadora de “El Show de la noticia”).

“...Es un programa que básicamente tiene que informar más allá de la cuestión, de la parte humorística, tiene que informar y si ha habido hecho de ruptura, el programa estaba una parte o totalmente atravesado por eso. No diría que hay algo que no va a salir, diría que el tratamiento con el cual va a salir es distinto. Digamos, acá no se va a llamar por teléfono a la mamá de la chica violada en Nuñez porque no es el espíritu del programa, pero se va a tratar el tema. Básicamente tiene que ver el cómo, el tratamiento, que con el qué. Los “qué” están todos después no están como el programa de Jacobson armando el programa con las violaciones en Núñez, no es el espíritu...”

(Diego Sheikman. Guionista y humorista de “El Show de la noticia”)

¡Bienvenidos al Show de la Noticia! Los invitamos a conocerlo en profundidad en nuestro próximo bloque. ¡Pasen y escuchen!!!!

Bloque 2

Dale levantate, despertate!!! para saber de qué se trata esto... son las 6 y 20 de la mañana y el tránsito en la ciudad de Buenos Aires permanece normal... Ahora te vamos a contar sobre “El Show...”

Un Show que es noticia



Staff de “El Show de la noticia”

Conducción: Roberto Pettinato

Actualidad: María O'Donell

Locución: Marcela Godoy

Producción:

Primera etapa 2004/2005: Iván Velasco, Esteban Talpone. Natalia Carcavallo.

Segunda y actual etapa 2005/2006: Natalia Carcavallo, Demian Sterman

Humoristas/Guionistas: Diego Recalde, Darío Sheikman.

Asistentes de producción: Tamara Pettinato y Gabriela Larralde

Operador técnico: Eduardo Seisdedos

Dial: 99.9 FM 100

Días y horarios: Lunes a viernes de 6 a 9 de la mañana.

“Probá despertarte con Roberto Pettinato”

Así comienza un día cualquiera el programa “El Show de la noticia”, que nació en el año 2004 y es emitido de lunes a viernes de 6 a 9 hs de la mañana por FM 99.9. Su conductor es Roberto Pettinato quien, además de ser humorista, periodista, escritor, y actor, se ha convertido en un conductor dueño de un estilo que lo hace único. Roberto suele hablar parte en serio, parte en broma, a veces con más inteligencia que ironía, otras al revés, pero siempre fue el mismo personaje que ronda entre lo cotidiano, lo absurdo y lo misterioso.

Aires de renovación en la primera mañana

“La primera mañana de la radio es periodística- informativa en la AM por excelencia y trabaja como si fuera una especie de triángulo que nunca se rompe que tiene que ver con la actualidad y la noticia, la entrevista con motivo de esa actualidad y de esa noticia, y de la agenda construida, la entrevista genera quizás nueva forma de información o nuevas entrevistas y la opinión. Este sería el eje o el triángulo, que define la primera mañana en las AM por excelencia con mucha intensidad y calidad de información, sin música prácticamente con cortinas que separan espacios en general con un equipo pero puede avanzar generalmente el conductor estrella solo, y se van incorporando el resto de los columnistas a posteriori. Y en las FM puede haber dos cosas: o puede haber una copia del modelo de programación de una AM con sus programas periodísticos o puede estar esta variedad de música y noticias donde hay dos conductores de piso, que van leyendo las noticias. Algunas emisoras con algunos movileros en la calle que dan cuenta de la situación de lo local o regional y puede haber FM que planten programas informativos”. (Lic.Cielito De Petris).

Teniendo en cuenta este concepto de la primera mañana, donde las ofertas del dial se basan en una completa información donde prima la noticia,

nos encontramos con una alternativa diferente. Es así como de 6 a 9 hs “[El Show de la noticia](#)” da espacio a reflexiones sobre temas de la vida cotidiana y de un modo diferente, informa pero a su vez, entretiene.

Sus elementos radiofónicos como por ejemplo la música, efectos, separadores, cortinas, como así también los temas a tratar, hacen de éste un producto comunicacional único, donde la estética radiofónica se presenta de una manera distinta sobre cada hecho.

“El último DJ está por apagar la luz de su cabina, claudicaron a esta hora las mesas de póquer clandestino en Villa Crespo y han cerrado hace rato los últimos cafetines y borracherías del Centro. Faltan todavía varias horas para que abran los bancos y comience a arder la Bolsa de Comercio. Muy tarde para la fiesta, muy temprano para los negocios. A esta hora incierta, en un día de semana, a las seis y cuarto de la mañana, ¿en qué otro espacio de la ciudad puede vivirse un vértigo como el que se cocina a todo vapor en este estudio de radio de Barrio Norte?”⁹

Conviven en este producto comunicacional, la información, la música, el entretenimiento, el humor, y las reflexiones con las cuales sus oyentes se identifican.

“[El Show de la noticia](#)” es eso: un *show* que te transporta a usar la imaginación, te divierte, te entretiene, te mimas con un buen clásico musical, y te informa lo necesario sin dejar de lado *la noticia*. De este modo, se le dio un lugar a aquella gente que se levanta a las seis de la mañana, o que está en su lugar de trabajo, o que ya regresa del mismo, a los chicos que van al Colegio, etc.... todos tienen un lugar en “[El Show...](#)”, porque a ellos se les habla, a la gente trabajadora, a los estudiantes, a los niños, es decir, a una gran franja de la sociedad argentina. La vida cotidiana y las cuestiones propias del sentido común, están presentes.

Una cualidad característica del programa es la información medida y con humor, la música seleccionada de primer nivel del rock nacional e internacional

⁹ Sanchez Camilo. Diario Clarín “Radio: el backstage de El Show de la noticia” 18/07/04”

y aquellos clásicos que difícilmente- por no decir que no- se encuentran en otros diales.



Sus bloques , secciones, personajes, etc....

"En la 100 empezamos el día con Roberto Pettinato porque estamos convencidos de que se puede ser feliz a la seis de la mañana"

El programa cuenta con diversas secciones en las que se utilizan recursos como: ironía, humor, teatro, y además apelan a la imaginación y la reflexión.

- **Apertura:** Reflexión de Pettinato sobre temas cotidianos, por ejemplo descripciones de la rutina porteña. La misma es acompañada por una cortina musical instrumental.

-"Hola buen día amigos, son las 6 en punto de la mañana y estamos nuevamente aquí en el [Show de la noticia](#). El Show de la noticia, tu show amigo, tu show frazada, tu show sábana que huele bien, tu show almohada que decís por fin di con la almohada que yo quería.

Con respecto a la almohada que yo quería, son esos lugares comunes en los que uno dice ¿cómo puede haber una industria de la almohada? ¿Cómo puede haber una industria en la que hay 50 millones de almohadas diferentes?"

- El **saxo** de Pettinato a continuación de la apertura, el músico muestra su talento como saxofonista, un sonido agradable para comenzar el día.

"Y ya me dan los títulos y yo lo que hago es esperar en la puerta hasta que Roberto termine el saxo y con ese buen día entro.

Porque ese es un momento de él muy, particular entonces prefiero dejarlo solo y tranquilo ni bien dice “buen día” ahí entramos al programa” (Marcela Godoy. Locutora de “El Show...”)

- **“Esas pequeñas cosas que te hacen feliz”:** En esta sección los oyentes explicitan en sus mensajes aquellas mínimas cosas que los hacen felices.

“Hola Petti. Soy Lucía de Burzaco y las cosas me hacen feliz es reunirme con mis amigos y tomar unos mates en la vereda de mi casa”

- **Saludos de famosos:** Participan expresando su mensaje, los cuales forman parte de un mini separador y siempre culminan diciendo. “Bienvenidos a [“El Show de la noticia”](#)”.

Entre ellos Juan Alberto Badía, Fabiana Cantilo, Nancy Duplaa, Sebastián Wainraich, etc.

“Hola, soy **Nancy Duplaa** y a mí me hace feliz ir de vacaciones con mis hijos, bienvenidos a “El Show de la noticia!”, estas en la 100”

“Soy **Florencia Bertotti** y una de las cosas que me hace feliz en la vida es calentar la ropa en la estufa y después ponérmela, Bienvenidos a “El Show de la noticia!, estas en la 100”

- **La comedia musical:** todos los viernes realizan un resumen semanal de noticias, donde mezclan los diferentes lenguajes: cine, teatro, radio. Esteban Talpone, uno de los productores del programa, en una entrevista realizada por *Gacemil Tea imagen* señaló:

“Nos dio vueltas hacer una comedia radial, pero no clásica, como el cambiar la letra en una canción...surgió la idea de salir de lo clásico y en un contexto dado, juntar a todos los personajes del programa con una canción”.

- El **"efecto Daniel"**:

“Salió de un oyente, que se llama Daniel. Nos propuso identificar a todos los que escuchan el programa. Masticamos la idea y surgió algo que tuvo mucha repercusión: ante el aviso de Pettinato, los automovilistas oyentes del programa encienden sus balizas. Fue tan bueno, que oyentes que no nos escuchan en sus autos, nos pidieron participar del efecto Daniel. Así surgieron el hacer ruido dentro de la casa, el levantar la mano de los que escuchan walk - man, llamar a un interno del trabajo, etc.”(Esteban Talpone)

- **Consigna del día:** El programa propone cada día, hablar sobre un determinado tema de la vida cotidiana, del cual opinarán los oyentes. Por ejemplo *¿cuáles son las pequeñas cábalas que uno tiene?A mí se me confunden las cábalas con manías y las manías con rutinas...pero ustedes me sabrán entender(...)*por ejemplo hay gente que piensa que cuando las palomas levantan vuelo les van a traer buena suerte y yo pienso que me van a cagar (risas)” (Extracto del programa 20/09/05)

- El **“basta ya”**: Sección en la que se enumeran aquellas cuestiones que deberían dejar de existir, por ejemplo:

” La gente que tiene 60 años y pone ring tones en los celulares”

*“De los taxistas que nunca tienen cambio de \$10”
(Extracto del programa del 19/11/2005)*

Un show que es noticia

- **“Un lugar en el mundo”** En esta sección los oyentes dicen en qué lugar permanecerían sin que el tiempo transcurriera, algunos traen recuerdos de la infancia o la adolescencia. Pettinato además de ser un tanto nostálgico, es también humorístico en sus comentarios, por ejemplo, al hablar sobre los lugares a los que a las personas les gustaría volver ya que significaron mucho para ellas, Pettinato le pide la opinión a un oyente invitado presente en el estudio. El oyente dijo:

“el lugar que adoro es Devoto, pero yo, la verdad, por suerte ni salí del barrio” y Pettinato respondió: *“Pero qué ¿estabas en la cárcel?”*

Pettinato con Alejandro Lerner invitado en su programa: *Ese lugar que pasas y que te quedas ahí. A uno se le detiene el tiempo, como si lo que hiciste el resto de tu vida, no lo hiciste nunca. A mí me pasa con el barrio de mi vieja.* Le pregunta a Alejandro cuál es su lugar.

Alejandro responde: -En Villa Gesell, una casa que hicieron mis viejos. Cuenta anécdotas. Jugaba al voley. (Emisión 12 de agosto de 2005).

- **Reflexiones:** Éstas abarcan desde la vida personal cotidiana o profesional, del conductor (infancia, amistad, adolescencia, amigos, mujeres, hijos, etc.), hasta las relacionadas con la ciudad, la poesía o la política. Aquí es cuando muestra una faceta diferente: a veces tímida, a veces atrevida y otras nostálgicas, pero siempre con un toque de humor. Por ejemplo Pettinato dice:

-“Hay que envejecer con estilo, no se deben decir nunca, ninguna de estas frases: yo soy un dinosaurio, ó guardar los pedazos de tergopor, nada de zapatos abotinados, el belcro es el peor enemigo de la edad”.

Un show que es noticia

*-“Yo conocí a un albañil en un barrio porque no lo voy a nombrar, pero qué tipo, había empezado con una casa, no con una casa con un cuarto, y de golpe se te paran así, abren un poco la pierna, sacan los particulares verdes y te empiezan a contar la historia de su vida, de cómo empezaron con nada, a mí me vuelve loco la gente que empezó con nada y de golpe no lo tienen todo, pero logran armar un entorno a su alrededor. Este albañil prácticamente había trabajado en todas las cuadras del barrio había estado él con su equipo, sin su equipo, con otro equipo que lo contrató y que lo llamó, y había laburado en todo, y todas las casas eran de él, todas las casas eran de él, y ninguna”
(Extracto del programa del 16 de noviembre de 2005)*

- **"Los niños cochinos"** Da lugar a los niños oyentes del programa quienes envían cuentos y/o fábulas las cuales son seleccionadas, y la mejor de ellas es leída al aire por Pettinato. Ésta lectura es acompañada con efectos, sonido y música de fondo.

Petti habla con Tomás que va a hacer “El niño cochino”. Tiene 10 años. Van a hacer un cuento automático. Empieza Petti. Habla de la garganta y la lengua que se fueron de vacaciones. Entre ellas hablan (re loco!. A Petti le encanta personificar objetos). Efecto de máquina de escribir mientras relata el cuento. “Colorín, colorectado, este cuento ha comenzado...” **(Emisión 16 de noviembre de 2005)**

- **“Lo que dijeron y lo que quisieron decir”:** Esta sección humorística es el cierre de cada programa. Pettinato lee frases junto a la locutora de gente reconocida y luego remata con lo que en realidad quisieron expresar en tono irónico o burlón donde salen ideas de lo más desopilantes.

Un show que es noticia

Pettinato: Y ahora las mejores frases del día porque “El Show de la noticia” presenta....

“Lo que dijeron y lo que quisieron decir”:

Locutora: Valería Lynch le contó a la revista Caras que está muy feliz con el papel de varón que está haciendo en la comedia musical “Víctor Victoria” .

Pettinato: Dijo Valeria Lynch....

Locutora: No siento ningún pudor cuando exhibo mi parte masculina. Pero lo que quiso decir fue.....

Pettinato: Quién no se comió una pendeja, alguna vez?

(Risas)

Locutora: Siguen los ecos por la entrega de los Martín Fierro. Mirtha Legrand se mostró muy contenta con su compañero en la conducción del evento, el periodista Claudio Rígoli.

Pettinato: Dijo Mirtha Legrand:

Locutora: es un compañero ideal, un hombre encantador. Estuvo espléndido, estuvo amoroso, pero lo que quiso decir fue....

Pettinato: Es un compañero ideal para mí, porque no lo conoce nadie y habla menos que Bernardo el del tor. (risas)

Locutora: Más de los Martín Fierro... Soledad Silveyra disfrutó muchísimo de la fiesta que se hizo después de la entrega de los premios. Bailó descalza con su vestido amarillo ajustado al cuerpo,

Pettinato: Dijo Osvaldo Laport, su compañero de “Amor en custodia”:

Locutora: Solita es una gran bailarina, el vestido amarillo le quedaba divino, pero lo que quiso decir fue....

Pettinato: Solita está tan cuadrada, que bailando con el vestido amarillo parecía “Bob Esponja” (risas).

(Emisión 31 de mayo de 2005)

Personajes de “El Show de la noticia”

Debemos aclarar que desde que comenzamos nuestra Tesis “El Show..” ha evolucionado y por lo tanto hay personajes que han desaparecido. Aquí una lista de algunos de ellos, desde nuestras escuchas hasta la actualidad.

- **La almohada de Lilita Carrió:** El conductor entabla una supuesta “conversación” con la almohada de la representante del partido político A.R.I, Lilita Carrió. La almohada es un objeto personificado que habla sobre las intimidades de la Diputada:
“Yo estoy cansadísima, la gorda me puso una funda que dice contrato moral...ahora que está de campaña me lleva a todos lados. Cada vez que se levanta quedo finita, quedo más chatita que los almohadones que están en la sala de espera de ALCO”.
- **Nacho.** Es un personaje que representa a la gente que está pendiente de la moda y de las últimas novedades de la música y del mundo del espectáculo. Nacho es “canchero”, lo describen como bronceado, y “top”. La música de fondo es acorde con lo último que suena en las discos más destacadas de Buenos Aires y da un monólogo gracioso sobre sus vivencias dice por ejemplo:
“Me discriminan por ser top”
- **Payaso Adolfo.** El payaso delivery. Se quedó sin trabajo y cuenta chistes a pedido. Especial para los chicos. Cuando lo llama Pettinato tiene que despertarlo: como trabaja de noche siempre está durmiendo.

Un show que es noticia

- **Payaso Fabián:** Es un payaso ladrón que está en la cárcel de Batán. A diferencia del estereotipo del payaso que es bueno y gracioso. Establece diálogos muy graciosos con Pettinato.
- **Felipe Chirola:** Parodian al gobernador de la provincia de Buenos Aires, Felipe Solá. No imitan su voz como los típicos imitadores de radio, sino que lo personifican como un títere.
- **Pingüinete:** Es un personaje que parodia al Presidente Néstor Kichner, pero imitándolo de un modo diferente y no como en los demás programas de radio, donde se remiten solo a hablar como es presidente.
- **Otros personajes que desarrolla en los PNT (Publicidad no tradicional) son: Hombre “Víctor Sueiro, El Cura, Hombre de campo, Hombre CNN, Hombre dudoso, etc.** Aquí se ponen en juego los modos de decir, donde el conductor parodia a los distintos personajes haciendo referencia a las características distintivas de cada uno.

Estilo “pettinatezco”

Si bien en “El Show de la noticia” no se da lugar a comentarios de espectáculos, si cabe un espacio importante para las estrellas de TV y del mundo del espectáculo tanto nacional como internacional. Pettinato es en cierta forma, “cholulo”. La sección que lo refleja es cuando dicen **“quién dijo..”**o **“quién tal cosa...”** y leen la noticia de algún actor o actriz famosa que hizo alguna declaración revistas por lo general. . Pettinato juega con la locutora y la

columnista para que adivinen de una serie de nombres del mundo del espectáculo:

Pettinato: *Marcelita Godoy...*

Marcela Godoy: *Acá estoy!! ¿quién se aseguró las piernas por un billón, ojo! no millón, billón de dólares?*

- *Jennifer Lòpez;*
- *David Beckham;*
- *María Carey;*
- *Carlos Tevez;*
- *Paris Milton;*
- *Valeria Mazza o*
- *Marley;*

Pettinato: *Marley obviamente, con los zoquetes, eh? Aclaro que las gambas de Marley vienen con zoquete blanco.*

Marcela Godoy: *Voy a caer en lo obvio, Beckham.*

Pettinato: *Obviamente caiste en lo obvio.... (tanda)*

(emisión 31 de mayo de 2006)

Luego Pettinato lee la respuesta correcta: Fue María Carey y lee la noticia de que la cantante aseguró sus piernas.

Además una vez por semana realizan entrevistas telefónicas con gente del espectáculo. Y Pettinato hace una serie de preguntas muy alocadas, fuera de lo que son las entrevistas convencionales.

Un día en el “manteca bar”

Uno o dos viernes por mes el programa se convierte en el **“FUCKING MANTECA BAR”** transmitiendo en vivo, desde el auditorio de la 100 ubicado en Mansilla 2668. Se convoca al público, invitando a los oyentes que quieran presenciarlo, admirar las actuaciones de Pettinato y disfrutar de una banda de rock en vivo. Por ejemplo: Árbol, Vox Dei, Lerner, ect.

“Diez minutos antes de las 6 de la mañana entra Pettinato al hall de entrada con su hija, saluda a la gente de seguridad y de la recepción, no mira al costado porque sabe que estamos observándolo. Con su rubia cabellera, pantalones a cuadrillé, remera con caras y una camisa estilo “hawaina” lo que hace una combinación muy imperfecta.

En instantes ingresamos en el auditorio de la 100. Somos pocos, en su mayoría jóvenes de entre 20 y 30 años. Aparece en escena el productor general: Iván Velasco, quien saluda y nos coordina al mejor estilo “Feliz domingo”.

Detrás de un gran vidrio se puede ver el estudio de radio, y el fondo de la pared empapelado con logos de la 100. Pettinato prueba su saxo. Todo es movimiento, traen papeles de un cuarto, donde está la producción. El coordinador, Iván Velasco nos pide que aplaudamos con fuerza y nos hace ensayar. Empieza el programa. Pettinato no arranca con una editorial importante, habla al público. Toca el saxo como todos los días, en su apertura. Luego hace su entrada la locutora Marcela Godoy. 6.30hs llega el grupo La Mosca. Pettinato en todo momento se está moviendo, el programa está escrito y llegan los papeles de lo que tiene que interpretar. El conductor actúa todo el tiempo, y ni bien termina de hacer “su parte”, hace un bollo los papeles y los arroja al piso. Más tarde llegará María O’Donell con la actualidad y los humoristas le darán su toque de diversión al evento.

Los radio-espectadores estamos atentos a que las medialunas y el café alcancen. Pasamos unas lindas tres horas escuchando buena música y apreciando “El Show...” en vivo.

Hablan los protagonistas

Conducción

Buceando en la vida de Roberto Pettinato

Pettinato nació en 1955, en la embajada de Ecuador. Su madre Clara Anderson, quien era ferviente admiradora de Eva Perón, se casó con don Roberto Pettinato, creador de la Escuela Penitenciaria de la Nación y funcionario del gobierno de Juan Domingo Perón. Cuando estalló la Revolución Libertadora en 1955, el matrimonio debió refugiarse en la embajada de Ecuador en Buenos Aires, para luego recalar en Perú, lugar de exilio. En una entrevista realizada a Roberto Pettinato¹⁰ recuerda: *“Mi padre era Director de los institutos penales en el gobierno de Perón y me llevó a conocer todas las cárceles. Gracias a él los presos dejaron de usar grilletes y el traje a rayas. Zaffaroni es su fan. La casa de mi mamá está llena de muebles tallados por los presos que le regalaban a mi papá. No sabés lo que son esos muebles: tienen unos dibujos que decís por Dios este tipo para hacer algo así tiene que haber estado condenado a perpetua”...*

En mayo del 2005, cuando su mamá había sido internada en el Sanatorio Agote, Pettinato había dicho en su ciclo de radio: *“Son días difíciles y es muy complicado cuando ya no tenés a tu padre y tu madre entra en un estado en el que decís ‘bueno, se va’. Descubrí que uno no se puede morir con los padres. Uno no se puede enterrar con ellos como las tribus egipcias. Uno tiene que seguir adelante”.*

Con su vestimenta de colores llamativos y su pelo revuelto se desempeñó con éxito en su vida multifacética ya sea como humorista, periodista, escritor, actor, y conductor, por donde se lo mire o se lo escuche es dueño de un estilo que lo hace único. A su manera, logró y logra las miradas ajenas, los aplausos y las condenas, pero siempre, por un motivo u otro se habló de él y actualmente

¹⁰ Revista Noticia. “Viaje al fondo de Pettinato”. 25 de junio de 2005.

se lo señala como un líder de la tv y de la radio. Parece que ahora la sociedad logró entender más que nunca a Pettinato, captó el código de sus palabras irónicas, de su humor picante y es cómplice de sus alocadas salidas como así también reflexionan con él cuando hay que ponerse serios. ¹¹

Con un saxo entre las manos

Cabeza, intención y actitud

Roberto Pettinato, integrante de una de las bandas más importantes del rock nacional de los años 80, tocaba el saxo, compuso letra y música, logo y arte de muchos éxitos de **SUMO**.



Alejandro Sokol: batería, **Diego Arnedo:** bajo, **Germán Daffunchio:** guitarra, **Roberto Pettinato:** saxo, **Luca Prodan:** voz, **Ricardo Mollo:** guitarra.

En una entrevista¹² Pettinato asegura: *“No sólo toqué un poco el saxo. Yo fui el tipo que hizo las tapas de Sumo, el que inventó el logo del grupo. La gente escucha “No sé lo que quiero pero lo quiero ya” y no sabe que la letra es mía; escuchan “Los viejos vinagres” y no saben que también la letra es mía, como parte de las músicas. Es increíble, pero todos se preocuparon por no nombrarme nunca.” “En realidad, toda la vida fui un músico que trabajó de otra cosa, porque es imposible vivir de la música, tener una familia y pretender que*

¹¹ Idem.

¹² Diario La Nación “Saturados de Pettinato” 15 de diciembre de 2000

Un show que es noticia

*todos coman comida caliente” (...). “Me quise juntar con músicos que compartieran mi concepto musical, pero no necesariamente que fueran virtuosos. Eso lo aprendí de Luca, porque así empezó **Sumo**. Antes de que entrara Ricardo (Mollo) y antes de que Diego (Arnedo) tocara tanto, Sumo era un grupo de gente que no tenía mucha destreza pero sí mucha cabeza, intención y actitud”.*

Sumo de la psicodelia de poder hacer un tema de 9 minutos o de 45 segundos”. “A mi siempre me salen cosas que no tienen mucho que ver con el rock de acá, porque estuve siete años en una banda atípica. Por eso digo que todos los que después hablaron bien de Sumo, la megaestructura del rock, eran los tipos a los que les parecíamos un aborto de la naturaleza.

Divididos por la felicidad", 1985 "Llegando los monos", 1986. "After chabón", 1987.



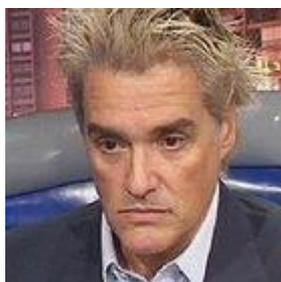
Claro, todos cantaban como Cerati, todos eran derivados de Spinetta. Y Luca era la antiderivación, era una mezcla de Ian Dury con Jim Morrison. Después se murió Luca y empezaron a darnos bola. Pero, en realidad, cada vez que estábamos por dar el gran paso salía alguien, como Soda Stereo, Virus, Los Twist, hasta Los Helicópteros tuvieron su cuarto de hora. Nosotros llenamos dos



Obras y terminamos haciendo el último show con Los Violadores en la cancha de Los Andes para 100 personas”.

Tras la muerte de **Luca Prodan**, en diciembre de 1987, Pettinato emprendió un viaje a España, donde formó el extraño team

de Pachuco Cadáver con Guillermo Piccolini y Willy Crook como invitado permanente. Fue fundador del grupo **DIVIDIDOS** *“Nadie sabe que con Ricardo (Mollo) formamos Divididos, por ejemplo. Luca se murió en diciembre de 1988 y en enero y febrero del 89 con Ricardo empezamos a componer. Le dije a Mollo que el grupo se tenía que llamar **Divididos** por la felicidad, como el disco de Sumo. Y empezamos a componer temas, de los cuales yo escribí algunas letras, como la de La mosca porteña y Haciendo cosas raras para gente normal. Después me fui a España y un día me llamó Ricardo para ver si le dejaba el material porque iba a seguir con el grupo. Ya se había juntado con Diego y se lo regalé. Eso está bien, pero lo que me molestó es que no se haya dicho cómo fue la historia...”*



Más tarde, Pettinato se radicó en España, limpió un parque, se casó con una astróloga, y tuvo tres hijos. Pasó hambre, y lo recuerda públicamente. En una de las emisiones del Show, en noviembre del 2005 en diálogo con su hija Tamara recuerda: *“fue muy duro trabajar en la calle ¿te acordás Tamara de lo que comías?...”*

Años más tarde, se separó de la madre de sus hijos y luego se casó con una psicóloga, con quien actualmente se estaría divorciando

Su trayectoria en los medios

“Haciendo cosas raras para gente normal”



Al regresar de Europa incursionó en varios programas de entretenimientos, de entrevistas, de comentarios perspicaces, de canciones para chicos. Publicó libros que nadie leyó y editó discos. Trabajó como columnista de espectáculos en Revista Libre *“se veía que era un tipo distinto, un genio en potencia”* declara un compañero de la redacción. Escribía en una columna que la cara de Jorge Jacobson era como un medallón de milanesa, y Hugo Guerrero Martineiths lo convocaba a su programa “A solas” para que cuente cómo hacía para encontrar divertido algo sumamente serio como la cara de medallón de milanesa de Jorge Jacobson.

Colaboraba en la Revista Expreso Imaginario, que después dirigió. Luego en Revista Libre y Satiricón. Editó **“Sumo, la jungla del poder”** contando su paso por el grupo¹³.

Condujo programas de humor desvergonzado a la medianoche, programas de entrevistas en divanes, de entrevistas con asados, de entretenimientos frutales con Gerardo Sovofich.

A comienzos de los ochenta fue invitado por Sofovich para unirse a la conducción del programa La Noche del Domingo por Canal 9. Fue su primer contacto con la TV y el público, puesto que se trataba de un programa en vivo.

En 1993 se trasladó a Canal 13 para conducir su propio programa Mirá quien canta, un musical íntegramente grabado en exteriores. Tres años después formó parte de 360 todo para ver, un magazine de espectáculos, en donde también participaban el modelo y conductor Horacio Cabak y el periodista

¹³ Revista Noticias 25 de junio de 2005

deportivo Gonzalo Bonadeo. De la amistad con este último se gestó su primer éxito televisivo.



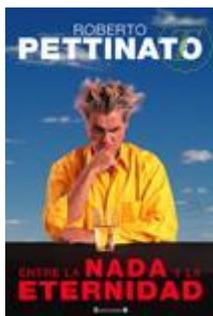
Entre 1996 y 1998 revolucionó las medianoches argentinas, conduciendo Orsai a Medianoche. El programa que se emitía por TyC Sports mezclaba las notas deportivas, a cargo de Bonadeo, con las secciones de humor de Petinatto y Gillespie. Su acidez, la frescura de los comentarios, y la interpretación de "El Gato de Verdaguer", una marioneta creada en homenaje a uno de los humoristas más destacados de todos los tiempos, Juan Verdaguer, le valieron el reconocimiento del público.

Posteriormente incursionó en varios programas. Un aplauso para el asador por Canal 13 junto a Diego Pérez, Listos ya y Duro de acostar por Telefé, Todos al diván con Elizabeth Vernaci primero, y con Karina Mazzocco en la segunda parte del ciclo, en la conducción, y Petti en vivo por Canal 9 en ese momento denominado Azul TV.

El retorno al 13 se produce con su participación en el programa Primicias de Adrián Suar. El éxito y el recuerdo del suceso alcanzado junto a Bonadeo permitió el regreso de Orsai, la leyenda continúa por la misma señal de cable TyC Sports.

En 2002 fue convocado para conducir Indomables, un magazine de espectáculos, chimentos y humor, emitido por América TV. La animación le permitió ganarse su primer premio Martín Fierro. Sin embargo, en el año 2005, cuando Indomables atravesaba su mejor momento, el programa finalizó abruptamente sus emisiones por decisión de la productora, al censurar las autoridades del canal otro de los ciclos. Inmediatamente fue tentado por Suar para retornar a Canal 13. Ese mismo año el programa, con nuevo nombre (Duro

de domar) fue relanzado. En el 2004 también condujo Que parezca un accidente, un noticiero de actualidad emitido por el canal TN.¹⁴



Además editó “**Entre la nada y la eternidad**” que agotó diez mil ejemplares en 30 días. En este libro puede encontrarse una abundante recopilación del ingenio zumbón de Roberto Pettinato, el mismo que desparrama diariamente como conductor televisivo y radial.

Puede ingresarse por cualquiera de las 251 páginas de la publicación de Ediciones B para acceder al “pensamiento-Pettinato”, esto es, “reflexiones, reciclamientos, lo que sobrevuela en el aire, ideas, bocetos, visiones, cuentos, dudas, preguntas, respuestas”, como definió el propio autor.

Admirador de Jay Leno, Verdaguer, Lenny Bruce y Tato Bores (“paradójicamente, tres muertos y uno que jamás oír de mí”), Pettinato cumple en agradecer –en el “pre-prólogo”– “al cinismo, la crítica, la ironía y el humor” que constituyen su personalidad y lo ponen codo a codo con sus admirados.

Prácticamente no hay reflexión que no deba ser atendida como un interesante – a la vez que desopilante– entrelíneas de la vida cotidiana, una actividad que sólo pueden desarrollar aquellos que pueden y/o saben tomar distancia de las cosas de todos los días.

“La esposa es como un quiosco: sabés que no tiene mucha variedad, ¡pero está abierto las 24 horas!”, sentencia Pettinato entre muchas otras sentencias, altamente inconexas, juguetonas, provocadoras y que, como en el mismo título se advierte, oscilan “entre la nada y la eternidad”.

Pettinato se desempeña como director de la revista **La Mano** que vende 20 mil ejemplares al mes, donde se pueden encontrar: un excelente estilo tipográfico y colores exactos que decoran las notas de músicos, del rock nacional, de moda no convencional (por ej punks). Además se encuentran

¹⁴ Obtenido de "http://es.wikipedia.org/wiki/Roberto_Pettinato"

Un show que es noticia

editoriales de Pettinato donde describe un día de su vida, logrando la atracción del lector, y artículos de periodistas que recomiendan libros, discos, películas y lugares.

En el 2002 “**Indomables**” lo consagró recibiendo dos Martín Fierro, autor de best sellers, y conduce en radio **El Show de la noticia** que siguen 500 mil personas todas las mañanas¹⁵

“Show man”: Roberto Pettinato

Desembarco en la radio

Sus comienzos en el medio radial fue en AM 1270 con un programa llamado “*Basta por hoy*” en el cual trabajaba él sólo, de 21 a 00 hs. Más tarde incursionó en radio Metropolitana haciendo “*La punta del obelisco*” el cual lo describe como un programa muy divertido, según Pettinato, era como el Show de la noticia, sin producción.

Su vuelta a la radio fue en el año 2004 cuando lo convocaron para ser el conductor del programa que hoy está primero en audiencia: “**El Show de la noticia**”. Petty confiesa: “*A mí lo único que me hizo hacer radio otra vez, porque yo dije no hago más es un embole, me rompe las pelotas, son muchas horas, y eso que eran dos nada más, ahora son tres, fue por que vi “Buenos días Vietnam” de Robie Williams y me quedé tan entusiasmado que dije “yo quiero ser ese tipo” y bueno salió lo que salió. Creo que salió bien*”...

En dialogo con diario La Nación¹⁶ Roberto Pettinato, confesó: “*Me gusta madrugar, en general no me amargo hasta el mediodía, surgió el slogan: se puede ser feliz a las seis de la mañana (...) no escucho mucha radio, no estoy influenciado por ningún estilo y no voy a imitar a nadie. Voy a competir en el horario más escuchado. Tengo claro que no me voy a dirigir a ningún tipo de gente, yo voy a hablarle al gran pueblo argentino*”.

¹⁵ Revista Noticias 2005

¹⁶ Alicia Petti Año 2004.

Lic.Oscar Bosetti¹⁷: *“Creo que para entender Pettinato en radio, hay que entender lo que escribía y/o escribe en la revista de los viernes de Clarín y en Gente. Lo que escribía en Gente, entonces ese estilo de hacer periodismo alguien advirtió que podía hacer... y bueno lo que hacía en televisión, antes de “El Show de la noticia”, alguien advirtió que podía funcionar en radio pero con esta idea: vos, “no tenés que ser el opinólogo de... la mañana”.*

Se abre el telón

El 25 de mayo de 2006, feriado nacional, un silencio atípico invaden las calles de ciudad de Buenos Aires. Las mismas estaban vestidas de celeste y blanco anunciando un día festivo para la patria. Muchos colectivos llegaban a la ciudad ya que el presidente Néstor Kirchner anunciaría su candidatura a presidente del 2007. Pero nuestro objetivo no era interesarnos por la política nacional, sino que perseguíamos un solo fin: presenciar “[El Show de la noticia](#)”. Luego de pedir permiso para encontrarnos con Natalia Carcavallo, productora de “[El Show de la noticia](#)”, subimos por un ascensor antiguo y lujoso. Todo era novedoso. Estábamos ahí a punto de presenciar el programa que elegimos para nuestra tesis. En Fm 99.9 hay varios estudios, en nuestro caso, íbamos al estudio n° 3 el cual fue montado exclusivamente para el Show. Una luz tenue, y buena música de fondo, hacían de este un lugar único y acogedor. Estábamos allí presenciando “[El Show de la noticia](#).” Seisdedos, el operador, nos saludo con su simpatía característica junto con el productor Demian Sterman. Mientras observábamos todos los elementos propios de un estudio de radio bien montado: equipos de audio, gran cantidad de cd, llamativos micrófonos, se acercó con una sonrisa dulce y atenta Natalia Carcavallo, productora del programa. Y ahí estaba del otro lado del gran vidrio Roberto Pettinato con su cabello rebelde y unos auriculares gigantes hablándole a la gente y provocando risas continuamente: a su derecha María O’Donell de espaldas a la sala de

¹⁷ Docente ETER y Titular de la Càtedra de Radio de la UBA. Entrevista realizada el 20 de abril de 2006.

operaciones y a su izquierda Marcela Godoy quien sonreía más seguido. Roberto nos dijo: *“así que ustedes están haciendo una tesis”*.

Obediente a la hora de leer lo pautado, pero en la tanda se para, sale del estudio, le pega un poco a Seisdedos, vuelve a entrar una vez más y se sienta en su lugar. Es un niño grande...

Remera de mangas largas, jean azul, y zapatillas de cuero blancas con rayas anaranjadas, un look un tanto adolescente que le sienta muy bien. *“Vamos Roberto”* le repite unas veces su productor al conductor que charla con sus compañeras y mientras baila responde: *“¡ahora no puedo estoy bailando!!!”*...(risas). La mañana está tranquila es feriado y está el equipo y nosotras, hoy no es viernes no está el Funcking manteca bar, no hay nadie ajeno al equipo, hasta que llegaron los niños cochinos de la mano de su madre, quienes grabarán con él una nueva sección para el próximo programa. Él dice: *“Parecen una secta...un grupo de gente conspirando algo...”*

Actualidad: “La información necesaria”

María O’Donell (“La emperatriz de la información”)¹⁸

Se recibió en la Universidad de Buenos Aires en la carrera de Ciencias Políticas y luego realizó una maestría en Ciencias Internacionales en FLACSO. Sus comienzos en los medios fueron en el periodismo gráfico, trabajó cubriendo gobierno y cancillería para Página 12 y luego fue corresponsal del diario La Nación en Estados Unidos. En el año 1994 descubrió la radio, cuando Jorge Lanata la convocó para trabajar en su programa “Rompecabezas” en la Rock and Pop, para reemplazar a Ernesto Tenembaun quien realizaría una beca durante un año en EEUU. Se desempeña como responsable periodística de **“El Show de la noticia”** desde sus comienzos en el año 2004. En una entrevista realizada a María O’Donell nos contaba:

¹⁸ Así la presenta Roberto Pettinato a las 7:15 de la mañana.

“Mi rol específico es todo lo que tiene que ver con la actualidad, esos momentos digamos, hay actualidad a través de los títulos, cada media hora y después yo tengo como dos entradas en profundidad, más desarrollo de temas específicos, una de conversar más los principales temas con Roberto y una que tiene que ver con los anticipos del día, es básicamente llevar la información más allá de los títulos (...) y está presente a través del humor digamos, hay otras maneras en las que también se carga información de manera tradicional digamos.”

Locución

Marcela Godoy (“Marcela Shopping Godoy”)¹⁹

Es egresada del ISER en la carrera de Locutor nacional. Trabaja en la 100 desde hace 8 años. Llegó al “El Show de la noticia” reemplazando a Laura Venas quien dejó el programa por problemas de salud. No considera realizar una locución tradicional: *“si bien hago cosas tradicionales, no locución cuando se imposta la voz, presento la canciones temperatura, la hora, el pronóstico, los títulos, pero más allá de eso, lo principal es que me divierto, colaboro en el programa”*.

Marcela acompaña a Roberto en los PNT (Publicidad no tradicional) las cuales son publicidades actuadas con un buen condimento de humor y guiones alocados en los que el conductor y la locutora protagonizan a personajes que consumen a los productos que se publicitan. Al respecto Godoy confiesa: *“cuando entré ahí también me parecía rarísimo lo que hacían con los PNT, pero me parece que también es una sección los PNT, aunque a veces me deprimó y digo “yo lo único que hago son los chivos” pero me parece que también es un condimento porque Roberto saca un personaje que no lo saca en otra parte del programa viste y hay , que se yo no sé, el cura, el hombre que acentúa mal, hay*

¹⁹ Caracterización de Pettinato denominando a la locutora como una compradora compulsiva.

muchos personajes que están buenos y no pueden darse en otro contexto del programa y los clientes también están contentos por el hecho de hacer el PNT de una manera diferente...”

Producción

Su objetivo

Primera etapa: Iván Velasco, Esteban Talpone

Segunda y actual etapa: Natalia Carcavallo, Demian Sterman



El gerente artístico de la FM 100, **Iván Velasco**, fue el director técnico de *“El Show de la noticia”* junto a Esteban Talpone, jefe de informativo de Radio Mitre, quien estaba a cargo de los contenidos del programa. Ellos

fueron los creadores del Show radial que convulsionó el dial en la primera mañana. Supieron combinar sus ideas logrando noticias, pero además un show. Un producto bien logrado, sin baches, totalmente guionado, sólo faltaba la voz: convocaron a Pettinato. Estrella de TV, acepta la propuesta, convirtiéndose también en estrella radial. Y desde entonces el dial tiene otro despertar.

Iván Velasco, el creador del Show confiesa cómo surgió este programa que lidera en audiencia: *“Primero reinventamos la marca FM 100. Dos años y medio después, junto con Esteban Talpone y Diego Pozo empezamos a diseñar un morning show con el concepto “informa, despierta y entretiene”. Armamos un diseño y se lo mostramos a Roberto Pettinato, que aceptó. Trabajamos durante cinco meses y mientras tanto, armamos la mañana de la radio con la música que tiene el programa para que los oyentes estuvieran preparados para El Show. Una semana antes, estábamos reunidos con Talpone y Pozo y uno de ellos dijo: “con este programa se puede ser feliz a las seis de la mañana” Y ahí salió el eslogan. Era la mejor forma de explicar el trabajo de los últimos meses*

Un show que es noticia

(...) *Se nos fue de las manos. Si bien a la mañana ya teníamos 9 puntos y medio, nunca pensé que íbamos a llegar a 24 puntos*".²⁰

Esteban Talpone, cuenta que *"la radio nos dio apoyo para llevar a Pettinatto a una FM, en un horario muy difícil. Creo que hubiera sido más fácil poner a Roberto a las 10 hs. Pero a las 6 es más revolucionario"*.

"Queremos salir de los programas clásicos de las mañanas de FM; comenzamos sin prejuicios y dio excelentes resultados", agrega. "Las ideas de Roberto, las discutimos, pensamos y probamos. Le damos el rumbo que queremos, siguiendo la tónica del programa y la personalidad de su conductor".²¹

"Unidos por la felicidad"

Natalia Carcavalo resalta: *"es un trabajo en equipo. La radio toma decisiones con los focus groups y demás, de formato y artística. Y aporta, bueno la nueva cortina de "Arbol" fue armada por la radio y tramitada y producida y demás. La artística la piensan Demian, que es el coordinador, Seisdedos, los guionistas, los musicalizadores y Roberto que vienen con cortinas, que tampoco se pueden perder la impronta de él, que es como que le da también una identidad, entonces siempre es un trabajo en equipo"*.

Así mismo el operador del programa **Eduardo Seisdedos** agregó: *"Lo bueno de este programa, es que desde Pettinato, a la locutora, al operador, los productores, tiran ideas. Por ahí, viene Roberto y dice: "no sabes lo que se me ocurrió, quiero estar arriba de una nave espacial..., ir viendo como se ve Buenos Aires desde arriba..." y de ahí vamos viendo que es lo que realmente sirve para la radio"*.

Como sostuvo el humorista y guionista **Diego Recalde**, el nombre del programa es una especie de matriz que ensambla las dos cosas *"además*

²⁰ Radio guía ETER. Marzo 2005

²¹ Gacemail TEA Imagen 2004

Un show que es noticia

insistimos en que no podía ser de otra manera porque acá el que pilotea el barco es Roberto y bueno ahí está atravesado el estilo, la personalidad de él en todos los segmentos del programa.”

Fernando González, rector de TEA asegura: “Me parece que el programa empezó a encontrar el punto justo la segunda temporada, el año pasado. Me parece que el equipo que sale al aire de Marcela Godoy que es locutora, María O Donell, que es periodista y él arman un buen equipo al aire, incluso él está como más contenido de 7 a 9 que de 6 a 7 hs. De 6 a 7 es un programa, él toca el saxo, hay más música, él hace unos mini/monólogos que lo tiene escritos, un día hace la apertura, un día hace esa cosa que hace también la tele a la noche que es un mini editorial. Me parece que eso es buenísimo. Marcela Godoy es muy buena, le lleva el tren muy bien a él y mete esas cositas, frasecitas, latiguillos que van bárbaros, los tres hacen muy buen equipo, más los humoristas y Seisdedos, me parece que al aire tiene un equipo que salen muy bien...”

El **Lic. Oscar Bosetti** Con respecto al equipo del Show sostuvo: “Yo creo que ahí se desarrolló una química muy interesante, al comienzo de *“El Show de la Noticia”* que estuvo dado, ese mix o química entre el conductor y el productor. Cierta carisma de Roberto Pettinato, le permitió a él descontracturadamente conducir esa primera mañana, y el productor le fue marcando tiempos de radio. Entonces, para pensar en tiempos de radio, hay que pensar además de la idea, en cómo conformar un equipo, ahora lo ejemplifico con *“El Show de la noticia”*. Creo que lo que ahí funciona es un equipo, que saben que, o quieren que ese espacio que tal vez no sea compartido por todos (...), está pensado como el espacio descontracturante, donde el humor te puede atraer al parlante, donde a veces te puede atraer la música, donde a veces te puede atraer la información, donde a veces te puede atraer el comentario, en tiempos que son los tiempos cortos, breves, en los que transita o entre los que transita la puesta al aire del programa...”

Humoristas/Guionistas: Diego Recalde, Diego Sheikman

Son los encargados de hacer reír a la audiencia cada mañana, guionando alocadas ideas y generando buen humor en torno a los temas de la actualidad. Interpretan personajes como: Nacho...la almohada de Lilita Carrió, el Payaso Fabián, Pingüinete (Presidente Kirchner), Felipe Chirola (Parodia al Gobernador Felipe Solà) etc.

Para lograr un buen efecto hay que trabajar haciendo un buen producto a lo que Diego Recalde sostuvo: *“Hay muchísimo trabajo previo, se produce los días miércoles y jueves. Y los personajes trabajan el día anterior igualmente siempre chequeando con lo que pasó ese día, por eso si hay que modificar parte del sketch porque la realidad es muy vertiginosa y ofrece cambios constantemente, pero básicamente hay un laburo bastante intenso y de muchas horas. No para hacernos los grandes trabajadores, pero requiere unas 6 o 7 hs de pre- producción el día anterior es decir, cuando terminamos el programa a las 9 de la mañana nos vamos a desayunar, ahí se arman los personajes, ahí los escribimos juntos, planeamos qué personaje tiene que salir al otro día en función de la noticia. Y a partir de las 6 o 7 de la tarde ya estamos escribiendo lo que va a ser monólogo, notitandas, eventualmente publicidad, cierre de programa etc etc. Esa es la mecánica con la que trabajamos nosotros como guionistas.”*

Natalia Carcavallo nos explicaba con qué apuntan al humor: *“Se trabaja mucho con la lateralidad, es muy difícil hacerle humor a Roberto y que él se enganche como se engancha. (...) bueno... hacer Lilita Carrió, ya la hacen en AM, entonces se le busca la vuelta, que es hablar de lo mismo. Igual la almohada no habla de cuántos votan a Patti, hablan de otra cosa, pero capaz que te meten información en el medio. O pingüinete, ... el año pasado y el anteaño estaba todo muy guionado, incluso las preguntas o las respuestas de Roberto. Este año el programa es mucho más espontáneo, hay más mesa...”*

más naturalidad. El año pasado era “abro un cajón, cierro un cajón”. Con secciones hiperprolijo, pero ahora fluye una energía distinta...”

Asistentes de producción:

Tamara Pettinato y Gabriela Larralde

Ellas acuden a las necesidades de la producción del programa: editan mensajes, organizan los invitados del “Fucking Manteca Bar” y se encargan de todo lo que hace al contenido del programa.

Gabriela Larralde (egresada de TEA y estudiante de Comunicación de la UBA) explica: *“Nosotros vamos chequeando los diarios a la noche para poder adelantar lo que sea, espacios de color de afuera o cosas insólitas, después también los textos, las aperturas, los textos que salen en diferentes horarios también se manejan el día anterior”.*

Tamara Pettinato (estudiante de TEA). La hija de Roberto, tiene participaciones muy acertadas en el programa. En una entrevista realizada por Gacemail Tea Imagen²², aseguró: *“Cuando intervengo con papá, los llamados telefónicos crecen; el público se engancha en la relación padre – hija y toma partido. Es muy divertido (...) Todos los días el programa tiene una consigna; la gente se engancha y deja muchos mensajes. Pero hay mensajes fuera de consigna, como grupos de chicos que van al colegio en combi y cantan la cortina del programa (“La academia de la nada”, por Antonio Birabent) o camioneros que dedican bocinazos.”* *“Pettinato está contento; él quería ganarle a Ari Paluch”, dice Tamara con una risa cómplice, y agrega: “Va feliz a las 6 de la mañana a la radio”.*

²² Gacemail TEA Imagen n 69.

Director de orquesta: el arte de combinar sonidos

Eduardo Seisdedos (*No tiene 6 de dedos en la mano!*)

Operador técnico

“Mi operador señores, fucking! se llama Seisdedos y yo le dije: ¡quiero ver esa mano! ¿O no? Y me la mostró y no era así, era muy gracioso” (**Roberto Pettinato. Entrega premios Clarín 19 de diciembre de 2005**).

“Hay que bajar a la tierra y darte cuenta que estás manejando un “boeing”. La consola del programa es el panel del control de boeing 747 que tiene dos millones de perillas, dos millones de luces. El programa en sí es un boeing que tenés que manejarlo y llevarlo y no podés estar en otra”.

“La estética del programa tiene eso de pongámosle pajaritos, pongámosle nave espacial, no seamos ruidosos, y al mismo tiempo seamos lo más prolijos, a todos nos gusta ser prolijos y hacer lo mejor posible de nuestro laburo. No es lo mismo que yo... si bueno ponemos un tema, pum, play, sale el tema, listo. Qué felices que somos, salió el tema... y otra cosa es... mientras Roberto tiene fondo el ruido de la ciudad y él te va narrando que ve a un tipo que se está por subir al colectivo, mientras que de un edificio sale una pareja que se da un beso y cada uno se va por su lado. Entonces todo ese ambiente sonoro empieza a aparecer el tema... cuando querés acordar Roberto ya no está. No está más la pareja que se estaba besando y está tocando Los Beatles. TODO ESO SE COMBINA, SE INTENTA COMBINAR DE LA MEJOR MANERA POSIBLE. Con prolijidad, con detalles, con cosas...

De esta manera nos encontramos con la importancia que adquiere el rol del operador dentro de un programa ya que a través de diversos recursos (música, efectos, sonido, copetes etc.” transporta y ubica al oyente en la escena comunicacional construida.

La información en “El Show...”

Al presentar los títulos de las noticias del día, podemos observar un estilo particular en los separadores:

- ***“En dos minutos puedes abrir y cerrar la puerta de la heladera 120 veces, o escribir media hoja de cartas y también puedes mantenerte informado con todo lo que pasa en el país y en el mundo TÍTULOS”.***
- ***“En dos minutos podés escribir en la computadora 100 palabras, o tomarte un café en la barra de un bar y también podés mantenerte informado con todo lo que pasa en el país y en el mundo: TÍTULOS”***
- ***“En dos minutos puedes perder la paciencia en la cola de un banco, o reconciliarte con tu pareja y también puedes mantenerte informado con todo lo que pasa en el país y en el mundo TÍTULOS”.***

A través de estas presentaciones de los títulos, se destaca cómo se le da lugar a la vida cotidiana pero sin dejar de lado la información.

Luego de la presentación de los mismos se da lugar a Marcela Godoy quien leerá las noticias del día, de las cuales Pettinato da su opinión. Por ejemplo:

- Luego de que Marcela Godoy hablara sobre la Cumbre de las Américas en Mar del Plata, Pettinato agrega:

“Más que una cumbre parece una reunión de consorcio. Los vecinos comunes hacen quejas sobre las expensas, males condiciones del edificio en el que viven, o de la humedad de sus departamentos, mientras que los vecinos más destacados tienen

Un show que es noticia

sus hogares impecables: porqué hay estas diferencias?... Porque están amistosamente relacionados con la administradora...es decir EEUU... “

- Luego de dar el pronóstico del tiempo, Petty agrega:
“Cielo algo a parcialmente nublado del sector norte: repetir conmigo por favor *“cielo algo a parcialmente nublado...”* risas.
- Pettinato lee una noticia sobre Castells en la cual hay una foto del líder piquetero en calzoncillos y agrega *“La mujer sale en noticias con corpiño él sale acá con calzoncillos” van a poner una boutique y con empleados piqueteros que nunca van a trabajar porque estarán siempre de piquete “me puede dar una bombacha” “no, no te podemos atender estamos en huelga”*
- Dan los títulos y Pety dice: “Tenis: Coria tiene una remera bárbara” ¡a no! ¡no era eso!, y da las noticias de tenis.
- Petty habla del clima y dice *“tenemos un cielo nublado, baja sensación térmica nubosidad variable esto lo dice un tipo del reporte meteorológico que está totalmente loco que se cree que lo sabe todo lo que va a pasar, fijate como dice baja sensación térmica, nubosidad variable, **por la tarde vas a encontrar alguna oferta**, vientos moderados del sudeste, una presión de 1029 hectopascualeta”*

“Hasta aquí fueron los títulos regresan en 30 minutos, ya estás informado”

PNT Publicidad no tradicional

Se denomina PNT a aquellos fragmentos del programa en los que se vende publicidad, fuera de la tanda radial. A diferencia de otros programas esta constituye una sección donde se mezclan la actuación, el humor, los tonos de voz. Marcela Godoy es una pieza fundamental para su realización, ya que protagoniza a los mismos junto a Roberto Pettinato.

- *Personaje **El Cura** interpretado por Roberto: “Hermanos/as, amigos, cuñados, muebles, baterías de celulares a todos porque todo lo ha puesto el señor en este mundo y debemos querer a todos por igual, sean niños o picaportes, vamos a abrir la página, antes que nada vamos a ponernos de pie, la entrada ceremonia de Susana Jiménez. Abrimos la página 5246, Pedro dice: “renuncien a toda maldad, renuncien a todo engaño a la hipocresía a la envidia y a toda clase de maldad y se levantó uno y le dijo pero que somos los boludos del mundo, sentaos y cerramos. La recaudación de agosto ha vuelto a subir y Coria sigue ganando en el abierto de EEUU llevado por la ambición, el poder y el dinero, que más perfecto... ustedes saben que **Movistar** te lleva a ver un recital exclusivo de “La Ley” en su gira despedida en el Luna Parck Ignacio y yo estaba pensando que podíamos ir juntos PADRE y se escuchan latigazos, eres una pecadora que no tienes derecho a abrir la boca y si abres la boca, ya sabes en este rato convertiré tus pechos en una billetera para ti, que la aproveches”. Locutora: “Padre compre un **Movistar motorola** y envíe sus mensajes al 68742 y pagando con tarjeta del Bco. Tiene descuento, padre disfrute, yo disfruto que estés conmigo en el camino, y en el camino a Mendoza con migo...”*

PNT (Música de la “guerra de las galaxias”) : “Me he enterado que Roberto Pettinato se ha ganado un premio, que ya en la galaxia no

Un show que es noticia

significa nada, pero para los terraqueos es sin duda, algún monto importante. Lo felicito! como dicen en la tierra.

*... Este mes la mejor jugada, sin embargo está en **Garbarino**.... (Se tiente al hablar). Marcela Godoy le dice: "capitán del espacio lo mejor es la computadora.... "*

Un sonido distinto

"El show de la noticia tiene: música que te hace sentir bien"

La apertura de "*El Show...*" es el tema musical "*La Academia de la Nada*"(del grupo español Los Toreros Muertos) que Antonio Birabent interpretó para convertirla en cortina del programa.

En la **Academia de la nada**, puede usted matricularse mañana, la Academia nada enseña y con nada nos alimenta, paseamos juntos por un césped amarillo, yerba alta como nuestros pantalones con un cielo morado que está vivo como nuestras camisas de colores.

Estribillo: Nada tiene razón de ser, nada puede suceder, nada es nuestra quimera, nada es nuestra bandera.....

Se pone el viento corriendo en tus pulmones, esta mi sangre fluyendo por tus venas, hoy veo el mundo a través de tus ojos y camino sobre tus huellas, vamos a elevar anclas esta noche y por qué no llevamos anclas, no tenemos nada delante, no dejamos nada detrás.

Nada tiene razón de ser, nada puede suceder, nada es nuestra quimera, nada es nuestra bandera.

El Show de la noticia, nada tiene razón de ser, **El Show de la noticia**. Nada tiene razón de ser, nada puede suceder, nada es nuestra quimera, nadie es nuestra bandera...la cien.

Sección retro

Un disco de vinilo diferente en cada emisión

En cada programa Roberto Pettinato trae de su propia biblioteca un disco de vinilo. Por lo general son temas inéditos. Aunque parezca mentira aun quedan discos de pasta. Esta es una cualidad que hace al programa distinguido en este aspecto, se da lugar a temas musicales que ya no circulan con frecuencia en los diales.

La musicalización es seleccionada por la producción. El conductor hace

referencia a las letras de los temas musicales, como así también a los grupos de rock que los protagonizan. Entre otras bandas se destacan:



Pink Floyd, Génesis y Creedence: **Jimi Hendrix**, Jim Morrison, Led Zeppelin o John Lennon. Como así también es característica del programa, la música nacional.

Si bien en la 99.9 suelen transmitir temas musicales de “última moda” de 6 a 9 nunca se escuchará un tema de, por ejemplo, Ricardo Arjona. Pettinato te cuenta una pequeñísima anécdota, cuando uno sabe presentar un tema, el tema reluce. Roberto dice: *“La música jugará un papel muy importante. Además de la que caracteriza a la emisora, en cada jornada habrá un tema de mi bunker en cuya introducción contaré una historia. Entiendo que hay música buena que no*

se escucha y una de las misiones de mi vida es que esa música se siga escuchando”.²³

- Pettinato tira data de Bob Marley: *“La última canción de Marley, si mal no recuerdo fue “Redemption song”, a veces cuando uno hace la última canción y se muere, esa canción queda olvidada, y a veces se convierte en un himno. Y a veces en el caso de Marley, es como una síntesis de lo que hizo en este tema, que tocó solo con una guitarra acústica, como una síntesis impresionante de lo que fue todo el desarrollo que él hizo con la música reggae, y eso está bueno... y vos decís ¿cómo hizo? Está bien al poco tiempo murió, de todos modos es como un gran resumen verdaderamente de todo: todo lo que sé tocar y todo lo que sé decir lo voy a decir en esta canción, y se convirtió.... Ahí lo tienen (pasan música). “Casi tocando el cielo con la voz”, te sentís puro escuchando esto.... (dejan tema).*

De este modo hay que considerar la importancia que adquiere la opinión de Pettinato, que no solo es ahora el conductor del programa, sino como músico, y como ex integrante de una de las bandas más importantes del rock nacional de los años 80, como lo es **SUMO**.

"Fiebre", 1989.

"The Collection", 1991

"Corpiños en la madrugada",
1992 (reedición)



²³ Diario La Nación por Alicia Petti, año 2004.



FM 100 Lidera el rating

"Esta es la 100, 99.9 Escuchá la 100, poné tu música"

FM 99.9 "La 100" emisora que pertenece al Grupo Clarín, nació en 1985 y desde el último semestre del 2004 es la FM líder en audiencia de la República Argentina. Consiguiendo así el primer puesto en el ranking de FM, recuperando el liderazgo luego de más de cuatro años. La 100 y su promesa "*poné música*" se refleja en un incremento y mejora del mix musical, un exhaustivo control artístico y la participación en los principales eventos de la música, que reafirman este posicionamiento.

Con una propuesta joven e inteligente, la radio conjuga la mejor música con la información siempre al día. El 12 de junio de 2004 Clarín espectáculos publica: "La FM 99.9 está al frente en las mediciones de audiencia según los últimos datos de IBOPE, durante el período marzo-mayo 2004. La 100 lidera así su segmento en el mercado. De acuerdo con los números de IBOPE, FM 99.9 está primera de lunes a viernes 24 horas, con 12,1 % de oyentes. Mientras que para la franja horaria de lunes a domingo las 24 horas, también ocupa el primer lugar con 12 % de encendido, colocándose así como líder de las FM."

Entre sus conductores más destacados figuran Roberto Pettinato, Cristian Palacios, Maitena Aboitiz y el Pollo Cerviño.

La 100 se contacta a diario con 1.450.000 personas de ambos sexos y todos los NSE, de entre 18 y 49 años.

"LA 100 TIENE EL PRIMER Y ÚNICO PROGRAMA QUE PODÉS DECIR QUE LO PODÉS VER POR RADIO"

El operador técnico de la emisora **Eduardo Seisdedos** quien está a cargo de la Musicalización del Show dice: *"Estoy de lunes a viernes trabajando en la 100 con Pettinato, haciendo cosas de ediciones para la 100, de artística, los acústicos de la 100 lo estoy haciendo todos yo. Por una cuestión de que ya conozco el lenguaje de la radio . Vos ya tenés en la cabeza metido cuál es la idea artística que tiene la radio, para que lado quiere ir"*.



El Show de gira

Acercando la radio al público

Durante el ciclo 2004, "El Show..." transmitió desde diversos lugares fuera del estudio, desde la estación de subtes Federico Lacroze y desde la línea 60. De este modo el medio radial, ofrece una apertura hacia el exterior, abandonando así los tradicionales estudios céntricos. Esto implica mayor contacto con la gente, y acercamiento entre el oyente y quienes están detrás del micrófono.

Este año con la consigna "**La gira de la 100**", una de las paradas fue en San Isidro y ahí estuvimos observando que:

El lugar es característico por sus mujeres finas, rubias, bien vestidas. Los chicos en su mayoría llevan uniformes, pantalones blancos de gimnasia y el escudo típico de “school”.

El camión de la 100 abunda en carteles que hacen a su propaganda, el logotipo característico donde predominan los colores amarillentos y naranjas. El personal de seguridad está custodiando el lugar, preservando el orden.

El público está sentado en escaleras, similares a una tribuna y no dejan de reírse, muy atentos al programa radial que se transmite en vivo.

Petti lleva un chaleco sobre una remera manga larga gris. Está mucho más sobrio que otras ocasiones, donde porta remeras batik y camiseta blanca debajo.

Además hay gente grande que se ríe de sus ocurrencias. Los técnicos, arreglan luces arriba del camión, ya que la 100 transmitirá sus programas hasta la tarde, con el cierre de la banda “Menphis, la Blusera”.

Luego la gira continuará por el conurbano bonaerense. Una buena oportunidad para acercarse al programa líder y disfrutar de las ocurrencias Petti en vivo.

Radioescuchas de “El Show de la noticia”

***El oyente es mas inteligente que el televidente, no es “cholulo”, si eligen un programa es porque realmente les gusta, son fieles.
(Fabián Cerfoglio. Locutor del programa de TV “Duro de Domar”).***

Luego de realizar varias entrevistas a los seguidores de “El Show de la noticia” observamos que sus edades rondan entre los 6 y 60 años. Se sienten identificados con las reflexiones de Roberto, ya que en su mayoría, se refieren a la vida cotidiana, a las cosas simples que le ocurren a la gente, a veces de las cuestiones que a muchos nos causan gracia, y otras que nos perturban. Con humor e ironía hace de las situaciones difíciles, un momento agradable. Y a las

cosas buenas que nos pasan a diario, las realza y las destaca, haciendo que el oyente las valore aún más, o al menos invita a la reflexión.

“Este programa es gracias a los oyentes además del equipo que trabaja. Desde el año pasado estamos haciendo algo diferente a los demás programas de radio, hay gente que se levantaba contenta a las 6 de la mañana...”
(Roberto Pettinato).

Judith Goldman tiene 40 años es bibliotecaria y vive en Villa Crespo: *“Lo que más me gusta de Petti que te puede hacer reír y también te hace emocionar, y que se muestra con sus debilidades, y lo veo sincero. Me gusta el Show porque te informás con una sonrisa en la cara, y te hace pasar muy bien el tiempo...”*

Miguel Surribas tiene 27 años, es de Caballito, trabaja en una productora de TV y asegura: *Nunca escuchaba radio a esa hora. Insisto, el programa es único en su especie. Creo que marcará un antes y un después en los programas de radio por la mañana. Petty me parece genial. Lo que mas me agrada de el es su inteligencia y su experiencia de vida. Se nota que es un tipo que vivió más de una vida. Nunca antes se había dado un programa informativo que además te haga reír y pensar...”*

Alvaro Mendiguibel- 35 años. *“Es una excelente combinación de música, información y humor. No es un programa de información que te voltea el ánimo. No es un programa “Light” de música. No es un programa de humor fácil. Es completo, creativo, original, fresco, ocurrente...”*

Agustina Cupitó 19 años. Estudiante de Radiotea. *“Me gusta de la manera que abordan el tema de la publicidad, haciéndola él mismo mediante un personaje (hombre mexicanote, hombre de la CNN, hombre que acentúa mal, hombre siciliano, hombre et) que interactúa con Marcela Godoy, para que la*

publicidad no aburra y no pase por alto y además que ése es el momento en el que la gente tiende a cambiar el dial. Es una muy buena idea”.

Jesica Paz. 22 años. Estudiante de medicina. *“Pettinato es un hombre fuera de lo común muy inteligente, creativo y original, no necesita robarle ideas a nadie. Encuentro felicidad al escuchar un saxo a las 6 de mañana, y escuchar que no soy la única, que a otras personas también le pasa lo mismo y se levantan contentos con pilas de empezar un lunes por ejemplo...”*

Douglas Lyall. 21 años. Estudiante de Derecho. *“A Pettinato lo escucho por que me gusta su velocidad mental y capacidad para decir tantas estupideces a la mañana, lo escucho por que en el programa encuentro diversión temprana...”*

Adriana Hisas. 43 años. Docente. *“El programa me da buena onda. Y lo que más me gusta son los comentarios de Pettinato. La música no la escucho fácilmente en otros programas”.*

Manuel Ignacio Más. 20 años. Estudiante de Profesorado de Letras. *“Es un programa que no existía, le hace bien a la radio, realmente es lo que propone el Slogan "DESPERTAR CON UNA SONRISA”.*

Liliana. 45 años. *“El principal tema tratado es la vida cotidiana, lo que a todos nos pasa, pero ésta vez dicho desde una FM (...) Escucho el programa desde casi su comienzo, lo descubrí casualmente, más, me identifiqué tanto que a partir del mismo me animé a llamar a una radio (...) En lo que hace a lo musical, disfruto escuchar a Petti interpretar el saxo y su capacidad de acercarnos simplemente a un mundo musical desconocido por muchos. A la vez, me gustan los grupos o solistas que lleva al programa”.*

Julián Goldman. 12 años. *“Yo soy fanático de Jimmi Hendrix y todo lo que le gusta a Petti”*

“Me parece que hay un ida y vuelta entre los oyentes y nosotros si hay algo que no le gusta al oyente o que no se enganchó se cambia, el tema de la consigna, uh! No enganchamos esta consigna! Bueno, la cambiamos, y el principal objetivo es que la gente tenga una sensación diferente más allá de que esté informado no? si bien casi todo el mundo informa a esa hora, la primera hora de la mañana pero que no llegues con esa carga a tu trabajo. Que no apagues la radio y digas, uh recién son las 9 de la mañana y ya estoy tan...la idea es informarte entretenerte(...)ser feliz pero teniendo los pies sobre la tierra, porque después estás en una nube de pedos y no es así..” (Marcela Godoy. Locutora de “El Show de la noticia”)

...”No sé si refleja al oyente, por lo menos refleja una mayoría seguro. Pero yo creo que tiene que ver con esto de que las radios tiran propuestas, generalmente amalgamadas con algo que ellos creen que funciona con el oyente. Y muchas veces el oyente devuelve a veces a estas propuestas, que los manuales marcaban otra cosa, lo devuelven como una dosis diciendo: “esto es lo que queremos”. Entonces, es como una interacción de las dos cosas, tanto de la radio como del oyente...” (Agustín Tealdo. Director de ETER).

“El programa no te abrumba, entonces te da espacio, temprano, para reflexionar, los mensajes de la gente son completamente distintos a otros programas en los que la gente llama y dice: “el presidente Kirchner debería...” u otro dice: “la senadora Cristina...” toda una carga densa...en cambio en el programa de Pettinato la gente dice: “Uh me estoy tomando unos mates que bueno”, aparte las consignas te preguntan “bueno qué te hace feliz” “qué le cambiarías a tu trabajo” “basta ya de tal cosa” son consignas superadoras, que no están en la coyuntura del Ministro, la política, el feriado, el 24 de marzo , “el basta ya” sería “basta ya de llenarnos la cabeza de noticias”. (Fernando González, Docente y Rector de TEA)

Un show que es noticia

La autora María Cristina Mata en su texto *“Los saberes negados de la radio”*, sostiene que *“existe entre el medio y los oyentes un espacio donde se crea identidad”* en su más alto sentido ideológico y cultural donde el oyente no pretende ser representado pero sí reconocido. *“Las sociedades construyen a los medios y estos construyen audiencias”*. Estas no se construyen si ellas no son reconocidas. Mata asegura: *“Nuestra manera de ver y oír y nuestra forma de expresarnos es una manera de percibir la realidad”*. Petti y su programa conciben nuevos estilos de comunicación, nuevas formas de comunicarnos y de ver la realidad,

Los seguidores del Show se identifican con el programa, despertándose cada mañana a las seis en punto con el saxo que endulza sus oídos, para más tarde llegando las 7, moverse con un buen tema, y siendo las 8 se ríen con las ocurrencias de Roberto y los humoristas. A las 9 ya están informados, y lo primordial con muy buen humor.

“Te imaginaste alguna vez cómo se trabaja en la radio para llegar a tus oídos??? Quedate pegado al parlante, te contamos después de la tanda!!!”

Bloque 3

- Pensaste que te hace feliz?
 - y... a mi me hace feliz comprar el diario los domingos y leerlo mientras tomo unos mates bien amargos.
 - los sábados a la noche, porque sé que tengo todo el domingo para descansar.
- Siendo las 7 AM pasamos a la cocina de la radio para conocer sus elementos y componentes...

Lenguaje Radiofónico

“Oír es ver lo que se habla, hablar es dibujar imágenes visuales...”

Constantin S. Stanivslasky

Cocina radial

Al escuchar un programa de radio no podemos imaginarnos todo lo que sucede detrás del parlante. Además de un gran equipo que trabaja día a día para organizar el contenido, existe una estética pensada para transmitir. Lo que nos interesa es la idea de cómo COMUNICAR.

Tendremos en cuenta los elementos radiofónicos, que hacen a un Código radial. Cada parte debe estar articulada, y en coordinación con un todo para lograr un producto comunicacional. Si bien se desarrollan ciertos conceptos que hacen al discurso radiofónico, nuestra intención no es ahondar en un análisis exhaustivo académico.

Hacer radio no es solo tener un micrófono en frente y comenzar a hablar, sino que implica respetar una forma y un compromiso que hace al medio: silencios, música, efectos, etc.

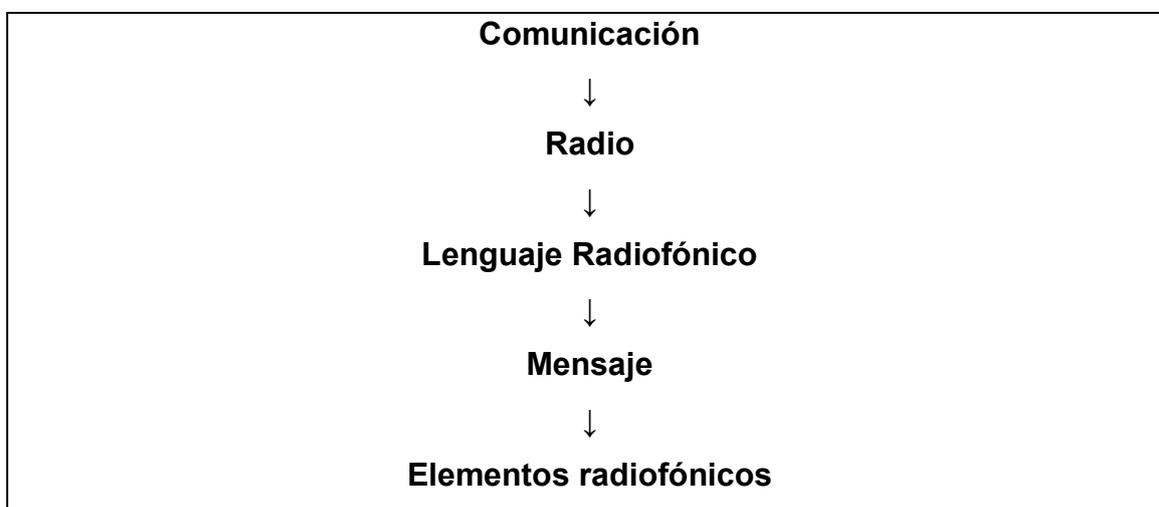
Nos referimos a programas radiales como “El Show de la noticia”, donde se cuida la producción, y donde hay una idea de equipo, que vuelcan cada día en cada emisión.

Compromiso radial

“La radio es un medio que tiene reglas propias, códigos particulares, un lenguaje. Que hacer radio no es compartir una mesa de café con amigos, aunque mucho de eso tiene que haber también. No es sentarse frente a la compu a escribir una editorial a publicar en una revista o en un diario, sino que es pensar que desde la oralidad y del sonido hay otras particularidades que hay que conocer y practicar para, en definitiva, comunicarse y entrar en empatía con el otro (...)

A veces, hay mucha gente que pone radios... Uno a veces transita el Gran Buenos Aires, a veces transita otras ciudades del país y se encuentra con que hay distintos móviles que llevan a alguien a poner una radio. A veces, para alguna gente es lo mismo poner un maxiquiosco que una radio (...).la radio tiene una historia, que en esa historia hay gente que hizo, en casi 86 años de vida que tiene la radio momentos memorables y que hay que reconocerlos y estudiarlos. Que para llevar adelante una idea, hay que militar esa idea desde la camiseta de la radio, que es la camiseta de pensar el sonido, pensar en estética propia, pensar en un código propio, y que la radio constituye una pasión. Como cualquier otro medio de comunicación, si no se hace con pasión es muy difícil llegar al otro...” **(Oscar Bosetti. Docente de ETER y Titular de la càtedra de Radio en la UBA).**

Así se hace la radio



Partiendo del concepto de **comunicación** como el acto en el que el receptor deja de ser alguien pasivo frente al mensaje emitido, el acto comunicacional se convierte en un “*ida y vuelta*”. El **mensaje** deja de ser un canal aislado entre el emisor y receptor, para convertirse en un acto de significaciones. Esta idea se plasma en el programa radial “*El Show de la noticia*” donde su producción junto a su conductor Roberto Pettinato, hacen de ésta una alternativa comunicacional diferente.

Aquí aparece la idea de **dimensión enunciativa** que se lleva a cabo en el programa radial “*El Show de la noticia*”. Cómo se relacionan aquellos-aquel que habla con la audiencia. Atenderemos al uso del lenguaje, al modo en que se expresan las ideas²⁴. Tendremos en cuenta los rasgos enunciativos, entendiendo por esto la situación comunicacional que se crea en el texto:

De acuerdo a la noción de Verón²⁵, hablamos de un **texto** refiriéndonos a aquello que “*Designa esos paquetes de lenguaje que uno encuentra circulando en la sociedad en distintas formas: ya sea escrita, oral o en combinación con otros modos que no pertenecen al lenguaje. Puede destinarse a describir los objetos cuya manipulación de discurso no designa un objeto, objeto empírico*

²⁴ Mata María Cristina “Lo que dicen las radios” pag 32

²⁵ Eliseo Verón: Segunda Conferencia.

que se puede identificar con la realidad. Es decir, que texto no remitirá solo a un bloque de lenguaje sino también hace referencia a aquellos objetos empíricos, a su descripción identificándose con la realidad”.

Nietzsche²⁶ plantea la crítica de la razón pura, ubicándola en un contexto mas actual, establecemos que pertenece a un **estilo** y más precisamente a los **rasgos enunciativos** dentro de un **género** híbrido que tiene **huellas** de lo humorístico, lo periodístico y del entretenimiento. Es por ello que cuando analizamos lo enunciativo, identificamos como se hace énfasis en la reflexión, comentario, ironía, parodia, el humor, etc.

La comunicación: esquema y funciones

Jakobson ²⁷determinó seis factores constitutivos de todo proceso lingüístico: **EL DESTINADOR** envía un mensaje al **DESTINATARIO**. Para ser efectivo, el **MENSAJE** requiere primeramente de un **CONTEXTO** al cual remite. El mensaje requiere luego un **CÓDIGO** común en su totalidad o al menos parcialmente al destinador y al destinatario. Finalmente, el mensaje requiere un **CONTACTO o CANAL** físico y una conexión psicológica entre el destinador y el destinatario, que les permite mantener la comunicación.

Cada uno de los seis factores, da lugar a una función lingüística diferente: emotiva, poética, referencial, y metalingüística.

La función emotiva, está centrada en el destinador apuntada hacia una expresión directa de la actitud del sujeto respecto de lo que habla.

La función conativa orientada hacia el destinatario encuentra su expresión

²⁶ Nietzsche Friedrich: Introducción teórica sobre la verdad y la mentira en el sentido extramoral.

²⁷ Jacobson citado el libro “Recorridos semiológicos” Steimberg, Oscar.

gramatical más pura en el vocativo y el imperativo.
La función fática tiene como único objeto prolongar una conversación.

Particularidades del medio radiofónico

La **radio** constituye un medio de comunicación y de expresión, el cual transmite mensajes, este es el soporte donde se encuentra nuestro caso de análisis "*El Show de la noticia*". Este medio representa ciertas ventajas cuantitativas como vehículo masivo, debido a que representa una amplia difusión popular; simultaneidad; instantaneidad; largo alcance; bajo costo y acceso directo a los hogares de los destinatarios.

Establece un contacto mas personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se esta transmitiendo. *Es un medio selectivo y flexible.*

Como medio de comunicación la radio nos brinda la oportunidad de alcanzar un mercado con un presupuesto mucho mas bajo del que se necesita en otros medios, es por eso, que es mayor su audiencia potencial. Su costo de producción es menos elevado que el de los otros medios, estas características, a su vez, nos permiten utilizar diversos elementos creativos como voces, música y anunciadores en los comerciales.

Considera: "*la **radio** es de los tres medios, para hablar de gráfica radio ó televisión, el más noble, el más atractivo y en el que puede haber más creatividad. La radio es barata, se necesita poca estructura, después si querés hacerla negocio es cara, pero como estructura es muy económica. Y te permite muchas fantasías...*" (Fernando González Rector y docente de TEA)

: "*La cuestión de la inmediatez, la llegada de la **radio**, antes el indio en la puna estaba con el perro y ahora está con la radio, en cuanto a la inmediatez, accesibilidad y otro dato interesante por ejemplo lo de Ramallo, la radio entró y ese momento lo pudimos vivir por una entrevista de un periodista radial que les hizo a los asaltantes que estaban ahí y la televisión no pudo entrar porque*

habían cortado la luz, y en cambio la radio pudo ingresar. O sea nosotros estábamos escuchando radio y lo escuchábamos a este periodista que logra entrar por teléfono y la televisión en cambio, si no tenía la imagen, no podía transmitir”. (Lic. Cielito de Petris.)

*: “La **radio** es mucho menos salvaje, no estás pendiendo de un hilo todo el tiempo, entonces la posibilidad de disfrute es mucho más posible. Hay una cuestión económica sideral, el gran Lalo que en radio podés decir: “Tengo un calor tremendo este smoking me molesta... en tv necesitás un smoking realmente, porque sino das la sensación de falso...en radio con los efectos, la palabra y la música es más barata y podés crear una escena. Para hacer una gran súper producción en radio no necesitás ni cámara, ni vestuarios, ni maquillajes. Con un micrófono, voz, efectos, y teléfono, es toda la radio del mundo con esos mismos elementos. No es tan notoria la distancia entre Tinelli, Pergolini y el resto, como en TV como el Show de Maradona que deja en la pobreza a todos los demás, todos partimos de una igualdad de posibilidades mucho más grande. Si Tinelli hace un programa de radio no tiene muchas más herramientas que vos, desde el punto de vista estructural...” (Lic. Javier Rubel)*

La inmediatez es una de las características de la radio. Hay una ventaja que para mi es fundamental, que es la que más valoro y que es que la radio es compañía, la radio te permite absolutamente estar haciendo cualquier tipo de actividad pero cualquiera, toda la que se te ocurra y la radio está al lado tuyo. Cualquier otro medio vos tenés que prestar más atención para leer o para ver la tele, o estar en Internet. En cambio la radio te permite de vez en cuando ponerle la orejita pero después es una compañía es estar en todos lados,...la más económica. No sé por qué cuestión, es la más creíble, los periodistas en radio son más creíbles que esos mismos en tele, más participación para los oyentes, mucho más democrática, mucho más horizontal, tiene esas características la radio, más allá de la magia, el misterio, aquel que siempre hace buenos programas o que tiene una buena voz, te genera un clima especial. Tiene algunos condimentos que otros medios no tienen...” (Lic. Omar Turconi)

El código de la radio

Armand Balsebre²⁸ en su texto *“El lenguaje radiofónico”*. sostiene que la radio se vale de un código, denominado **lenguaje radiofónico**. Este cumple un papel fundamental, ya que es el conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio, cuya significación viene determinada por el conjunto de los recursos técnico – expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de producción sonora e imaginativo – visual de los radioyentes.

José Iges en su texto *“El arte radiofónico como expansión del lenguaje radiofónico”* define el **lenguaje radiofónico** como el conjunto de formas sonoras y no sonoras que permiten la existencia de las unidades programáticas radiofónicas, reconocibles como tales tanto para el emisor como para el receptor de las mismas. Al respecto, hacemos notar la existencia de dos niveles superpuestos en la organización de los elementos conformadores de ese lenguaje, siendo el primero de ellos el que se plasma visualmente en un guión, formalizado a modo de escaleta, esquema o partitura, o una combinación de todos ellos, mientras que el segundo es la materialización sensible sonora de lo anterior.

Aquí se presenta la idea de **mensaje** del autor Armand Balsebre quien propone que desde la perspectiva de la Teoría de la Comunicación, “mensaje” es una agrupación acabada, ordenada, de elementos concentrados en un repertorio, que constituyen una secuencia de signos reunidos según ciertas leyes. La comunicación solo es posible cuando el repertorio de elementos del que toma forma y organización la secuencia de signos que constituye el mensaje es conocido tanto por el emisor como por el receptor.

²⁸ Balsebre Armand: El Lenguaje radiofónico. Capítulo II.Pags. 17 a 31.

Es **estético** el aspecto del lenguaje que trata más de la forma de la composición del mensaje: *“Este mensaje es sensualizado, connotativo, se basa en la asociación y en la asonancia; muchas veces es la fuente de la creatividad, la imaginación y la fantasía...”* La información estética de un mensaje se fundamenta en la relación variable y afectiva que el yo o sujeto de percepción mantiene con los signos- objetos (objeto de percepción). La información estética de un mensaje es portadora de un segundo nivel de significación, connotativo, afectivo, cargado de valores emocionales o sensoriales, donde el enunciado significativo surge del repertorio de sensaciones y emociones que conforman la personalidad del receptor. **La información estética del mensaje influye más sobre nuestra sensibilidad que sobre nuestro intelecto.** La comunicación es más compleja pero igual o más de eficaz; dependerá en una gran medida de la proximidad social- cultural de los códigos del emisor y el receptor.

Espejito...espejito

La estética del programa

El guionista y humorista **Diego Sheikman** dijo: *“A lo mejor la estética es consecuencia de un una idea conceptual, sí busca romper, cuando por lo menos empezó a romper el año pasado cuando largó, la idea de la primera mañana de la cosa informativa, vertiginosa de sacar todas las notas y en donde el eje está puesto sobre la noticia básicamente sobre los protagonistas de cada uno de las noticias. Por ahí el Show de la noticia lo que hizo es abarcar el tratamiento de la noticia pero poniendo eje también lo que le va pasando a la gente con eso y no persiguiendo notas, no transformar eso digamos en una cosa más emparentada con el espectáculo. A partir de ahí como consecuencia aparece la estética que es lo que por ahí se escucha que tiene que ver con algo distinto a lo que se venía escuchando antes”.*

Con respecto a la artística **Fernando González**, rector de TEA asegura: *“La artística del programa es muy buena, esto de mini separadores del programa, o saludos de la gente o mensajes mezclados de los oyentes o latiguillos que él tiene cuando quiere cortar y dice “buen día” y siempre atrás hay algo interesante para escuchar. El programa tiene tandas largas es complicado, porque cuando vos tenés tanda larga se hace aburrido y sin embargo está muy bien equilibrado”*

“ El principal factor que tiene el programa es un desarrollo desde el punto de vista estético. Es super interesante, de cómo lo desarrollaron. En la estética está este juego que hace con la música que es muy bueno. Incluye mucho más música que lo que la convención establecía en esa hora. Tiene mucho más sonoridad que un programa de esa hora. (Agustín Tealdo. Director de ETER).

- *“Sé que todavía falta lo peor, se van tus viejos, y se van con todo, con tu pieza, con tus cosas, con todo, se van los amigos del barrio...pasas por la esquina y ves la casa cerrada...pero que vas a hacer? Te vas a quedar encerrado?... .*

Emisión 19 de septiembre de 2005. Pettinato transcurre un difícil momento en su vida personal, ya que su madre estaba muy enferma. Y a través de este fragmento a las 6:30 de la mañana invita a reflexionar sobre la vida y la muerte. La música es tranquila y el tono de voz es susurrante. De esa manera hace que quién lo escucha se identifica con las sensaciones de tristeza, nostalgia del conductor.

- *Cada vez más gente utiliza el mail, pero no hay nada que te llene de emoción hasta el culo que ver una carta que se asoma por debajo de la puerta con estampilla y... todo viste?. Emisión 5 de septiembre donde Pettinato hace una reflexión de las cosas que se han perdido.*

Maquillaje de la radio

Se apuesta al hallazgo de rasgos generales que vinculen en toda serie de textos percepción y comprensión. Ante la posibilidad de construcción de una “teoría general de lo radiofónico”, Arnheim²⁹ se basa en una teoría que sustenta el cruce de una reflexión sobre las características tecnológicas del medio con consideraciones derivadas de una estética general aplicadas a las posibilidades de los dispositivos técnicos. Suele sostenerse que los textos radiofónicos están compuestos por “música, publicidad e información”. Esa descripción, ligada a géneros y lenguajes transitados por el medio se apoya en clasificaciones de conjuntos de textos hechas por la sociedad. En una primera mirada, parecen ser representativas de gran parte del discurso radiofónico.

Existe un gran componente verbal que se detecta en cualquier texto radiofónico. La definición del concepto **mensaje** entiendo que tampoco puede ser comprendida si no está referida a un contexto comunicativo, de tal manera que *un mensaje es alguien interpretando un mensaje*. Sin la interacción emisor-receptor, sin la mediación de un proceso de percepción, considero que la producción de mensajes no tiene sentido.

Para lograr ésta situación comunicacional, se utilizan diversos elementos radiofónicos. A saber: **la música, los silencios, los tonos de voz, la utilización de la palabra, efectos, artística, la intensidad de la voz, armonía, ráfaga, cortina musical.**

Es por ello que a través del lenguaje utilizado por el conductor de [El Show de la noticia](#), Roberto Pettinato invita a la reflexión y su mensaje es atravesado por sensaciones y emociones. El conductor habla sobre diversos temas lo hace con humor, pero a su vez habla de cuestiones que tienen trasfondo, solidez y plasman su pensamiento. De este modo surge su enunciado significativo el cual no sólo se compone por la palabra sino además por dispositivos técnicos como

²⁹María Martínez Universidad de Navarra y Herrera Susana Universidad de Piura: “Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos”

por ejemplo, efectos y música, los cuales acompañan y orientan sentido del mensaje.

Pettinato habla de cuestiones cotidianas, con voz susurrante y con música lenta de cortina dice:

“Es la mente, es el sonido de la mente de tu marido, es el sonido de la mente de tu novio, de tu amante que ha enloquecido y no lo podés parar y lo único que hacés es tratar de apoyar tu pequeña y dulce mano cristalina como la de una niña sobre esa bestia peluda que no para de gritar y ha enloquecido por una estupidez por una pequeña piedra en el camino y eso lo lleva a una locura aún más demencial y sólo suceden fantasías cuando la bruja entre Mickey Mouse no puede parar a esas escobas que van y vienen, es tu marido que está loco como una puta cabra y no hay manera de pararlo ese amor que hay entre nosotros trata de cerrar esa herida y no lo logra está loco y no son celos, no es nada, es una piedrita en el camino es algo que se trabó en su amor hacia ti, algo que se trabó en el amor que tú tenías hacia él y no lo podés parar, nos convertimos en eso más de una vez...”

Rasgos y funciones de los géneros

Oscar Steimberg³⁰, define a los **géneros** como “Clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social”.

Los **géneros radiofónicos** como rasgos constructivos dan estructura formal a los contenidos del discurso de la radio. Se entienden como “*modos de armonizar los distintos elementos del lenguaje radiofónico de manera que la*

³⁰ Steimberg, O.(b) "Proposiciones sobre el género", en *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Atuel, 1993.

estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica” (Merayo, 2000: 163) tanto por profesionales como por oyentes.

Cada género establece unas rutinas o reglas de producción y por ello es modelo de **enunciación**. Al mismo tiempo orienta al oyente para que pueda hacerse con el sentido del discurso y por ello se entiende como horizonte de expectativas para el lector: *“el concepto de **género** es un proceso constructivo múltiple, en cuanto implica numerosos factores; histórico, en cuanto se actualiza en obras concretas; y normativo, en cuanto responde a un principio de orden”* (Martínez-Costa, 1989: 162). Los **géneros** representan la sedimentación de la experiencia del trabajo colectivo en diversos medios de información, el dominio técnico que distingue al profesional del periodismo de quien no lo es, la posibilidad de hacer llegar al receptor el mensaje con relativa rapidez y seguridad. Los géneros son formas asimiladas por el hábito, formas que pueden enseñarse y aprenderse” (Gomis, 1991: 44).

Si bien [“El Show de la noticia”](#) cumple con ciertas características de muchos de los géneros, no se encuadra en alguno de ellos acabadamente, sino que es una combinación de: música, entretenimiento, información, humor, etc. (Este tema lo ampliaremos en el Bloque 7).

La Enunciación del discurso

Maingueneau³¹ manifiesta que cuando alguien habla o escribe pone en acción un sistema lingüístico se produce un “acto comunicativo”. La **comunicación** incluye la transmisión de información expresada por las frases, pero además proporciona datos acerca de los interlocutores. Se propone analizar la compleja trama de significaciones de un enunciado, producto y registro de la enunciación que lo originó.

Cuando se emplea el término discurso en el marco de la teoría de la enunciación, es para *relacionar el enunciado con el acto de enunciación que lo sostiene*. **Benveniste** asegura: *“La enunciación puede definirse respecto de la lengua, como proceso de apropiación. El locutor se apropia del aparato formal de la lengua y enuncia su posición de locutor tanto por índices específicos como por medio de procedimientos accesorios. Toda locución es explícita o implícitamente una alocución, postula siempre un alocutario. Cada instancia de discurso constituye un centro de referencia cuya función es poner al locutor en relación constante y necesaria con su enunciación”*. En primer lugar los índices de persona, el término yo denota al individuo responsable de la enunciación, el término tú, al individuo que está presente en ella como alocutario.

El enunciadore se sirve de la lengua para influir en el comportamiento del alocutario, dispone para ello de un aparato de funciones. Primeramente la interrogación es una enunciación construida para suscitar una respuesta, un proceso lingüístico que es al mismo tiempo un comportamiento de doble entrada.

³¹ RECORRIDOS SEMIOLÓGICOS. Capítulo 1: El ámbito de estudio de la semiología Introducción. **Maingueneau Benveniste_DUCROT - TODOROV**

El hablante y su enunciación

La producción lingüística puede considerarse como una serie de frases, identificada sin referencia a una determinada aparición de esas frases, o como un acto en cuyo transcurso esas frases se actualizan, asumidas por un locutor particular, en circunstancias especiales y temporales precisas.

Peirce es el primero que trata la naturaleza ambigua. Se trata a la vez de símbolos, es decir, de signos que pertenecen al código de la lengua y de índices, es decir, de signos que contienen un elemento de la situación de enunciación.

Los primeros elementos constitutivos de un proceso de enunciación son: el locutor, el que enuncia y el alocutario, aquel a quién se dirige el enunciado. Ambos se denominan indiferentemente interlocutores. A partir de aquí pueden concebirse la organización de las formas lingüísticas de dos maneras, según se formen como categorías gramaticales o semánticas.

“Toda vez que alguien enuncia un discurso crea un “mundo discursivo” semejante o no, al que de ordinario consideramos real”.

El hablante enuncia un discurso y dibuja el mundo con una voluntad comunicativa con una intencionalidad explícita, que puede manifestarse en mayor o en menor grado pero que siempre está presente. Y como el discurso es en sí mismo una producción de sentido en cada enunciado queda la impronta, la huella, de esta actividad voluntaria que es la enunciación.

El locutor organiza su discurso como un juego de relaciones entre él y su alocutario. Este juego de relaciones se inscribe en una comunidad cultural e ideológica que se rige por ciertas normas, en consecuencia se comprueba una subjetividad socialmente compartida.

Por otra parte en su enunciado el locutor manifiesta valoraciones de su entorno cultural y/o ideológico que hacen que su discurso no sea nunca absolutamente objetivo, todo enunciado se desplaza entre dos polos la objetividad y la subjetividad. Las huellas que el acto de enunciación deja en el enunciado.

Las huellas son por un lado, frases, palabras, morfemas o entonaciones particulares que permiten leer en un enunciado cómo el locutor selecciona. Por otro también son marcas para ser leídas las valoraciones que el locutor haga del mundo que representa. Al respecto la Productora del programa hace referencia sobre a quién está dirigido el discurso de “El Show de la noticia”

“Tratar de acaparar todos los mundos, eso tiene que ver con esto de a quién va dirigido, tiene un espectro de público muy amplio, que va de los niños cochinos, que no hay otro programa que los convoque directamente, hasta toda la gente de la generación de Roberto, y más... que se van vinculando con el programa de distinta forma. Yo empecé a escuchar Led Zepelin porque trabajo acá (risas). No sé, yo escucho Sabina, pero bueno... si vos estás... lo que te va enriqueciendo el programa también es de la otra parte, de los mundos de los demás. Eso es algo que está bueno que tiene el equipo, que todos los que hacemos el programa tenemos como mundos distintos, si bien tenemos puntos de conexión: uno está soltero, el otro está esperando un hijo, yo tengo una nena, las chicas están solteras y están yéndose a vivir solas. Roberto tiene también otra edad y otra vida cotidiana, Seis... bueno. Muchas edades y mucha diversidad y entonces todos le vamos aportando nuestros mundos heterogéneos”.(Natalia Carcavallo)

En el ejemplo citado a continuación, podemos encontrar las valoraciones que el conductor: **Roberto Pettinato** trasmite en función de su cultura e ideología:

“Todo el mundo sabe que hemos ganado a Brasil, digo “hemos” porque parece que todos los argentinos nos hermanamos en el caso de un partido internacional de fútbol como el de ayer. Creo que Argentina ya estaba en el Mundial, pero no es que ¿ya estábamos en el Mundial? Pero parece que hemos entrado recién ayer, pero no importa. De todos modos, yo que no soy un hombre de fútbol, Uds. se imaginaran. No soy un hombre de fútbol de grande, de chico sí, conocía todo lo que eran en los años sesenta y pico y setenta, lo que quieran, la época del pantaloncito ajustado, yo conocía todo, después la cosa se fue y me lo fui perdiendo. Fueron apareciendo

montones como los de grupos de rock, de golpe sabes mucho hasta un punto, y de golpe aparecen hasta 50 mil bandas por año (...). Entonces ya uno empieza a perder el tren, no es que uno pierde el tren, es que uno elige otros vagones, que es diferente. Uno no puede tener todos los trenes a la misma vez, viste que a veces vos decís: “No, lo que pasa es que yo ya soy antiguo”. No querido, vos ya elegiste una parte de tu vida, uno ya eligió, la agarra y la sigue...

Pero ayer el partido fue una cosa increíble... porque uno termina hinchando en partidos que en otros casos uno no lo hubiese hecho jamás, pero los partidos internacionales uno está junto a todo el mundo y te llamás con tus amigos. Pero lo que más me llamó la atención es lo que pasa alrededor de tu casa, las cosas que pasan con tu mujer, eso es increíble, con tus hijos cuando estas viendo un partido. Con toda la casa, cuando querés ver un partido, yo ayer he llegado ver el gato pasando delante del televisor. Yo me dí cuenta la cantidad de horas que yo me he pasado mirando televisión (...)”

Otras formas de dar la palabra

El discurso explota constantemente de dar la palabra a personas que no son la persona que habla es decir a personas distintas de la que produce efectivamente el enunciado. Ejemplo: ¿Por qué estoy aquí? Por que me gusta. El locutor es el destinatario.

Negación: “no son corruptos todos los políticos”, siempre se tiene algo afirmado y algo negado.

Ironía: inversión del sentido

Concesión: se introducen los nexos aunque o pero

Refranes: no se es responsable por la afirmación

Modos de decir: El significado de un enunciado es producto de aquello que se afirma y algo más, lo implícito.

Implícitos: lo que es obvio por eso no se dice, lo que no es necesario explicitar.

Roberto Pettinato utiliza diversos de los recursos señalados, como por ejemplo la ironía, la parodia, el humor, la negación o los refranes tal cual se evidencia en el siguiente extracto del programa del **12/08/05** :

- *“El futuro está ahí uno no lo elige, está en alguna parte como si viniera de afuera, como si fuera el mismísimo destino, que no podremos cambiar porque si lo hiciésemos todos los libros de autoayuda se irían a una trituradora de papel la forma de cambiar el destino uno mismo ha generado más dinero que ningún otro negocio a que sí! Y para quién? Para aquellos que paradójicamente han inventado la frase: **“puedes cambiar tu destino como yo”** y rehecho en sus propias vida lo hicieron sólo que no comparten las ganancias con una persona como yo, **dónde está escrito el destino que nos espera?** En ninguna parte, sólo queremos creer que alguien lo tiene, sí, lo tiene y lo pone en una vidriera, para que lo llevemos a casa y siempre pienso que compraría uno de esos libros, una de esas teorías y justo cuando cruzo la calle una de esas macetas me cae en la cabeza y me deja como un brócoli sentado en la silla de ruedas y lo único que tengo adelante es un pariente leyéndome el libro *tu puedes cambiarte destino ahora como yo*, y yo no entendía una sola maldita fucking palabra, es horrible se supone que ese accidente cambió mi destino que era otro? O la desesperación radica en que cualquier cosa que nos suceda alguien va a decir **“estaba escrito, era el destino”**...*

- ***En su programa del 5/09/2005** utiliza la ironía cuando se habla de la crisis en las escuelas y“Petty dice que para él no tendría que haber más docentes, ni útiles ni tizas ni nada, que los chicos vayan a la escuela se sienten a esperar que toque el timbre y listo...y que después cuando les preguntes *fuieste a la escuela? Si! Diga el chico y listo, así se ahorraría mucha plata*...*

Enunciación radiofónica

Ésta resultó posible, según José Luis Fernández en su texto *“Los lenguajes de la radio”*, a partir de una concepción discursiva de los fenómenos tecnológicos de la mediatización. Cuando se clasifican los textos radiofónicos con los que esos públicos toman contacto se tiene en cuenta los **tipos de onda** (AM o FM) y **la franja horaria** en la que se produce el contacto (días hábiles o feriados; mañana, tarde, noche o traspasado). Esa clasificación responde a ciertos ordenamientos que realiza la sociedad en general. Se dice que la primera hora de la mañana la radio debe ser “tranquila”. La AM debe tener ritmo y ser informativa y la FM debe privilegiar las voces melodiosas y la música para aprovechar su mayor fidelidad.

La enunciación es la *construcción de la escena comunicacional*. *Cómo el enunciado (lo que se dice) construye la relación comunicacional entre un enunciatario (el que dice) y un destinatario (a quien le dice). El cómo se dice se articula con a quien se lo dice.*

*La descripción de las relaciones entre **enunciador** y **enunciatario** debería ser el resultado de la descripción a su vez de cómo se combinan esos planos en la emisión, circunscribiendo lugares virtuales de recepción.*

*Según Steimberg lo enunciativo es “el efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que un texto se construye una situación comunicacional a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico”. Lo enunciativo se construye de entrada como el campo desde el cual se van a postular a partir del análisis de un texto las posibles vinculaciones entre el LUGAR de la EMISIÓN y el LUGAR de la RECEPCIÓN. Cumpliendo así un lugar estratégico que tiende a ocupar en toda teoría de lo discursivo. El concepto de lo enunciativo en tanto que diseño de una **situación comunicacional** como **efecto de construcción** a través de **dispositivos**.*

Tres modelos de programación (tipos de vinculaciones entre enunciador y enunciatario):

Radio - transmisión: si se anuncia un concierto por ej., la radio escoge un hecho para la sociedad, como simple distribuidora.

Radio – soporte: Cuando la voz del locutor llega al receptor sin sonido de estudio. La radio se borra como institución productora de sentido poniendo en primer plano al locutor y musicalizador.

Radio – emisión: Presentador y equipo, otras voces que lo acompañan se pone en juego el mecanismo productivo.

Los modos de **enunciación radiofónica** se encuentran en un nivel más cercano al “medio” aunque ya dentro de lo discursivo. Los modos generales de la **enunciación radiofónica** son posibles, en parte, por un determinismo tecnológico.

Siempre un texto radiofónico se establece a partir de un NOSOTROS (al menos LOCUTOR más EMISORA). Supongamos que el locutor quiera producir el efecto de sentido NOSOTROS (*nosotros* los que conformamos la emisión frente a *ustedes* los oyentes). Ese efecto de sentido diferenciador de quienes hablan del resto del “personal de la emisora”.

Cierta homogeneidad de jerarquía de quienes toman la palabra habitualmente en los programas periodísticos frente a la heterogeneidad en ese mismo plano que resulta previsible en los “shows” radiofónicos. Otras tienen que ver con los estilos como las marcas que pueden estar ubicadas en distintos niveles que diferencian a una emisora de otras o a un periodista “estrella” de otro. Es así como de 6 a 9 hs “[El Show de la noticia](#)” da aire a reflexiones sobre temas de la vida cotidiana y de un modo diferente, informa pero a su vez, entretiene. En el programa en cuestión se encuentran diversas marcas de géneros informativos, humorísticos, entretenimiento y/o de espectáculos.

- **Informe meteorológico:** *Cielo algo a parcialmente nublado del sector norte: repetir conmigo por favor “cielo algo a parcialmente nublado...”* (risas).

- **Separador** *“lunes a viernes de 6 a 9, el show de la noticia, en la 100. La mejor selección de clásicos y la información necesaria para empezar el día”*
- **Noticia sobre Castells:**
“Castells quedó libre y se mostró conciliador” yo quisiera saber si se mostró delgado, toda la gente quiere saber eso, sabés lo es 61 días quedás como un papel canzon
- Pettinato habla del lanzamiento de un libro de bordado que se publicó en el diario Clarín y acota: *“Libro del bordado con más fichas y con más nuevos diseños, para que vos puedas decir estoy bordando quién puede decir estoy bordando es como si fuera una inspección “¿qué estás haciendo?” “estoy bordando” nadie quiere bordar pero de todos modos siempre sale un libro del bordado debe haber gente que borda no puede ser maldita sea!”*

La tecnología en radio

José Luis Fernández en su texto *“Los lenguajes de la radio”* asegura: “El mismo **texto radiofónico** puede ser recibido a través de la fidelidad de un gran equipo de audio, en la tranquilidad del living o en el bullicio de una oficina por un sistema equivalente al de la música funcional, o dentro del aislamiento relativo pero con fuerte componente de interacción social que permite la radio instalada en el auto. Del conjunto de estas aproximaciones puede extraerse una reafirmación acerca de la **necesidad de articulación entre la perspectiva discursiva y técnica**. Pero también aparece como evidente la dificultad para ejercer esa actitud. La mayor parte de los estudios globales otorga la radio, una particular importancia a la tecnología de dominio a las ondas hertzianas. Ese soporte está ligado, al desarrollo histórico tanto de la radiofonía como al de la telefonía inalámbrica. Desde hace algunos años se han desarrollado las radios por cable que no utilizan las ondas hertzianas y de ello no puede deducirse que

“algo” haya cambiado en los textos radiofónicos que se emiten con esa tecnología.

El proceso de miniaturización y disminución de costos de los dispositivos técnicos de producción y recepción abrieron posibilidades de acceso de nuevos grupos a la emisión contribuyendo también a construir nuevas posiciones de escucha: desde la casi “comunitaria” en transportes y lugares públicos hasta la “individual” que permite el walk – man. Esto no disminuyó las escuchas grupales pero ya no es obligatorio realizarlas dentro del hogar; el aparato receptor que nuclea o acompaña al grupo restringido puede estar en el campo o en el automóvil. Esas posibilidades de deriva son acompañadas por efectos de fragmentación interna en los textos y también externa en el espacio acústico que se manifiesta en la posibilidad de atravesar desde el automóvil el área de diversas emisoras, sin girar la posición del dial de la radio. La atmósfera acústica tiene diferentes climas discursivos: los fragmentos se intersectan con el todo.

Deben describirse los **dipositivos técnicos** que constituyen la tecnología radiofónica y los textos que emitidos a través de esos dispositivos circulan por la sociedad. En la técnica y sus efectos la radio es evidentemente parte de una constelación que integran el teléfono y los procedimientos fonográficos. En el plano de los textos, la radio interactúa permanentemente con otras formas de comunicación (masivas o no) como por ej ocurre a través de la noticia especie de cápsula textual que atraviesa distintos dispositivos técnicos.

Los textos radiofónicos están compuestos por **palabras, música y ruidos**, los textos emitidos por la radio aparecen indiferenciados con respecto a muchos otros que se encuentran en otros ámbitos de intercambio discursivo social. Utilizando ese camino de descripción la radio proveería textos inevitablemente “degradados” ya sea por la “falta de imagen” frente a la comunicación cara a cara, la cinematográfica o la televisiva ya sea por la falta de “interacción” que en cambio sí posibilita el teléfono. (pag.29).

Elementos radiofónicos

Cuña: Es la fórmula de transmisión de contenidos publicitarios que impera en la radio. La cuña equivaldría al spot televisivo. En radio, la llamada cuña publicitaria se presenta como un anuncio breve y compacto, susceptible de repetirse cuantas veces se quiera.

En general, la cuña no guarda relación alguna con el programa en el cual se inserta, por lo que sus contenidos son igual de válidos para cualquier momento de la emisión.

Entonación:

Es el resultado de las variaciones de tono que se van sucediendo mientras hablamos.

Expresión fonoestésica:

Es la expresividad sonora que transmiten todos aquellos caracteres no verbales que acompañan a las palabras habladas (tono, timbre, intensidad, ritmo, énfasis, inflexión, etc.) y que informan sobre el gesto, la actitud, el carácter, el aspecto físico y el contexto del emisor, o bien sobre la forma, el tamaño, la textura, el color, el movimiento, etc. de aquello que describe oralmente el emisor.

Grupo fónico: Secuencia mínima del discurso oral con sentido completo y situada entre dos pausas.

Imagen auditiva: O imagen mental que el oyente recrea a partir de los sonidos radiofónicos que escucha. La imagen auditiva es la percepción del mundo real o ficticio que evocan dichos sonidos en la mente del receptor.

Paisaje sonoro: Serie de sonidos organizados narrativamente, que generan en el oyente de radio la percepción de un determinado espacio. El paisaje sonoro

siempre es el resultado de una interpretación por parte del que escucha y de una recreación por parte del que emite. En realidad, en la radio no existen ni los objetos, ni el espacio, ni las distancias.

Ritmo: Es el resultado de una actividad perceptiva capaz de captar una estructura determinada por una sucesión de fenómenos, aislados o asociados, que se repiten regular o irregularmente en el tiempo.

En el caso del lenguaje verbal, estos fenómenos serían las sílabas, las pausas, etc.

Ritmo de la voz: Está estrechamente relacionado con los movimientos de la realidad que se pretenda describir, pero también resulta ser crucial para atraer y mantener la atención de los radioyentes, para recrear estados de ánimo, o para comunicar diferentes sensaciones. Cualquier discurso verbal presenta una estructura rítmica interna determinada por la duración de las sílabas, la longitud de los grupos fónicos y la duración de las pausas que separen dichos grupos fónicos. En función de la sensación que queramos despertar en el oyente, la simple manipulación de la estructura rítmica interna será suficiente para que, al sonorizar un texto, en la mente del receptor se genere una imagen de tranquilidad y sosiego (pausas largas, grupos fónicos extensos, etc.) o, por el contrario, una impresión de nerviosismo y tensión

Para compensar la unisensorialidad del medio, es menester suscitar en nuestras emisiones una variada gama de imágenes auditivas. A través del oído tenemos que hacer y sentir las cosas al oyente. Es por ello que entre los elementos radiofónicos fundamentales se encuentra **la música**.

Funciones de la música

- **Función gramatical:** (como signo de puntuación). En programas expositivos ponemos trozos de música para separar secciones o bloques de texto, pasando así de un asunto a otro. Una frase musical larga tendrá la misma función que la raya o guión que trazamos entre dos pasajes de

un artículo para indicar que hemos finalizado con un tema y comenzaremos con otro.

- **Función expresiva:** Al mismo tiempo que separa escenas o pasajes, la música comenta lo escuchado, contribuye a suscitar un clima emocional, creando así una atmósfera sonora.
- **Función descriptiva:** La música no sólo expresa estados de ánimo, sino que además describe un paisaje ó nos da el decorado de un lugar.
- **Función reflexiva:** El oyente tendrá tiempo de recapitular lo que acaba de escuchar y de reflexionar sobre ello antes de continuar escuchado la historia o la exposición.
- **Función ambiental:** La música en ciertos casos es un sonido del ambiente. La escena real que estamos reproduciendo la contiene.

Tipos de inserciones musicales:

Característica: Un tema musical apropiado que identifica al programa. Se le llama también “tema de presentación”. Va al comienzo de todas las emisiones y generalmente al final de las mismas, como saludo de despedida.

“La Academia de la nada” de Toreros Muertos, donde hay varias versiones: Hilda Lizarazu, Antonio Birabent, Arbol. El tema está especialmente diseñado para “[El Show de la Noticia](#)”.

Introducción o apertura: Tras el anuncio de presentación, abrimos la emisión con un tema musical. Es como levantarse el telón. Comunica así, la atmósfera de la emisión o la de su escena inicial.

Cierre musical: Música de cierre de la emisión. Es como el punto final de un escrito.

Cortina musical: Separa escenas o bloques, acentúa la atmósfera, el clima emocional.

Punte musical: Es más breve que la cortina. Se busca que indique una transición de tiempo o un cambio de lugar.

Ráfaga: Un fragmento breve, movido y ágil, generalmente para señalar una corta transición de tiempo.

Golpe musical: Un acento o subrayado musical: un golpe de timbal o de platillos, un acorde seco de guitarra.

Transición: Tenemos que enlazar dos escenas de diferente carácter; por ejemplo pasar de una intensa y emotiva a otra alegre. Buscamos en este caso, un pasaje de transición que dé sucesivamente ambas atmósferas, pasando de una a otra.

Fundido o mezcla: Combinación o mezcla de dos temas musicales diferentes. Se irá disminuyendo gradualmente el volumen del primer tema, al tiempo que se va haciendo entrar suavemente el segundo.

Tema musical: Tema característico de un personaje, de un grupo o de una situación. Aparece varias veces a lo largo de la emisión.

Fondo musical: Música que se escucha en segundo plano, de fondo a las palabras.

Consideraciones de índole musical

Armand Balsebre en "*El lenguaje radiofónico*"³² sostiene que decir que toda obra radiofónica despliega en sus imágenes sonoras una narración, sería tanto como afirmar que toda la música que se ha escrito es música "programática", esto es, música sometida a un patrón literario previo que el autor

³² Armand Balsebre: *El lenguaje radiofónico*³². Ed. Cátedra, Madrid, 1994, pp.163-164

transpone con ayuda del lenguaje musical. Cuando se toma en cuenta la función de la música en el lenguaje radiofónico, se suelen señalar dos funciones estéticas básicas: la *expresiva*, en virtud de la cual es capaz de crear movimientos afectivos en el oyente, y la *descriptiva*, en el sentido de que permite la ubicación de la escena en donde discurre el relato. Si bien la primera de esas funciones viene siendo cumplida por toda obra musical por el mero hecho de serlo, la segunda comportaría una subordinación de ésta a esos valores programáticos referidos, o la atribución de una funcionalidad icónica a la misma. Efectivamente, las *descriptivas* son las posibilidades que tiene la música en la radio cuando se la emplea como un elemento más en el texto radiofónico, pero la música puede servir en la radio a otros fines: a todos aquellos ligados al propio lenguaje musical entroncado con la especificidad del medio que nos ocupa

En términos artísticos, por donde pasa la discusión sobre la perspectiva de los géneros y formatos, entendiendo a **la artística** como una dimensión creativa y editorial, es interesante pensar al soporte radiofónico en relación con otros lenguajes complementarios. El teatro, el arte callejero, el graffiti, el cine, pensarlos fundamentalmente en tanto espacios de construcción de un diálogo y una forma de un espacio de conversación que dejará huella histórica. (CONFERENCIA DE GASTÓN MONTELLS director de FM la tribu quinta bienal internacional de radio, mayo 2004.)-

Publicidades radiales

El **comercial** no es más que una pieza publicitaria preparada para ser escuchada por este medio. El mismo necesita de imágenes que vayan desde los ojos hasta la mente, solo se necesita persuadir al consumidor con un fuerte mensaje que a su vez, genere en el mismo, sentimientos positivos, con respecto al producto, esto es lo que constituye el éxito de un comercial de radio.

La radio precisa de un estilo diferente de publicidad, por tal razón, los anuncios deben desarrollarse a través de un proceso de reflexión similar al que se emplea en otros medios. Lo primordial es conocer el blanco de público objetivo.

En la creación de un comercial de radio es de suma importancia que el escritor establezca los objetivos y la estrategia a utilizar, además de describir al público meta. La redacción del comercial de radio, una labor que mantiene ocupado a un gran número de profesionales del área.

Se debe recordar que la atracción auditiva es la primera importancia y la misma exige un estilo distinto de redacción en comparación con los otros medios que poseen atracción visual. Es de suma importancia el empleo de palabras cortas, sencillas y de fácil pronunciación.

Las frases descriptivas breves son las más indicadas en este medio, ya que, el objetivo, de cada escritor debe ser absoluta claridad y una rápida captación auditiva.

La creación del texto constituye un constante reto de originalidad e imaginación del redactor.

Receta magistral para comunicar en radio³³

Sencillez: la clave en la radio es seguir una idea central. Use palabras conocidas, y frases cortas.

Claridad: elimine las palabras innecesarias que puedan existir dentro del contexto.

Coherencia: permite que el mensaje fluya con secuencia lógica desde la primera palabra hasta la última, usando palabras y frases de transición que sean uniformes para que la comprensión se facilite.

Empatía: le recuerda al escritor en lo que se refiere al radio-escucha, solo les habla a ellos sugiriendo el uso de tono amable y personal.

³³ Apuntes del Taller de radio III. Autor anónimo

Amenidad: le sugiere al escritor que emplee un estilo dinámico, creando un ambiente en donde un amigo habla con otro acerca de un producto o servicio.

Credibilidad: este elemento debe abarcar todas las partes del programa, desde el inicio hasta su finalización

Originalidad: El programa debe ser distinto a los otros

Sus métodos

Para la realización de un comercial de radio existen dos métodos o formas establecidas:

El comercial en vivo: tiene la animación y vitalidad del locutor, sobre todos si se trata de un personaje muy conocido. En un comercial en vivo no hay costos de producción y la misma a su vez, adquiere caracteres de flexibilidad y amenidad modificable por tal razón el mensaje puede alterarse fácilmente para adaptarse a las condiciones requeridas.

Los comerciales pre-grabados: esta forma está sujeta a una mayor cantidad de exigencias. Se puede repetir cuantas veces se considere necesario para garantizar una emisión más precisa y a prueba de equivocaciones.

Ejemplo de publicidad de una empresa de venta de electrodomésticos:

Roberto Pettinato personifica a “El hombre Victor Sueiro” (mientras de cortina se oye música de misa) y dice: *“Qué lindo cuando a uno le pasan estas cosas y esa virgencita del agua cristalina y esas cosas maravillosas que a uno le pasan en la vida cuando uno dice: “no puedo más, voy a morir, me quedé sin trabajo” en ese momento aparece ese angelito que a uno lo acompaña siempre...porque nosotros tenemos angelitos en la espalda que nos acompañan ¡sí!..Cuando abrís tu lista de casamiento...que es tan lindo esa unión entre dos personas en GARBARINO tenés regalos y beneficios exclusivos para vos virgencita (...)*

En ese momento interviene Marcela Godoy diciendo: *"Hombre Víctor Sueiro escuche, porque este mes por abrir sus lista de casamiento le regalan el traje de novio"(...)* A lo cual Pettinato responde: *"Hacé tu lista de casamiento en Garbarino y casate con confianza, con Diosito. Bueno y aprovecho para agregar que voy a sacar mi nuevo libro además de "Guarda con el diablo" ahora saco: "Si uno se ahoga en una pileta, ¿el alma se la lleva el filtro?"*

Condiciones de recepción

Es necesario adecuar el acto comunicativo radiofónico a unas condiciones de recepción muy particulares. José Luis Fernández sostiene que en la radio hay que escribir y hablar para el oído humano, es decir, construir y transmitir textos claros y directos que, siendo percibidos acústicamente, puedan ser decodificados con facilidad por el receptor. Las marcas de la recepción deberían indicar el tipo de actitud que suponen y construyen del oyente. La marca correspondiente al público implicaría individualización, personalización, esta es absolutamente discursiva. Convocado como fantasma masificado y pasivo, o fantasma dialogante y participativo, el oyente debería elegir entre dos maneras de ser nombrado para que mientras es construido como oyente darse una cierta relación con el conjunto del aparato radio.

El proceso de comprensión de textos sonoros pasa por diversas fases: reconocimiento, selección, interpretación, inferencia y retención, tal como recoge Cassany en su libro *Descriure, escriure. Com s'aprèn a escriure (Describir, escribir. Cómo se aprende a escribir)*. Se desarrollarán desde una perspectiva meramente radiofónica:

Reconocimiento: es la primera fase, en la que se identifican cada uno de los elementos que conforman la secuencia acústica. El receptor segmenta el

discurso en unidades significativas (palabras, grupos fónicos, oraciones, etcétera), por lo que la captación del sentido es progresiva.

Este hecho pone de manifiesto, por ejemplo, la importancia de hablar con la mayor claridad posible, pronunciando todas las vocales y las consonantes que conforman el discurso.

Selección: El receptor extrae las ideas y expresiones que considera más relevantes y las agrupa en unidades coherentes y significativas. En esta fase, el oyente tiende a dejar a un lado las ideas que no ha entendido y, también, aquello que no considera importante.

Esta circunstancia evidencia la importancia de redundar, es decir, reiterar las ideas clave. El creador radiofónico, el periodista, el locutor, no puede permitir que el receptor rechace ideas relevantes por el simple hecho de no haber sido transmitidas con claridad.

Interpretación: En realidad, es el oyente quien atribuye y da un sentido determinado a las unidades extraídas en el proceso de selección. Por eso, en la radio es importante neutralizar, una vez más, cualquier signo de ambigüedad y ser claros y precisos.

Inferencia: Durante el acto comunicativo radiofónico, mientras se escucha la voz de un locutor y se procesa, también se puede obtener información a partir de la audición de otros sonidos, como por ejemplo el de una música. La coincidencia de música y voz no sólo condiciona la percepción -el oyente puede desviar su atención hacia ese otro sonido, por ejemplo-, sino también la locución.

Retención: En tanto que la emisión del mensaje coincide en el tiempo con la percepción de los mismos, los discursos radiofónicos son registrados por la audiencia en la llamada memoria a corto plazo. En ella, el receptor almacena temporalmente aquellos elementos que posibilitarán la descodificación. Así, por ejemplo, para poder entender el predicado de una oración, es necesario retener el sujeto de la misma. Lo mismo sucede con los pronombres, cuyo uso obliga a recordar constantemente a aquello que sustituyen.

En la radio, no se debe obligar al oyente a almacenar demasiados datos en su memoria a corto plazo.

Claves para realizar un programa radial

Fernando González considera que lo más importante del programa de radio es que el operador sea bueno, *“cualquier operador que opera mal te destruye el programa, así seas Gardel, te destruye el programa, lo más importante del programa es el operador. El que conduce digamos tiene que ver con lo que haga no es lo mismo Nelson Castro que Alejandro Dolina, después va en gustos y empatías que el oyente tenga con los programas lo más importante es el operador técnico. La radio tiene a favor que el que escucha lo tiene todo en la cabeza...”*

Al respecto **Javier Rubel** sostuvo *“primero que tiene que tener es que los que lo hagan se copen haciéndolo, que la pasen bien, que los divierta, un magazine matutino, de interés general y multitemático, me parece muy bien al producto que el oyente registre desde lo sonoro disfrute por parte de quienes lo hacen. Un disfrute verdadero. El oyente es un encargado maravilloso de detectar dónde se disfruta en serio. Creo que muchos proyectos fracasaron por eso porque quisieron imponer una buena onda que tiene que ser natural. En segundo lugar me parece que la radio es muy matemática en el sentido de que mejor producción, mejor sale al aire, más y mejor producción, menos riesgo a la*

hora de la salida al aire. Puede fallar pero el riesgo es mucho menor...y lo último me parece que hay mucho programa repetido, me parece que haría bien, un programa hacer algo que sólo escuches en ese programa...”

Lic. Omar Turconi sostuvo: *“Tengo una muletilla que dice que hay tantas formas de hacer radio como la gente que la hace. No hay una regla para hacer un programa de radio, no hay un libro, no es una ciencia exacta, pero sí me parece que todo programa bien hecho y tiene que tener por lo menos un eje y trazar algunos ejes que tiene que ver con la honestidad con el sentido común, con el respeto al oyente, con el trabajo profesional, no que se prenda la lucecita roja y salir y hablar por hablar. Tiene que tener valores y respeto por el oyente profesional, sea cual sea el programa, ya sea musical o de política, deportivo, de cocina, medio ambiente, no sé. Tiene que tener por lo menos esas tres o cuatro virtudes: respeto al oyente, profesionalidad, poder de investigación, ser honesto, fundamentar todo lo que se dice, cierta subjetividad...”*

Lic. Oscar Bosetti aseguró: *“Creo que lo imprescindible es tener una idea. Saber qué quiero comunicar, saber qué quiero... comunicar de manera integral a ese público que uno imagina pero que no ve y para materializar esa idea la radio requiere de un equipo de producción y requiere de ser no solamente quiénes conducen, quiénes hacen piso sino quiénes forman parte de ese equipo de producción inquietos permanentes...”*

Lic. Cielito De Petris afirma: *“Están las cuestiones canónicas, en primer lugar tener un profundo deseo de hacerlo, y de vehiculizar una pasión, en segundo lugar sentir que uno tiene cosas que decir, sea cualquiera, uno tiene que hacer lo que a uno le gusta, nunca puede hacer un programa que no le guste o que no le interese, y tiene que hablar de las cosas que domina y le interesa porque la gente se da cuenta muy rápidamente y si uno tiene que ser verosímil tiene que ser natural...”*

Si bien la radio es uno de los medios menos complejos, donde existe un guiño con el oyente, no se le debe restar importancia. Comunicar en radio implica un

compromiso donde debo tener algo para decir y buscar la mejor forma de hacerlo.

Es hora de informarnos, quedate en el dial. Después de éste tema musical toda la información necesaria para empezar el día...

Bloque 4

Y pasaba Jhon Lennon con el tema “Imagine” y aquí continuamos en nuestra emisión con toda la información

La agenda en los diales de la mañana

“La mejor noticia no es la que llega primero, sino la mejor hecha”

Gabriel García Márquez

¿Show de noticias? Como bien lo dice su nombre es un show de noticias. Si bien es un programa radial donde la información no es lo que prima como en los demás diales, no se descuida. Al contrario hay toda una idea de cómo bajar la información, de deglutirla y de que el oyente tenga “las noticias necesarias”. Es decir, la realidad no se presenta crudamente, ni bajada de cables de agencias, sino que se trabaja para no abrumar las mañanas del dial.

El Show te informa

De 6 a 7 Pettinato comparte el aire con la locutora Marcela Godoy y dan los títulos, sin desarrollar en profundidad. María O`Donell, periodista, es quien se encarga a partir de las 7.15 hs de realizar los comentarios de actualidad.

...”Yo ya vengo con lo que es la noticia principal pero después me siento con la productora y vemos que hay que descargar digamos, a las siete viene la noticia del día siempre es obvia, los días que no hay noticia no, 7:30 tiene que ser una noticia que no esté a las ocho que es el resumen de los títulos principales con lo cual a veces es la más difícil de elegir, menos cuarto por ahí descargamos algo más de color o más lateral, y entre las 8 y las 8:30 ya tengo que estar trabajando en lo que es anticipo del día con lo que estuvo pasando en las AM digamos y esos son los títulos que escribo yo y que hago con Roberto, y después a veces queda una cosita al final..” (María O`Donell).

De qué se habla en “El Show...”

*...”Son temas esenciales, hay un cierto criterio de los temas básicos, es **la información justa y necesaria** el concepto está sintetizado así y también hay un espíritu medio que noción bajón ni escatológico, ni un bajón, ni demasiado chiquito, ni demasiado para un público especializado, la pasividad, supongo en este criterio también, pero no es esa cosa grotesca popular (...). Un poco más sofisticado también, es masivo, pero sin caer en la cosa de sensacionalismo. Creo que es masivo, pero es como elegante también”...*

...” Yo en la parte periodística tengo bastante autonomía dentro de lo que son criterios y pautas establecidas digamos, nosotros no tratamos internas de política, tratamos de temas de trazo gordo, no tratamos temas de internas temas más pequeños o más para un público que esté más politizado que tenga ganas de profundizar un poco más. Tampoco tratamos policiales cualquier policial, tratamos determinado tipos de policial, digamos una cosa más popular y más masiva en la selección. Una vez que te trazan esa línea que es distinta a la de la

tarde por ejemplo dentro de eso yo me manejo con total autonomía pero dentro de una determinada línea, no editorial pero sí en el tipo de contenidos que nosotros damos en el programa”...

...”Pensado como está planteado el programa, para gente que no quiere que lo bombardeen a la mañana con noticias y que tiene ganas de escuchar linda música, entretenerse un poco, estar de buen humor y tener lo básico de la información. Pero deglutida también ahí el desafío es aprovechar los espacios para ser claro, conciso y sobre todo claro que es una tarea difícil porque hay que conocer mucho para poder poderte explicar con claridad y tenés poco tiempo también. Eso es un desafío. Tiene mucha música el 60 % al aire o más”...
(María O`Donell).

Lo que “tenés” que saber

Pasa el tiempo y las cosas cambian: cambia la moda, las costumbres, la música, la cultura y hasta el modo de informarse. La televisión está encendida a las 8 de la mañana, y la radio presente en todas partes. Además se leen los diarios en Internet los que dan cuenta del estado del tránsito y la temperatura del día que se asoma.

A pesar de los cambios globales, los medios masivos de comunicación siempre tuvieron una gran importancia a nivel mundial y cada vez adquieren más poder. Los mismos han ido ocupando nuevos lugares en la escena social y cumpliendo roles antes reservados a otros actores sociales. La crisis de las certezas y los sujetos históricos para "narrar el mundo" dejó el terreno libre a las grandes corporaciones de las comunicaciones, a partir de las cuales los medios de comunicación, en tanto constructores y ordenadores de la realidad y la cotidianeidad, devienen en legitimadores de hechos, ideas y valores. ("Si lo dijo la tele, es verdad".)

El **discurso periodístico** se presenta frente a la sociedad con una pretensión de objetividad a través del género informativo, por debajo de él se realiza un recorte de la realidad y una elección de un determinado sentido de los hechos que se refuerza a través de la selección de las fuentes. Así, los medios construyen agendas según las cuales pensamos y actuamos, aunque no creamos en determinados discursos o pensemos en su característica polisémica³⁴.

Influencias de todo tipo

Los estudios sobre los medios de comunicación en general y sobre la radio en particular, están relacionados con el sistema global, la **cultura** y la **ideología**. Desde modelos macrosociales, los medios de comunicación han sido concebidos como industrias culturales, aparatos ideológicos del **estado**, instrumentos de la hegemonía y hasta como campos relativamente autónomos de la cultura. El concepto de *industria cultural*, entiende a la radio, el cine y la televisión como un sistema uniforme, homogéneo y homogeneizador de reproducción social, cultural y **financiera**. Industria y cultura al mismo tiempo, estas organizaciones muestran desde su naturaleza el gran problema del pensamiento marxista: aclarar las relaciones entre la estructura económica, las relaciones objetivas de producción y el lenguaje, la ideología. Basados en la irrupción de las sociedades industriales avanzadas y sin el manejo de instrumentos de mediación, los medios como industrias de ideas dominantes, instrumentos de enajenación y falsa individualización en un juego de complementos de la oferta-demanda de la nueva cultura para las masas. La cultura de masas representa la producción en serie; la industrialización de las ideas y la sensibilidad para ser distribuida entre todos los consumidores de la sociedad, sin pretensiones de originalidad, valor artístico, universalidad y trascendencia. Los productos *mass media* ajustan sus modos de consumo a través de sus propias marcas de clase; de sus signos. Detrás suyo no hay más

³⁴ Radio Itinerante. Material de Internet.

que lecturas acrílicas, enajenadas en su apariencia democrática de accesibilidad para todos, con efectos superficiales en la felicidad, la individualización del goce y la satisfacción de necesidades de cultura o de placer que terminan vacíos de sentido en medio del aburrimiento. Esta transformación de la verdadera cultura en cultura de masas es producto de sus condicionamientos materiales. La necesidad de competencia, de recuperación y reproducción financiera, así como del consumo inmediato y masivo de los productos, ha generado que sus fuerzas productivas -infraestructura, fuerza de trabajo y relaciones sociales- estén en permanente contacto con el mercado y no con los valores del arte. El catálogo de lo prohibido y lo permitido en la industria cultural es resultado de la regularidad exitosa de la venta; del mapa jerárquico de compradores y las estrategias específicas derivadas de la publicidad o del mercadeo. Todo se pone en consonancia con la lógica industrial; los lenguajes, la sintaxis, los argumentos, so pena de anatema para los infractores o los innovadores. Las tensiones no son con el capital del arte sino con la divergencia de los intereses materiales³⁵.

Los grupos multimediáticos influyen de estresante forma en el trabajo profesional del periodista. Por empezar, ya no puede hablarse de multimedios sino de megacorporaciones que ejercen el periodismo y la comunicación como un negocio más. Blanco sobre negro, hoy puede llegarse a no saber qué interés comercial o de poder se está afectando con alguna información u opinión que se brinde, para no hablar de los condicionamientos y autocensura impuestos por ese entretejido de intereses: propietarios mediáticos que lo son también de aeropuertos, empresas de medicina prepaga, emporios de telefonía, etc. Hablamos además de un trabajador de prensa cautivo por la totalidad de los medios del grupo.³⁶

³⁵ El hilo de Ariadna Teóricos y vagabundos. ¿El hilo de Ariadna va del laberinto a la libertad? Universidad Autónoma de Yucatán Mérida, Yucatán, México, 1997

³⁶ SER PERIODISTA ETER Boletín digital Octubre 2005.

Los **medios** son el acto público donde se cruzan los lectores los periodistas y los factores de **PODER**. La sociedad les ha asignado un protagonismo casi extremo las ricas y complejas relaciones sociales de fines de siglo están impregnadas por los medios y no podrán explicarse sin ellos.

Los sistemas de medios generan y legitiman noticias. Este contexto nos permite saber qué es noticia en base a las articulaciones entre los distintos medios y a las rutinas profesionales. Comprende la lógica de un **circuito informativo** intermediático que termina influyendo a través de una doble exigencia en la labor de los medios ya que deben asimilar la cadena y los ritmos de información generados por el sistema para diferenciarse del resto y además necesitan que las noticias por ellos generadas sean publicadas por el resto de los medios logrando así la legitimación de las mismas. **Es necesario que la noticia se multiplique en los demás medios ya que si el sistema no la absorbe ella muere.** Esta situación se da gracias a la intervención de elementos tales como intereses tanto económicos, políticos o corporativos que tienen un gran peso en la conquista de lo público.

Qué es noticia

La noticia es un hecho que merece ser público destacado del resto que se da en un determinado tiempo y espacio. Debe ser relevante para darlo a conocer Es la noción de conocimientos diversos, divulgación o publicidad de un hecho.

Los medios funcionan como un sistema, un punto puede originar una noticia pero si el sistema no la absorbe, la noticia finalmente se muere en ese punto. Es un círculo constante en que un medio legitima a otro. Existen dos tipos de materiales: la información que es común a todos los medios y el material propio de cada periodista.

Los diarios recurren a estrategias de construcción de la información que son las modalidades concretas que se utilizan para procesarlas. Una de las

estrategias de producción y procesamiento de información consiste en reconocer que no existen noticias propias de los medios gráficos sino que cada diario delimita su propia noticia. La **construcción de la noticia** por descarte primario es la estrategia de producción y procesamiento de información de los diarios teniendo en cuenta los intereses corporativos de la empresa, las demandas del lector, las expectativas y límites de los periodistas.³⁷

La agenda informativa

Existe una fuerte ingerencia de los intereses comerciales en la **agenda informativa**. Este nuevo criterio fue impuesto por grandes conglomerados económicos surgidos al amparo de una frágil normatividad contra las prácticas monopólicas. Con el control de la banca, las principales industrias y los favores tanto del poder ejecutivo como del legislativo, incursionaron en los medios de comunicación. Llegaron como propietarios de las grandes cadenas de radio, se hicieron a algunos medios escritos y, mediante testafierros, colonizaron espacios de televisión, imponiendo rutinas de trabajo diseñadas para sus factorías. Ahora bien, la globalización y la permanente exigencia de modernización, impusieron millonarias inversiones en equipos y tecnología, acordes con la vertiginosa velocidad con que debe circular la información. Lo cual produjo una evidente deformación en la relación profesional del reportero con muchas de sus fuentes, porque esas fuentes quisieron imponer su propia **agenda informativa**³⁸. Existe un periodismo general, el que se encarga de las **noticias** políticas, de deportes, de espectáculos, económicas, internacionales, las que responden al interés del poder central, aquellas informaciones que muchos creen trascendentales e inevitables, la razón de ser de los medios de comunicación que encuentran su fundamento en lo macro. El diario sigue marcando la agenda informativa de la televisión y la radio.

Instalación de temas en medios, marcan tratamiento de los temas.

³⁷ Alsina Miguel R. *La construcción de la noticia*. Ed Paidós 1989

³⁸ FIP LARO www.fiplaro.org.ve

La agenda de la sociedad argentina desde dos perspectivas de indicadores de opinión pública “los problemas del país” que son considerados prioritarios por la población y la valoración que ésta hace de distintos grupos sociales. Analizando estos indicadores obtenemos un cuadro de situación relativo a la jerarquía de problemas y referentes institucionales que prevalecen en esta particular circunstancia histórica. La sociedad mantiene todavía un alto grado de consenso sobre los tópicos que definen la agenda del momento. Como frecuentemente los políticos y sobre todo los analistas políticos buscan clivajes en las preferencias electorales de la gente con bases en “temas” o en “visiones ideológicas” que deberían reflejarse en diferentes maneras de jerarquizar los temas³⁹.

El medio gráfico es utilizado por los otros medios más aun para ponerse en práctica el periodismo interpretativo donde el análisis y la profundización en los temas del día o de importancia juegan el principal papel. Cada medio tendrá la particularidad de utilizar un determinado enfoque periodístico el cual no se ajustará solo a la forma en la que lo hará sino además se encontrará con la urgencia de consultar que publicarán los otros medios.

Los alcances y las formas de representación de lo público cuentan cada vez más con la participación de los sistemas masivos de comunicación en la elaboración y socialización de la “agenda” que contiene los temas de interés común. Estos junto con la TV y la radio a la cabeza se convierten en las actuales “plazas públicas” donde se procesan, representan, debaten y legitiman los asuntos que circulan en la sociedad.

Sistemas de medios

Existen tres áreas

1. Relación entre diarios y otros medios en el sistema.
2. Relación entre diarios como industria comunicacional y el sistema económico
3. Actores internos

Están obligados a dos cuestiones:

³⁹ Mora y Araujo, Manuel y Montoya Paula en: “La agenda pública Argentina”: Año 2004

- Reconocer los ritmos y cadenas del sistema y lograr que los otros medios se apropien a sus noticias.

-Objetivos de los medios:

Insumo, venta, informar, obtener ganancia, apropiarse, influencia política, social y económica.

Factores noticiables

Son aquellos que incluyen una novedad, interés público, implicación, originalidad, para que un hecho sea considerado noticia debe implicar novedad e incidencia en la toma de decisiones y condicionantes de la **AGENDA PÚBLICA**⁴⁰.

RUTINAS

- Recolección de información relevante
- Selección y clasificación de la información.
- Presentación de los acontecimientos en hechos noticiables

Circuito informativo

Los medios funcionan como sistema un punto puede originar una noticia pero si el sistema no la absorbe la noticia finalmente muere en ese punto. Es un círculo constante en que un medio legitima a otro.

Los alcances y las formas de representación de lo público cuentan cada vez más con la participación de los sistemas masivos de comunicación en la elaboración y socialización de la “agenda” que contiene los temas de interés común. Estos junto con la TV y la radio a la cabeza se convierten en las

⁴⁰ Miceli, Walter. Texto “Qué es la noticia en los medio nacionales”

actuales “plazas públicas” donde se procesan, representan, debaten y legitiman los asuntos que circulan en la sociedad⁴¹.

Carlos Ulanovsky ⁴²-(colaborador en Radio Portátil, de Elizabeth Vernaci. Autor de “*Días de radio*”-considera que es un misterio el motivo por el cual se consolidó el género periodístico en las FM ya que “*siempre le rajaron bastante a las palabras*”. Aunque reconoce que, a partir de la crisis “*hay un cambio en la configuración social argentina o porteña. Entonces, la gente que tiene trabajo permanece muchas más horas fuera de su casa. La posibilidad que tiene es la de escuchar radio mientras va al trabajo o viaja en auto. Invariablemente en esas condiciones y en esas circunstancias las radios que mejor se escuchan y que mejor se captan son las FM. En ese sentido, las FM tienen una ventaja comparativa*”. El conductor de “La Radio en blanco y negro” (Mitre, a las 21) tiene una postura crítica con respecto a ciertas prácticas de los periodísticos matinales ya que “*para esos horarios apelan a los diarios y, en todo caso, a los cables. Hay verdaderamente poco de información propia. Eso lo veo como una falencia de toda la radio, de la AM y de la FM. El día que no hay diarios es como que la radio entra en crisis*”.

El productor general de “El Show de la noticia”, Demián Sterman⁴³, asegura que la FM adoptó el género periodístico por una cuestión generacional. “*Los que tenemos entre 30 y 40 años –dice– no nos pasamos a la AM. O por ahí no nos pasamos tan fácilmente. Los que en los ‘80 teníamos entre 20 y 25 y empezamos a escuchar FM, cuando la música de la FM empezó a quedar un poco distanciada de nuestra generación empezamos a buscar nuevas opciones. Si bien la AM también se fue rejuveneciendo en algún sentido hay algo que está claro y es que la calidad de sonido no es la misma. No es lo mismo escuchar AM que FM y el oído es muy selecto*”. Sterman sostiene que el oyente de FM no se cambia a la AM así nomás: “*por más que te pongan una estrella en la AM te*

⁴¹ Edición y coordinación Miceli Walter.. AUTORES: Albertini, Arellano, Dietrich, Fernández, Giusti, Leonardo González, Lara Inda, Nicolás Koch, L. Medeot, W Miceli, L Pellegrino, E Serrano, K Soto, X Velásquez, y Federico Walkins. “De la Construcción a la egitimación de la noticia y viceversa”

⁴² Diario Página 12 “Radio Periodismo Frecuencia Modulada” 26 de junio de 2006.

⁴³ Idem

va a costar. Por ahí la vas a seguir pero te va a costar”, afirma. Sobre este punto, Lejtman opina de manera similar: “es muy difícil que haya una tracción de una frecuencia a la otra. Los corrimientos son más que nada por periodistas. Es muy difícil que uno que está en AM diga ‘me voy a la FM’. Si un periodista X que está en la AM se va a la FM su público lo sigue a la FM y viceversa”.

La noticia en AM y FM

¿Cuáles son las diferencias en el tratamiento de la noticia entre un formato y otro?

El tratamiento de la noticia en AM y en FM es distinto. Si bien ambas frecuencias tienen características en común: música + noticias, la premisa de **AM** es informar al estilo netamente periodístico, la **FM** es de corte más distendido donde se combinan la música y las noticias. Marcos Menna⁴⁴ conductor de Primera Data (Rock & Pop), asegura que sí. “Si en la FM le tengo que dar prioridad a la música debo acortar las noticias porque no puedo estar como cualquier radio AM veinte minutos hablando de un tema. Yo no tengo esa disponibilidad de tiempo. En cinco minutos tengo que decir lo que está pasando. A partir de ahí, la FM empieza a cobrar cierta personalidad en la forma de decir. Una forma mucho menos técnica, más desenmascarada, menos analítica y más concisa”, analiza.

Demian Sterman, productor periodístico de “El Show de la noticia”. También encuentra diferencias: “nosotros tratamos de no poner noticias muy duras tan temprano”, dice el productor de **Petinatto** y, a la vez, asegura que “para nuestro programa es más importante lo que María O’Donnell o Pettinato tengan para decir sobre una noticia puntual de actualidad que sacar por teléfono a las personas responsables o los actores de cada noticia. No nos interesa

⁴⁴ Diario Página 12 “Radio Periodismo Frecuencia Modulada” 26 de junio de 2006.

sacar telefónicamente a Lavagna si el tema es Lavagna. En la AM si ese es el tema y no sacás a Lavagna te está faltando el testimonio más importante de la mañana de la radio”.

En cambio, Lejtman⁴⁵ observa muy pocas diferencias actualmente: “al principio sí porque la AM era más plana, no tenía en cuenta el concepto de edición ni de poner los testimonios acompañando algún asunto. Me acuerdo que en la Rock & Pop yo ponía una locutora y algún testimonio y sonaba como raro. Ahora todo el mundo lo hace”. En tanto, Ulanovsky encuentra la originalidad en ciclos como los de Pettinato (El show de la noticia) y Elizabeth Vernaci (Radio portátil): “tal vez esos programas están expresando un sentimiento de parte de la sociedad que no quiere cosas demasiado complicadas a la mañana, que se ha cansado severamente de escuchar los conocidos discursos de los políticos entrevistados por los periodistas. Me parece que eso ha dejado de tener glamour y conflicto”, sostiene.

En una entrevista realizada a **Daniel López**⁴⁶ (Conductor de “Desayuno Continental”) con respecto a las noticias en Radio Continental él asegura: *“tratamos de estar compenetrados y por supuesto que si un programa consiguió una nota importante la vamos a destacar desde el SIC (Servicio Informativo Continental). Generalmente, la nota que consigue el programa de todas maneras agrega valor a la información, entonces, no destacarla porque sí, sino reiterarle al oyente que hubo algo que se dijo en la emisora y que vale la pena tenerla en cuenta, porque, además, en los diarios va a estar al día siguiente, casi siempre. O sea que no es una manija porque sí sino es un valor agregado que se le da desde el SIC, eso simultáneamente con el racconto de lo principal que está ocurriendo y por supuesto de correr con las novedades y tratar de estar muy rápido con todo lo que es noticia.*

⁴⁵ Idem

⁴⁶ Página web FP y CS Cátedra Producción Radiofónica III.

En relación al manejo de la línea editorial y la negociación periodística a la hora de presentar las noticias, López sostuvo: “ *En las noticias se maneja de la misma manera, siempre también ocupando un cargo en un informativo vas a tener alguna marcación pero mi pelea permanente es que en el SIC, allí sí generalmente la que habla se toma como que es la radio, ya no un conductor, ya no un columnista, ya no alguien que opina sino que es la empresa y la empresa se supone que va a continuar durante muchos años más allá de gobiernos y de campañas electorales; entonces, el mejor negocio para una empresa periodística tiene que ser claramente neutral, independiente y pluralista. Esto no siempre se entiende así, pero es mi prédica permanente y mi obsesión desde el SIC es que sea también lo más pluralista posible todo el tiempo, porque también el servicio informativo necesita una gran credibilidad.* Creo que los resúmenes de noticias tienen que tener aquella vieja premisa del periodismo de la pirámide invertida (arriba los más importante y descendiendo hacia el resto). Trato de mantenerlo así que más allá de algún momento que tuvimos que vivir con ciertas presiones cubrimos cada tema con tanta importancia en todos los casos: cuando un tema social, político, económico, sindical, lo requiere⁴⁷.

Los medios de comunicación se han convertido en el gran "teatro de operaciones" de la política. Se piensa la política como acción en función de los medios y por esta razón los cambios que viven influyen en la forma de hacer política. Cuatro de cada cinco personas se informan por el medio radiofónico a la mañana, lo que no sucede en otros países, donde está más vinculada a recreación y entretenimiento que a la función informativa. Que el diario ocupe un tercer lugar para informarse es un fenómeno normal en términos internacionales y lo mismo sucede con el hecho de que la lectura matutina vaya perdiendo significación. Pero en la Argentina, los diarios de la mañana fijan la agenda informativa de la radio matutina e incluso también de la televisión, situación que otorga a la prensa escrita una gran importancia política.

⁴⁷ Daniel López entrevista página web de FC yCS cátedra de Taller producción radiofónica III

La agenda en los diales a la mañana

Respecto a Internet, puede ser el futuro de la comunicación política y los blogs pueden competir con el periodismo clásico, pero todavía en la Argentina— como en el resto de América latina— sólo uno de cada diez se informa por este medio, situación que por ahora lo invalida en términos políticos para constituirse en el eje de la comunicación de masas⁴⁸.

En el siguiente cuadro podemos observar algunas de las diferencias existentes entre ambas frecuencias: AM y FM.

DIFERENCIAS	RADIO AM	RADIO FM
PRESENCIA DE MÚSICA	Menor importancia	Mayor importancia
CALIDAD DE SONIDO	Inferior y secundaria	Excelente calidad técnica
TONOS DE LOCUCIÓN	Altos, sin muchos matices	Medios y bajos, con matices y distintas tonalidades
RITMO Y MANEJO DEL TIEMPO RADIAL	Más acelerado	Con más pausas
PUBLICIDAD	Con ritmo e improvisación	Con gran producción artística
LENGUAJE	Informativo	Coloquial y musical

Mejor no hablar (de ciertas cosas)

Teniendo en cuenta la descripción realizada de los factores involucrados a la hora de determinar qué se informa y qué no, podemos comprender por qué en la mayoría de los medios ABUNDA LA NOTICIA y circulan siempre los MISMOS temas. Por ello es destacable cuando en un horario sumamente informativo aparece un programa que rompe con el esquema netamente informativo que se presenta en la mayoría del dial para introducir otro tipo de contenidos. Una apertura a la reflexión sobre la vida cotidiana y las historias reales y noticias diarias necesarias, son relatadas de modo ameno y bajadas al “sentido común” para que quien escuche “El Show de la Noticia” pueda interpretar los hechos y no sólo almacenarlos.

El programa es un verdadero “Show” de la noticia, ya que si bien ésta se presenta en su carácter informativo, a su vez se intercala con una veta

⁴⁸ Fuente: diario "Clarín" .Más información: www.clarin.com

humorística que le da otro color al relato. Además existen temas marginados por otros medios, o bien se habla acerca de temas culturales o cuestiones de la vida cotidiana, en los que aquí se convierten en noticia desde el momento en que se relatan y forman parte de un ida y vuelta con el oyente que deja su mensaje opinando al respecto y nutriéndose de información que tal vez no encuentre en otro dial:

- *“Al rock argentino nadie lo entendía todos decían “no, tienen demasiadas plumas colgadas, es una música que no se entendía porque era la época del clan que era una especie de chicle globo, gigante rosa entonces todo el mundo...todos tenían lentejuelas y esos tacos tan altos. Encima se los ponía Elton Jhon que era francamente desagradable y entonces mucha gente decía yo no quiero ser como Elton Jhon yo no quiero que me pase eso, y mucha gente se puso a dieta para no ser como Elton Jhon, en medio de todo eso en la volteada cayeron los “tiranosaurios rocks” que no tenían nada que ver pero bu... cayeron ahí...” extracto 2/9/05*
- *“Mañana viene Kapanga a las seis de la mañana les aviso, para los que quieran escuchar, va a venir Kapanga, o sea que vamos a hacer como siempre, porque para eso está la radio, y para eso están los medios: para charlar, para comentar, para entretener, pero más que nada lo más lindo, para improvisar para hacer algo que nadie sabe qué es lo que va a suceder” extracto 16/11/05*
- *Mensaje de oyente: “Hola habla Eugenia y quería agradecerte porque entre medio de tanta mediocridad que hay en los medios, la verdad es que tu programa vale mucho la pena” extracto 02/09/05.*

Demasiada actualidad! Basta de catarata de noticias, basta ya!!!Después de una breve tanda nos remontamos al pasado para saber un poquito sobre la radio del pasado....

Bloque 5

“El arcón de los recuerdos”

Al mejor estilo Roberto Galán hurgamos en el pasado ¿Qué te acordas de la radio? Tenés en algún rinconcito un recuerdo radial?

Comunicate a nuestros números de teléfonos o escribinos un mailundespertardiferente@otraalternavitaenelaire ". Contanos sensaciones, emociones, cortinitas musicales, conductores, que se te vengan a la mente...

“En 1923 los argentinos escuchamos en transmisión casi directa desde el Polo Grounds de New York, el relato del combate en que Jack Dempsey retuvo el campeonato mundial de peso pesado al poner fuera de combate a Luis Angel Firpo en el segundo round. Yo tenía nueve años, vivía en el pueblo de Banfield y mi familia era la única del barrio que lucía una radio caracterizada por su antena exterior realmente inmensa, cuyo cable remataba en un receptor del tamaño de una cajita de cigarrillos pero en el que sobresalían brillantemente la piedra de galena y mi tío, encargado de ponerse los auriculares para sintonizar con gran trabajo la emisora bonaerense que transmitía la pelea. Buena parte del vecindario se había instalado en el patio con visible azoramiento de mi madre; y el patriotismo y la cerveza se hallaban como siempre en esos casos para vaticinar el aplastante triunfo de aquel que los yanquis habían llamado el toro salvaje de las pampas, y que era sobretodo salvaje (...). Fue nuestra noche triste; yo, con mis nueve años, lloré abrazado a mi tío y a varios vecinos ultrajados por la fibra patria. Después la radio se perfeccionó rápidamente, aparecieron los altavoces, las lámparas, y esas palabras que eran la magia de mi infancia.”

Las “gauchaditas” radiales

“Década del 80, transcurría mi infancia en la zona rural de Ayacucho. Un recuerdo imborrable era el mediodía en el campo, mi abuelo con su radio pegada al oído, era una Karina y tenía una cinta de cuero que permitía sostenerla. ¿Por qué tanta expectativa? Y es que por medio de la radio te enterabas si tenías mensaje de algún vecino. Se preparaba para las “gauchaditas”, éstas te informaban y se transmitían los mensajes.

Se podían escuchar comunicados como. “Se le comunica a Rodolfo Pérez que fue papá de una hija. Los dos se encuentran bien” Firma: Irma.

O... “Se le comunica al Sr. Ñato González que tenga lista las vacas el miércoles para cargar”. Firma: Consignataria Arnaude.

“Se le comunica a toda la comunidad del paraje Ramos Otero que la fiesta se realizará el domingo 24. Por la tarde habrá lotería y tertulia danzante con el grupo “Manteca”.

“Se le comunica a Jorge Rodríguez que se le envía la encomienda por El Río Paraná, a las 20 hs.” Por favor ir a buscarlo a la tranquera...”

La cortina musical era una ranchera, un chamamé o algún tema de típica. Y culminaban los comunicados con los servicios fúnebres.

Mensajes como éste era corriente escuchar a las 12 en punto del mediodía. La comunidad esparcida del campo estaba atenta a ello, ya que era su único medio de comunicación.

(María Gabriela González)

Encendida siempre

“La radio siempre estuvo encendida en la cocina de mi casa, y si de ahí iba a la habitación, continuaba el diálogo de los conductores sin perderme, ya que en el dormitorio de mis padres había otra que también permanecía prendida, y a un volumen considerablemente alto.

Desde que tengo uso de razón Radio LU2 AM de Bahía Blanca, estuvo siempre sintonizada en mi casa, algunas veces las conozco como si fueran las de mis familiares. Sé las canciones de cortina, los separadores, qué programa viene después de cuál y quiénes son sus conductores. Era raro, pero aunque estemos almorzando en el comedor mirando TV, la radio en la cocina seguía encendida....

Cuando era chica no entendía bien de lo que hablaban los periodistas, pero escuchaba atentamente los informes rurales de la zona: “trigo, cebada, centeno...” Cuando salíamos de casa la radio nunca se apagaba y al llegar al centro, en cada comercio estaba sintonizado el mismo programa, una identidad bahiense aferrada a la cultura radial local.

Siendo adolescente pude elegir qué programa escuchar, entonces recorría el dial hasta encontrar ese tema que tanto me gustaba, y lo grababa en casete, pero atenta a que no me lo “pisara” la locutora. La radio me acompañó cada vez que debía preparar algún examen, en las noches con amigos, “*poné la pava y trae la radio*”, en los paseos con el auto, en las tardes de domingo escuchando aquél clásico Villa Mitre-Olimpo. Y estuvo de testigo, de “cortina”, en las primeras confesiones de amor. Más tarde me aferré tanto a ella, que siempre llevé un auricular pegado a mis oídos, y cuando la conocí desde adentro y descubrí sus secretos y encantos me enamoré del todo.

Al fin comprendí por qué estaba siempre encendida en la cocina de mi casa. Entendí que la **radio**(a diferencia de otros medios) es, fue y será **testigo de nuestras vidas**, continuamente una voz de fondo en nuestras escenas cotidianas.

(María Juliana Franceschi)

Tiempos radiales....

Cada uno de nosotros, de alguna u otra forma hemos estado marcados por la radio. Tenemos recuerdos, voces, conductores que han estado presentes en algún momento de nuestras vidas, tenemos cortinitas grabadas en la mente, musiquita... el oído graba..., aunque no nos demos cuenta.

Por ello cuando emprendimos nuestro trabajo la primera pregunta a los entrevistados fueron sus recuerdos radiales.

Si bien en su mayoría recordaron a conductores: como Larrea, a Cacho Fontana, a Carrizo vivenciaron momentos de sus vidas, donde hablaron de “el bichito de la radio”. Y esto nos decían:

“Yo soy un fanático de la radio desde chico por mi familia, hemos desayunado para ir al colegio y estaba la radio prendida, como programas antológicos de aquella época de Fontana Show....cuando yo era chico la radio era fundamentalmente entretenimiento y era musical y había un informativo a cada hora donde daban las noticias”.

(Fernando González. Rector de TEA).

“Los recuerdos que tengo de chico, es mi casa escuchando radio. Soy de Concordia, Entre Ríos. Mi acercamiento fuerte a la radio se lo debo a que estuve enfermo en los riñones cuando tenía 8 años y estuve un mes y medio en cama. Había un programa para chicos en la radio local, en FM 15, radio Concordia. y lo escuchaba y me enamoró la locutora. “Fue una cosa así muy fuerte que me pasó con el medio”.

(Agustín Tealdo.ETER).

“Los recuerdos que tengo están relacionados a mis tardes de provincia, yo soy Santafesina y platense por opción, o sea que me vine a La Plata cuando tenía alrededor de 21 años y me vine a estudiar acá, entonces los recuerdo más grandes que tengo era la ceremonia virtual que tenía mi mamá con una vecina

El arcón de los recuerdos

que se reunían después que nosotros tomábamos la merienda y volvíamos de la escuela, a escuchar el radioteatro. Digamos bueno, recuerdo a la gringa al lado de casa que con su mantel de hule limpio de la cocina colocaba una especie de potiche de cristal con caramelos y sentaban ambas mamá y esta vecina que se llamaba Magdalena, una frente a otra tejían se emocionaban, y hacían comentarios acerca de lo que estaban escuchando mientras desarmaban los caramelitos y escuchaban. Escuchábamos obras emblemáticas que eran después las que hacían las giras por los pueblos, y además así que veíamos la representación de esos radioteatros”.

(Cielito Depetris. UNLP).

... “Radio escucho desde pibe, era chiquito, por mis viejos. Tanto partidos de fútbol... Tengo dos programas de radio en la cabeza, de chico uno era cuando yo tenía 5 o 6 años, mis abuelos escuchando Rapidísimo con Larrea. Tengo grabadita la cortina en la cabeza, y ellos lo escuchaban todas las mañanas y un programa de Mitre “Algo para recordar” de Mochin Marafiotti...

Después un poco más adelante empecé a escuchar a Dolina. Ya los 12 años, yo lo escuchaba en Radio El Mundo.

A partir de los 11, 12 años me iba a dormir con la radio. De hecho lo sigo haciendo hoy, sino no me puedo dormir...”

(Eduardo Seisdedos. Operador de “El Show de la noticia”).

...“Era un “Citroen Ami 8”, con un microfonito, y a veces no podías ir muy lejos tampoco, porque no se estiraba el cable. Me acuerdo de haber cubierto notas de sepelios, por ejemplo que había muerto alguien, y tenía que entrar al velatorio con un grabador y pasarlo después a la radio”.

(Luis Frontera. Periodista).

Los Locos de la azotea

Casi simultáneamente con los Estados Unidos comienza en la Argentina la transmisión regular de radio. Por iniciativa de cuatro jóvenes, uno médico y otros estudiantes de medicina, Enrique T. Susini, Miguel Mujica, César J. Guerrico, y Luis Romero Carranza, el 27 de agosto de 1920 un grupo de personas oyó desde sus casas una transmisión. Instalaron en el techo del Teatro Coliseo una larga y complicada antena y en dependencias interiores del teatro un transmisor de 5 watos, con una bocina parecida a la de los fonógrafos de la época pero de dimensiones mayores. Estaba Yrigoyen en la presidencia y dicen que comento así la hazaña: "Cuando los jóvenes juegan a la ciencia es por que tienen el genio adentro". En 1921 fue posible transmitir casi todas las funciones del "Coliseo".

Tres años después ya funcionan en el país 60.000 receptores y pioneros del medio realizan experiencias fundamentales, como la difusión de eventos deportivos y la utilización de publicidad (por primera vez en el mundo según historiadores). En 1923 salió al aire una segunda emisora, Radio Sud América, que instalo Miguel Roux Deledicque, cuyos programas se anunciaban en la prensa. En septiembre de 1923 se transmitió el Match Firpo - Dempsey desde New York, por iniciativa de La Nación. Poco después se instalaron otras



emisoras, Lou Radio Brusa (hoy Excelsior), Radio Libertad (hoy Mitre), Radio Casa América, Radio Grand Splendid (hoy Splendid) y Radio Nacional, luego Belgrano. Las dos últimas fueron las que más sostén comercial lograron y las que contaron con modernos equipos transmisores, mejorando sus programas.

49

⁴⁹ La felicidad de una familia o la fidelidad de una transmisión dependían de la buena salud de las válvulas. Días de Radio, historia de la radio argenitna. Diciembre de 1995.

En 1924 se dio permiso a la sociedad rural de cerealistas de Rosario para instalar una estación transmisora. El crecimiento del medio provoca conflictos y ya en 1925 deben ser reglamentada la frecuencia de emisión con sucesivas reglamentaciones (1929-1933-1949). A lo largo de la tercera década, al éxito de radio Splendid y radio Belgrano se suman la creación de Radio el Mundo (1935). El surgimiento de una nueva emisora vinculada con el grupo editor Haynes provoca por competencia un fuerte y sostenido desarrollo. El empresario Jaime Yankelevich crea desde Belgrano las primeras transmisiones en cadena. Una mención aparte merece el **radioteatro** que aparece en el dial en 1929. Las primeras manifestaciones mantienen un esquema con una mínima voz argumental que incluye canciones, payadas y fiestas camperas.

Con el desarrollo de los radioteatros, los actores se popularizaron hasta convertirse verdaderos ídolos. En esta primera etapa se desarrollo también la línea del radioteatro histórico que se inicio en 1933 con "bajo la santa federación" de Héctor Pedro Fernández, quien sería uno de los nombres más destacados del género. A partir de mediados de la década del '30 comienza la explosión del género que solo se interrumió con la llegada de la televisión y el teleteatro. Así se crearon numerosas compañías, se amplia la temática, adaptándose obras y novelas literarias. El género se diversifica de acuerdo con



las edades, sexo y extracción social del oyente: surgen radioteatros infantiles " La Pandilla Marylín" y el exitoso "Tarzán de la Selva", "Poncho Negro" radioteatros policiales, sketches, comedias breves, sainetes, radioteatros familiares y costumbristas (sin duda, "Los Pérez García" fue la más exitosa).

50

⁵⁰ Pierina Dealessi, capocómica radial de los años 20. Días de Radio, historia de la radio argentina. Diciembre de 1995

En la **década del '40** la temática que se impone es la historias de amor dirigidos fundamentalmente al público femenino en este rubro brillaron las voces de Oscar Casco, Hilda Bernard, Susy Kent, Rosa Rosen, Eduardo Rudy, Jorge Salcedo, Julia Sandoval. Entre los autores Abel Santo Cruz, Nené Cascallar, María del Carmen Martínez Paiva y, en la década del '50 Celia Alcántara, Alberto Migré, Alma Bressán entre otros. Hacia 1940 la radiofonía Argentina ha adquirido un poder y desarrollo económico que pocos países podían ostentar, lo que coloca, según algunos autores a renglón seguido de los Estados Unidos.

La radio de los cincuenta irradia para la familia la audición de Jabón Federal, por Radio Belgrano, el programa de mayor audiencia. En la década del '40, de la mano de Antonio Torno- que en 1937 integro la tropilla de Huachi Pampa- en⁽⁵¹⁾ el programa "El Fogón de los Arrieros"- el folclore volvió a ocupar



un lugar destacado en la radio y en 1950 alcanza un éxito total "El Rancho 'e la Cambicha". En la radio los programas musicales eran verdaderos shows, con orquestas típicas, orquesta de jazz, el solista de moda, la variedad, el recitador. En los '50, Alberto Castillo despertaba una enorme adhesión así como también el italiano Nicola Paone ("La Cafetera", "¿Usted que tiene ahí?"), con la llegada de la televisión, radio Belgrano pasó

a ser LR3 Radio Belgrano Televisión. Dentro de la estructura radial del peronismo Enrique Santos Discépolo con su personaje "Mordisquito" fue un símbolo, a través de él Discépolo mantenía un diálogo imaginario con alguien que no reconoció los logros del peronismo. El ciclo se interrumpió con la muerte de Discépolo en 1951.

La muerte de Eva Perón quedó expresado en la radio con música sacra- durante 16 días- y la costumbre de evocar su muerte a la hora del hecho con la expresión "son las 20.25 hora en que Eva Perón paso a la inmortalidad." Sin duda uno de los éxitos radiales de la época fueron "Los cinco grandes del buen humor" ("Pato Carret, Jorge Luz, Juan Carlos Cambón, Zelma Gueñol y

⁵¹ Tapa de Radio Revista, de 1927. Días de Radio, historia de la radio argenitna. Diciembre de 1995

Guillermo Rico"). En 1954 Delfor presenta en radio Argentina "La Revista Dislocada", este fue el primer programa cuyos avisos estaban integrados al clima divertido de la audición. Alejandro Romay era el animador de "Lluvia de estrellas", en tanto otros programas de tango que se escuchaban eran "Mundo de Tango" y "Una Cita con el Tango" En 1956 llegaban a nuestro país las primeras radios portátiles transistores. Así la radio "viaja" con el oyente, un ejemplo de ello son los hinchas de fútbol que van a la cancha y siguen el relato por las famosas radios "Spica". A propósito de las transmisiones deportivas, estas tuvieron un papel central en la radiofonía Argentina la primera transmisión de un partido de fútbol se hizo en un partido entre Argentina- Uruguay en 1924 y el primer relato completo de un partido corresponde a Tito Martínez Delbox en 1927. Aunque en realidad la primera transmisión deportiva fue la de la mítica pelea Firpo- Dempsey en 1923. Martínez Delbox fue el creador del famoso programa "Gran Pensión el campeonato" que se mantuvo en el aire 13 años, desde 1939. Alfredo Arostegui, desde 1928 transmitió los juegos olímpicos y es conocido como "El Relato Olímpico".

A partir de los años '30 vendrían Horacio Beblo, Ricardo Lorenzo "Borocotó" y el "Maestro" Fioravanti que relató fútbol y boxeo con un estilo sobrio y formal. En los '40 y '50 frente a Fioravanti había otro relator encarnaba un estilo más campechano: Lalo Pellicciari. Otro grande de las transmisiones deportivas fue Luis Elias Sojit, "el inventor del automovilismo deportivo" creó "Coche a la vista" además de relatar fútbol Sojit reconocía como los grandes de su época a Lalo Pellicciari, Bernardino Veiga, los hermanos D'Agostino, Luis García del Soto, José María Muñoz, Enzo Ardigó, Julio César Marini, Alfredo y Luis Arostegui, Borocotó y Fioravanti. A Sojit lo sucedieron, en los '60, Andrés Rouco y Lisandro González Longhi con "Carburando", Oscar Gañete Blasco y Pérez Trigas con " Emoción en las rutas", Carlos Legnani con "Campeones en el Camino". Volviendo al fútbol, desde los '50 hasta los '80, José María Muñoz "El relator de América" fue la figura de los relatos deportivos cambio el estilo de las transmisiones al marcar cada jugada o el gol que iba a venir ("Peligro de Gol...") fue cuestionable su actitud complaciente con la dictadura militar durante el mundial '78 y el mundial juvenil '79 (momento en que visitaba el país la Comisión

Interamericana de Derechos Humanos). Entre los comentaristas que trabajaron con él en "La Oral Deportiva" se cuentan Julio César Calvo, Julio Ricardo, García Blanco y Enrique Macaya Márquez, y con quien formó dupla Enzo Ardigó. Vale recordar que este programa, "La Oral Deportiva" existe desde 1933 y hasta la llegada de Muñoz se limitaba al fútbol y con él se incorporó el automovilismo y, luego, todos los deportes. José María Muñoz estuvo al frente de la misma durante 35 años.

En la década de ochenta "Sport 80"- primero aparece en radio Mitre y luego en Continental- un mero estilo de relato con Víctor Hugo Morales ("ta, ta, ta...") Cuya particularidad es recrear los diálogos que se producían en la cancha. Quizá su más famoso relato sea el gol de Maradona a los ingleses en el mundial '86. A partir del ochenta una nueva camada de periodistas acompañan a los hinchas de fútbol: Fernando Niembro, Marcelo Araujo, Juan José Lujambio, Alejandro Fantino, entre otros. Con el final de la década del 50` se notaban algunos cambios importantes en la radio: desaparecían los elencos estables y las orquestas exclusivas de las emisoras, perdían atractivo los radioteatro por la competencia de la televisión. De este modo en **la década de 60`**- con la aparición de las empresas productoras de programas de radio- si bien se pretendió estimular la creación artística radial, se abandonaron los programas en vivo y la radio pasó a ocuparse, casi exclusivamente de la música y la información. El **horario central de la radio pasó a ser el matutino**, ocupando la televisión el nocturno. Así en los 60` surgieron programas musicales como "Escalera a la fama", "Música en el Aire", "Escala Musical"- donde se difundió a los integrantes del Club del Clan -, "El mundo de la guitarra" con Antonio Carrizo. También aparecen algunas novedades técnicas: el programa "La Cabalgata Musical Gillette", es el primer programa grabado con comerciales ambientados incluidos en la estructura del ciclo. En este programa, se pasó por primera vez, un tema de los Beatles - traducidos como "Los Escarabajos". En 1964 estaban de moda los programas de preguntas y respuestas: "La Campana de Cristal", "La Justa del Saber".

A partir de los años 60' y hasta 1980 un periodista se hace imprescindible para saber lo que pasó, en tiempos de reiteradas censuras; Ariel Delgado desde Radio Colonia de Uruguay con su clásico "Hoy más informaciones para este boletín". Por esos años estaban en el aire **"Fontana Show"**, **"La Gallina Verde"**, **"El Diablo Cabo"** y en 1967 nace **"Rapidísimo"** con Hector Larrea que le dio amplia difusión al tango, la folklore así como también a la participación de los oyentes a través de mensajes telefónicos. En 1968 nació "Argentinísima" con Julio Marbiz. La radio fue logrando superar la dicotomía con la televisión y pasó a ser el medio de comunicación y servicios por excelencia. Va desapareciendo el concepto de "radio espectáculo" y comienza el de "Radio Coloquio". Al **comenzar la década del 70' Cacho Fontana** y Antonio Carrizo eran los modelos a imitar por los jóvenes periodistas que se estaban iniciando. Radio Continental funcionando desde 1969 - reemplazó a Radio Porteña -. En 1970 se inauguro Radio del Plata que desde sus comienzos tuvo un perfil periodístico y musical. Pero su gran novedad fue su frecuencia modulada estereofónica. En sus comienzos estuvieron Víctor Sueiro y Julio Lagos - Mario Mactas. La moda era hablar en tonos bajos y sugerentes como Nora Perlé, Nucha Amengual. Los programas nocturnos volvían a tener vigencia y entre ellos "Modart en la noche", "Imaginate" (Juan Alberto Badia y Graciela Mancuso) "El Tren Fantasma" (con Omar Cerasuolo), "Las Siete Lunas" (Betty Elizalde) "La Noche con Amigos" (con Leonel Godoy). Hugo Guerrero Marthineitz "El peruano parlanchin" condujo "El show del Minuto", espacio en el se mostraba como un innovador del estilo radial. La década se cerraba con Antonio Carrizo haciendo "La vida y el canto". Los años 80' tienen en cuanto a la evolución radial dos hechos que lo caracterizan y que permanecen hasta el presente: la amplia difusión de las FM y la aparición, en todo el país de las radios de baja potencia de alcance local y comunitario. Así aparecieron algunas radios que renovaron la estética radial (Rock and Pop) creándose lo que se llama la "radio de segmento": desde las dedicadas exclusivamente al tango (FM Tango), a la música clásica, de bailanta y las radios que pasan "los éxitos del momento" (FM100, Z95, FM HIT, Radio UNO, TOP, Horizonte, Feeling, Aspen).

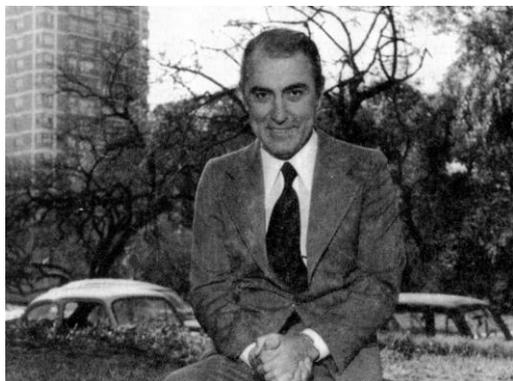
De este modo surgieron nuevos representantes del medio radial: Lalo Mir, Mario Pergolini, Ari Paluch, Bobby Flores, Marcela Feudale, Gabriela Guimarey, Elizabeth Vernacci entre muchos otros. En el ámbito informativo con la vuelta de la democracia la radio cobró nueva vida. Un ejemplo fue la estatal Radio Belgrano durante los años 1984 y 1985 con programas como "Sin Anestesia" con Eduardo Aliverti, "Nuevos Aires" con Enrique Vázquez, "Ciudadanas" con Ana María Muchnik, "Sueños de una noche de Belgrano" con Jorge Dorio y Martín Caparrós, "Historias en estudio", con José M. Pasquini Durán, "Mañana, tarde y noche". Desde 1983 en adelante la radio fue más frontal, con la información al instante y con opinión. Entre los periodistas que ocupan un lugar destacado en este segmento están Santo Biasatti, Rolando Hanglin, Magdalena Ruiz Guiñazú, Román Lejtman, Nelson Castro, Alfredo Leuco y tantos más. ***Hoy la radio ya ni se plantea competir con la televisión porque pudo afirmar su propio estilo: radio con ritmo informativo, radio con separadores, radio para escuchar con walkman o en el auto, radio que acompaña, informa y entretiene***⁵².

Programas y conductores para no olvidar...

Hay momentos que son verdaderos hitos en la radiofonía argentina, hay figuras que son insoslayables para entender muchas de las cosas que ocurrieron después. El "Fontana Show", la figura de Jorge Fontana y el equipo que lo rodeaba indudablemente renovaron la radio por la mañana. Ellos fueron los que utilizando la estructura de Radio Rivadavia, basada en dos pilares: el rotativo del aire de Radio Rivadavia y la Oral deportiva hicieron que ese programa estuviera poblado permanentemente de cronistas y de exteriores, de columnistas en piso que hicieran de ese programa , además de un programa sumamente ágil para los **60 y 70 ...**

⁵² Artículo extraído de Internet 27 de agosto de 2005

Un programa que marcó, y de ahí la cuestión de considerarlo como un hito, que marcó muchas de las presencias que aún hoy vemos en los programas de la mañana. Además del **Fontana Show**, es creo que es



insoslayable mencionar algunos de los ciclos de Hugo Guerrero Martinehitz en el horario vespertino, donde a través de “El Show del minuto” por ejemplo estableció un manejo muy preciso de los tiempos, de los tiempos de radio y le incluyó contenidos tanto musicales, como literarios y culturales

que marcaron indudablemente otra huella para citar.

Hay personajes que son insoslayables que pasaron por los diferentes programas y me refiero a las voces femeninas, como puede ser la de Bety Elizalde, como puede ser la de Mecha Mengual, en los horarios nocturnos donde la radio ronroneaba a través de las seductoras voz de ellas, conduciendo programas musicales. Hay programas deportivos que tuvieron toda una serie de condimentos que los hicieron a esos ciclos sumamente valiosos y hablo por ejemplo de los ciclos conducido por Alberto Hugo Cando, transmitiendo carreras de automovilismo. Aun con todo lo conflictivo que es el personaje de José María Muñoz, el.... digamos, el estilo que le imprimió a la radio y el deporte en la “Oral deportiva”, más tarde en el tiempo lo que en ese rubro le sumó Víctor Hugo Morales. Dentro del rubro periodístico es necesario marcar las figuras de Miguel Angel Merellano, de Santos Biasatti en un programa nocturno de finales de los 70 y comienzos de los 80, llamado “Generación espontánea”, al igual que la presencia de Magdalena en las mañanas de diferentes radios, pero principalmente Radio Mitre.

De la democracia para aquí, aunque también en este caso habría que mencionar su tarea fuertemente comprometida de los valores de la Democracia y los Derechos Humanos de Eduardo Aliverti. También creo que el movimiento renovador que estableció la Rock & Pop, con programas como Radio Bangkok, y con personajes no solamente a los habitualmente mencionados como pueden ser Lalo Mir, Mario Pergolini, Elizabeth Vernaci.

Además estaban las condiciones de época, mediados de los 80 que facilitaban esta transgresión de los estilos protocolares que algunas radios llevaban adelante. Pero en ese medio, la Rock & Pop también es muy interesante mencionar lo que hizo en su momento en la noche Norberto Berea, en ese estilo de programas musicales previos a la irrupción de la frecuencia modulada los programas de Juan Alberto Badía con Graciela Mancuso, con “Flecha Juventud”, “Imaginate”, creo que marcaron un rumbo acerca de cómo conducir programas para la juventud, al igual que el “Modart en la noche” de Pedro Aníbal Mansilla, un programa también destinado a los adolescentes y jóvenes de los años 70 y 80 y más reciente en el tiempo, me parece que es, dentro de este rápido inventario de nombres y de programas, interesante las tareas de Fernando Peña haciendo radio, la presencia de Matías Martín, haciendo radio y en lo que a vos la presencia de **Roberto Pettinato en un horario que lo obligó probablemente a repensar qué hacer con la radio de la primera mañana.**

(Oscar Bosetti. Profesor de la UBA y ETER).

Perlitas radiales

FURCIOS

Selección de las metidas de pata más espectaculares frente al micrófono.

“Se puede dejar este valle de lágrimas chocando prolijamente contra una pared en una prueba de Fórmula 1 o se puede cometer lo que se designa como un furcio, todas las actividades suponen un riesgo físico o intelectual”, dijo alguna vez con sarcasmo el locutor de Radio Provincia Luis Patricio Saraví. No le falta razón. El furcio espera agazapado, paciente, a cualquier profesional del micrófono.

- Corrían los 50, tiempos en que la radio admitía público y emitía en vivo con el aporte de los participantes.

La escena: un programa de preguntas y respuestas de Radio El Mundo. El conductor, Jaime Font Saravia, interroga a una nerviosa señorita sobre anatomía humana: “Cierta parte del cuerpo masculino de la que carecen las mujeres”. Corren los segundos y, para ayudarla, acota: “Tiene el nombre de una fruta”. “La banana” apuró la joven. “No, la nuez”, corrigió el animador, algo tentado. La picardía le valió una suspensión.

-“Señora, para después de su polvo, Lysoform”. (Locutor Ivan Cassadó, por Radio El Mundo, debía leer, en cada corte, la frase: “Para después del baño, polvo Lysoform”).

Oreste Omar Corbatta, pintoresco personaje de la galería futbolística, siempre se caracterizó por su espontaneidad y su verba nada académica. En uno de los partidos de la Selección Nacional, en el entretiempo, fue increpado por un periodista radial que le preguntó los motivos por los cuales el equipo argentino atacaba poco: “Y qué quieren- dijo-. Si nos están cagando a patadas”.

- Manuel Sojt, transmitiendo una pelea de boxeo: “Gatica le pega una trompada en el cerebro y el negro cae por sus propios medios”.
- “Las víctimas fallecieron totalmente” (Adalberto Rossi).

El arcón de los recuerdos

- Fernando Bravo mantenía una conversación telefónica con el presidente de la firma que auspiciaba su programa por Radio Rivadavia y dijo: “El señor Pablo Díaz ha tenido el atrevimiento de ponerse en contacto con nosotros (...) No dude de que haremos lo posible, no ya para defraudar a los avisadores sino también al público”.
- “Señor senador, ¿no cree usted que los aumentos de tarifa van a incrementar los polvones de pobreza?”
- Un locutor de Radio Continental que estaba haciendo un reemplazo dijo, sin saber que estaba el micrófono encendido: “Poné tres discos corridos y que se vayan todos a la c... de su hermana”.
- “Existen gran cantidad de muertos enterrados vivos en los escombros”.
- En un homenaje a San Martín, un locutor debía decir “El general cruzó el arroyo pataeando”, pero dijo: “Cruzó el arroyo puteando”. La gente del Instituto Santamartiniano puso el grito en el cielo.
- “Uno de los muertos sobrevivió en el acto”.
- “Dentro de 25 noticias, más minutos”.
- “El cielo está anubarrado”.
- “Todo es según el cristal del color con que se mire”.
- “Es un duro muy hueso de roer”.
- Amelia Peñalosa tenía que leer una frase que decía: “Señora, todas las mañanas, a su vajilla, Puloil”, y leyó: “Señoras, todas las mañanas, a su vagina, Puloil”.
- “Apareció un cadáver sin vida en Catamarca” (FM Palermo).
- “La muerta podrá ser apreciada a partir de las 19 en Bellas Artes”.
- “Colabore con los secuestradores que concurrirán a su domicilio”, dijo Víctor Harriague, en lugar de “encuestadores”.

La Rock and Pop: el desacartonamiento radial

Hace 20 años, la radio se sacaba el saco

En el 85, plena primavera democrática, nació una emisora joven, desacartonada, que dio programas míticos.

Argentina. Enero de 1985. Clima de primavera democrática, explosión del rock nacional, surgimiento del under, destape, Rock&Pop nació —idea original de Daniel Grinbank— con un concepto claro e innovador: pasar música y sólo música las 24 horas del día. Y, aunque hoy suene común, brindar al oyente la posibilidad de escuchar a Rolling Stone o Led Zeppelin a las siete de la mañana. Algo que sólo hacían algunos programas sueltos como “9 PM, de Lalo Mir y Elizabeth Vernaci, en FM Del Plata.

La Frecuencia Modulada era una rareza que seguían unos pocos adelantados y que ni siquiera figuraba como opción en las radios de los autos. Las pocas que había eran, casi, apéndices de las AM.

Dos meses después de salir al aire en el 106.3 del dial —con el slogan-chiste "A la extrema derecha" (del dial)—, Grinbank convoca a cuatro musicalizadores.

En el comienzo la radio emitía de 7 de la mañana a 12 de la noche. El clima era de aprendizaje vertiginoso, de mucha libertad y estímulo. La radio empezaba a funcionar. Los grandes avisadores querían estar ahí. El rock nacional encontró en su dial una fuente difusora- legitimadora.

Todo iba bien hasta que, dos años después, empezaron a surgir otras FM con el mismo formato, aunque distinta orientación musical. Convocados por Grinbank aparecen en escena Mario Pergolini, Lalo Mir, Elizabeth Vernaci, Douglas Vinci, el ruso Norberto Vereá, con programas que consolidarían finalmente el estilo de la Rock&Pop. **Cero acartonamiento, nada de condescendencia con el oyente. La radio rompería códigos como trabajar con locutores profesionales e instalaría nuevos, como hacer hablar al operador, o el surgimiento del escucha adicto que utiliza la radio y su aire**

como red de mensajería. Un estilo que tuvo su influencia en la forma de hacer radio hasta hoy.⁵³

¿"El Show..." se parece a algo?

Por lo general, cuando escuchamos programas de tv o de radio, decimos: esto lo hacía tal o lo escuché en tal programa. Pero... "El Show...se parece a algo, a alguien???"...

Es muy difícil ser totalmente originales, ya que cada uno está atravesado por diferentes experiencias, ha aprendido de otro y eso hace que repita, imite patrones de conducta. Sin embargo, rastrear alguna frase, algún momento de "El Show..." en otros programas no resulta nada fácil.

Nuestra pregunta en las entrevistas fue la siguiente: ¿ ha escuchado algún programa similar al "Show de la noticia"?

..."No antes me parece no, con el desparpajo estético que tiene, con el sello que le imprime, la conducción de Pettinato y con el vuelo artístico así me parece que no..."(Javier Rubel. Director de ETER).

..."El esquema en todo este tipo de programa es el mismo: un conductor, una locutora, un periodista especializado y un humorista, siempre el mismo.

"El parquímetro" con Peña, antes de Pettinato , tenía así como... igualmente es otra cosa totalmente distinta, como esto no escuché. Yo creo que en la década del 70 con Merellano, hubo un programa a la mañana se llamó "La gallina verde". Era conducido por Jorge Baccari, super acartonado, que eso es lo que tiene ahora.

Ahora "El Show de la noticia" trabaja con el desacartonamiento, porque Pettinato fue ideal para eso. Es lo que conjugó esta dos cosas: un tipo que te puede conducir un programa y te cagas de risa... es medio a la medida de los

⁵³ Gentile, Laura. Clarín, Suplemento espectáculos, 28 de septiembre de 2005..

animadores norteamericanos, de los cuáles él es muy admirador, que tiene así como... esa cosa, que a medida que te van conduciendo, contando algo, siempre en la línea hay un chiste, hay una mirada ácida y te lo va tirando, entonces el entretenimiento de estar escuchando algo y riéndote . De ese tipo creo que no hay, por eso éste es medio único, no lo había antes. Salvo esta experiencia del 70 que tenía... pero más acartonada...” (Agustín Tealdo. Director de ETER).

...“Yo creo que había semillas parecidas, por ejemplo la cosa del show personal, lo tiene Martineithz, eso de estar librado a su propia capacidad, a lo que puede inventar, al pensamiento lateral. Martineithz tenía pensamiento lateral, esa cosa original. Edgar Bono, filósofo que inventó esto del pensamiento lateral (Luis Frontera lo cita en su primera crítica a “El Show...” en su artículo en la Revista Noticias. 20 de febrero de 2004).

Hubo muchos parecidos, es una suma, se van sumando tipos que al final permiten que aparezca esto. Hay un libro de Historia que dice que los trenes van cambiando los cuadros por la conciencia del espacio, las casas tengan una fachada viene de la época de los retratos del renacimiento, etc.(...)Esta concatenación de la cultura, estos fenómenos que se van entrelazando mutuamente, pasa a través de la radio: para que exista determinado tipo tiene que existir aquel otro. Para que exista Dolina es imprescindible que haya existido Antonio Carrizo. Y para que exista Pettinato tiene que ver la Rock & Pop, tiene que ver toda esta serie de cosas. Ninguno sale de la nada.

(Luis Frontera. Crítico de radio. Revista Noticias).

... “Me parece que Pettinato toma cosas de distinta gente de la radio, yo te nombraba recién a Hanglin y un día lo entrevistó a Pettinato cuando estaba por empezar y Pettinato le reconoce algunas cosas y le dice a Hanglin: “maestro” como que el tipo debe ser un “escuchante” de radio de distinta gente. Pettinato tiene una cosa importante y es que él no tiene un formato copiado de las radios

argentinas sino que le es como un “show man” de televisión norteamericana tiene esta cosa medio de desparpajo, medio de hablar rápido medio de que a veces no se le puede seguir el tren y no sabés qué está diciendo pero tiene dos o tres cosas que respeta de la televisión de todos los tiempos y de la radio: siempre saluda, siempre dice “señoras y señores” y en la tele siempre está de traje, no es moderno, estas son cosas como clásico...

(Fernando González. Rector de TEA)

...”No antes me parece no, con el desparpajo estético que tiene, con el sello que le imprime, la conducción de Pettinato y con el vuelo artístico así me parece que no...” (Javier Rubel. Director de ETER).

...”No había un formato parecido. Probablemente algunas ideas se parezcan a otras, pero nosotros no nos basamos en esas ideas para reformularlas. Es muy raro hacer todo nuevo, todo distinto. Imaginate la tele por ej., el cine, la literatura, siempre algo te remite a otra cosa. Pero nosotros tratamos como de tener la cabeza muy fresca, o si hay una idea buena, vos sabes bueno: los nenes, vos podés hacer determinadas cosas pero de ponerle un giro, se trabaja en general desde el llano...” (Natalia Carcavallo. Productora periodística de “El Show de la Noticia”).

Un escritor en la radio

Al hablar de referentes radiales no podemos dejar de mencionar al artista radial **Alejandro Dolina**, quien realiza su programa “La Venganza será terrible” en las medianoches por radio Continental.

El conductor trata temas como la mitología, literatura, historia y también otros asuntos más mundanos y vulgares, por ejemplo: las suciedades que se juntan entre los dedos de los pies, o cosas por el estilo.

Uno se preguntará: ¿Cómo puede ser esto? Cómo puede tratarse en un mismo programa temas vulgares y académicos. Sin embargo, constituye uno de los programas más exitosos de la radiodifusión argentina.⁵⁴

Él mismo admite que no es un hombre de radio, sino que su programa tiene mucho más ingredientes del teatro. No se trata de una emisión convencional, es decir, de cumplir con los cánones de un programa radial clásico: aquí la importancia no radica en la actualidad, no cuenta con móviles en la calle ni se sustenta de diarios y noticias de TV. El escritor del Angel Gris hace un programa atemporal, atípico y muy original.

Demás está aclarar que el programa se encarna en la persona Alejandro Dolina con su estilo particular y su inigualable personalidad.

Y uno puede decir... ¿Dolina tampoco cumple con la radio tradicional? ¿No se parece a Pettinato en algún punto? Pero... surgió antes Dolina que Pettinato.....

Si bien el conductor hace un programa diferente y no es del mundo de la radio como los locutores tradicionales, al igual que Pettinato, la diferencia radica en que este programa se desarrolla a la medianoche y en este horario se permite invitar a la reflexión, a la historia, etc.

En cambio "El Show de la noticia" tuvo otro desafío que fue instalarse en la primera mañana donde reina la información y debió hacerle frente a una dura pelea donde todos los programas y/ o conductores querían acaparar al oyente y donde las mañanas se pensaban con información- noticias- periodísticas.

-Después de este panorama histórico, pasamos a recorrer la mañana del dial nos acompañan? Eso sí!!! Conocemos la competencia pero quedate con nosotros!!!

⁵⁴ Programa de TV RADIONAUTA. Conducido por Patricio Barton. Emitido en Mayo de 2004.

BLOQUE 6

Dejamos la nostalgia un poquito de lado y ahora vamos a ver los programas que lideran en la primera mañana del dial...

Competencia en el dial

La disputa por el primer puesto tempranito

En las casas, los autos, la calle. En las oficinas, los bares, los taxis. En el equipo Hi-Fi, la portátil y el celular. En la densidad urbana y la soledad del campo. La batalla se libra en todos lados. Ningún otro medio tiene su llegada ni despierta su particular fascinación. La radio multiplica su oferta y anida una pelea cabeza a cabeza por cada oyente. AM y FM ya no corren por carriles diferentes y hace rato que disputan el mismo juego, en especial en el horario matutino, el de mayor encendido. Pero, en el dial cada una tiene su estrategia y su perfil definido. Y redobla los esfuerzos para preservar su nicho.⁵⁵

⁵⁵ Gacemil. Ortega, Pablo y Carla Quiroga. Revista "Target". Julio de 2006. "La guerra de la radio. Las emisoras Top elevan sus apuestas para fidelizar oyentes y diferenciarse de la competencia".

Y el ganador es....

“Bueno, esta es mi parte de locutor(...) cuando empecé con lo de la radio, yo el primer año decía: bueno nosotros hicimos una suerte de pequeña revolución en la radio, que fue de 6 a 9, hacer esto, que yo decía: “se puede ser feliz a las 6 de la mañana”. No puede ser que todas las radios hablen de lo mismo, y te rompan la cabeza a noticias!. Yo decía a las 6 y cinco, yo entiendo que las cosas en Irak estén mal, pero ¿no me la puedes decir un poco más tarde? Déjenme que me levante, como yo digo siempre, estamos en un mundo que está totalmente fuera de nuestro control. Entonces si vos me vas a agobiar con cosas que me angustian, porque no las puedo resolver... te pueden angustiar por ser sensible y te pueden angustiar porque no las puedes resolver de ninguna manera. Entonces decís: bueno, pará! Dejame desayunar y ahora lloramos todos juntos!

Y entonces salimos con esa idea, la radio apoya esa idea (...) todos se largan a llorar, nos abrazamos esta idea fabulosa. Podría haber sido una porquería, porque todas las radios hacían todo lo contrario, y sin embargo funcionó (...)Y finalmente este año, lo que corresponde al año pasado... finalmente apareció el... por eso yo grité tanto ayer, todo el mundo me decía qué contento se te veía, verdaderamente qué feliz que se te veía con el Martín Fierro de la radio.

Yo decía también me da vergüenza el de locutor, labor en radio o el de hombre de radio, a mí me da vergüenza, pero el del programa me pareció que fue un... es ese gran esfuerzo de todos.

La verdad, que fue muy emocionante, porque yo decía bueno.. nos levantamos a las 5 de la mañana, hacemos este programa... todo este equipo que ya hace tres años que está junto. Ahora con la inclusión de Demian Sterman.(...)

Y bueno, los oyentes, claro! Y la fidelidad de los oyentes, del rating, un programa que en tres años ha estado mal que bien, prácticamente siempre

primero (...) Antes de entrar a los Martín Fierro, yo les decía a los periodistas: a lo único que vine es , iba a decir a comer, pero después me di cuenta que no quedaba tan bien. Dije no, a lo único que vine la verdad es a buscar el Martín Fierro por “El Show de la noticia” y cuando salió ese... dije, ustedes estaban ahí: ya me quiero ir, chau ya está lo demás no importa!

(Emisión de “El Show de la noticia”. Monologo-apertura de Roberto Pettinato. Miércoles 31 de mayo de 2006. Días posteriores a la entrega de los premios Martín Fierro”.

Galardonado doblemente: mejor conducción masculina y programa de interés general).

“Hola Peti, buen día, soy Mariana, te quería felicitar por el premio obtenido y la verdad que te tienen que dar el de oro, por todo lo que sos y particularmente y especialmente por ser original, en los tiempos que corren nadie es original. Yo te lo daría por eso, o sea sos único, tocar instrumentos, tocar el saxo en vivo, llevar gente y que toque en vivo con vos, contar anécdotas, infinidad de cosas, la verdad Petti un orgullo, te quiero mucho, chau, chau...” (Oyente. Emisión 31 de mayo de 2006).

Hombre de radio

El 19 de diciembre de 2005 Roberto Pettinato fue galardonado con el premio Clarín en el rubro “Hombre de radio”.

“...Me di cuenta que había ganado algo tan importante, y que había ganado esto justamente por lo que yo siempre digo, por esta mezcla que se dio siempre de la gente, de todos ustedes y de todos nosotros, esta mezcla que se dio a las 6 de la mañana. Ahora me importa un cuerno si hay 50 programas que sean iguales. Pero... que se yo! Del que te hace feliz la primera vez a veces uno no se olvida más. Eso yo creo que ha pasado con todo “El Show de la noticia”. Entonces agarré y dije: qué hombre de radio? Esto es el programa, y nosotros. No sé que es esto de “hombre de radio” y hasta incluso es gracioso: entro y Seisdedos me

dice: ¡Buen día hombre de radio! (pone voz de locutor) , qué haces? (risas) ¿qué quiere decir hombre de radio, no ? (..)Un día se levantaron las baldosas de la calle con la gente que estaba ahí abajo, y ahí fue cómo se dio de la gente... la gente que nos trataban de locos o de gente rara porque nos levantábamos con un humor diferente...(Monologo- apertura de “El Show de la noticia. Día posterior a la entrega de los Premios Clarín.20 de diciembre de 2005).

La vertiginosa primera mañana

Cuando el sol asoma sus primeros rayos de luz, poco a poco comienza el funcionamiento habitual de la ciudad. Algunos terminan sus salidas nocturnas, otros inician su jornada laboral, y hay quienes remolonean en sus habitaciones. Muchos tienen un componente en común: la radio siempre encendida.⁵⁶

“Último momento: en instantes estaremos en contacto con nuestro móvil situado en la Plaza de mayo, cubriendo la marcha de piqueteros del bloque MTD”...

”Urgente: comunicación telefónica con el Ministro del Interior.” ”Anticipo”. “Últimas noticias”. “Novedades”. Móviles en cada esquina, entrevistas a personajes del momento o protagonistas de las últimas noticias, ya sean telefónicas o en el piso, estas son algunas de las características de programas clásicos radiales en las mañanas del dial.

A través de los *slogan* de cada programa se intenta marcar y dejar claro que son los primeros en información, en llegar al lugar del hecho, estar presentes en el “último momento”. Esta es la consigna, informar como objetivo central.

⁵⁶ Suplemento especial clarín, 2 de agosto de 2005. “Todos en la madrugada”

El Show marca la diferencia...

”Una cosa que tiene desde el punto de vista del contenido. Esta cosa de la menor cantidad de contenido que tiene el programa con respecto a los pares de esa hora.

La información es muchísimo menor. Hasta pondría en duda si es un programa informativo, ése. Hasta pone en duda eso. “Sabés que... me encanta que se ponga en duda eso” **(Agustín Tealdo. Director de ETER. 6 de abril de 2006).**

*“Hay una cosa religiosa casi en **AM** de respetar los horarios como si fuera un mandato divino, tiene una razón de ser. El tipo que pone la AM escucha el top: pi- pi. Y sabe que son y media, o que son las siete. Hay mucha gente que se levanta escuchando la radio, que quiere escuchar a las siete, a las seis y media, a las nueve, lo que sea, cómo está el tiempo, cómo está el clima, y si puede llegar desde la casa en tren, o tiene que tomar un auto o va a llegar tarde al trabajo.*

La AM tiene cierta cosa religiosa en el tema de los horarios, que si bien nosotros es que no es que nos reímos del horario, no es una cosa que a las 7 en punto pasa tal cosa, 7 y un minuto no importa. El programa tiene mucha música, la música en AM no suena bien por una cuestión técnica...”

(Eduardo Seisdedos. Operador Técnico de “El Show de la noticia”. 29 de marzo de 2006).

La reñida pelea entre AM y FM

En FM, las cuatro top acaparan una porción menor del share, aunque también alta: 47,5 por ciento. Mega 98.3 y **La 100** protagonizan una pelea reñidísima por el primer puesto y luego aparecen Los 40 principales (ex FM Hit) Y Rock &Pop.

Pero el dato a tener en cuenta es que la FM sigue robándole audiencia a la AM en los últimos años. En 2002, las radios de AM aglutinaban un 41 por ciento del encendido total; hoy tienen un 35 por ciento (la relación es de unos 5,5 millones de oyentes en FM contra unos 3 millones en AM). Si bien la medición del rating se realiza en el área metropolitana y el alcance de las AM llega mucho más allá (las líderes cubren todo el país a través de repetidoras), está probado que las FM basan su dominio en la expansión de su propuesta y la llegada a los jóvenes y adultos de hasta 49 años, muy poco afectos a la amplitud modulada.

La otra gran competidora por el liderazgo, La 100 (Grupo Clarín), se dirige hoy al segmento de jóvenes y jóvenes-adultos de hasta 49 años, explica Constanza Flores, gerente de Marketing. Atrás quedaron los tiempos en los que apuntaba al target adolescente con locutoras uniformizadas. Ahora la estrategia pasa por trabajar la música. En este sentido, las investigaciones de mercado y los focus group son una biblia a la hora de implementar cambios en la emisora, que tiene un share de 12,6 por ciento. "Estudiamos qué escuchan las mujeres, qué escuchan los hombres, en qué coinciden y en qué no", cuenta la ejecutiva. A partir de ahí se construyen distintas iniciativas, como la realización de acústicos con grupos en el estudio auditorio de la radio, el auspicio de shows y regalos para los oyentes (CDs, entradas).

La incorporación de figuras arrancó con la llegada de Roberto Petinatto para el segmento de 6 a 9. El programa va por su tercera temporada y es líder en su horario de acuerdo con Ibope, con 19,9 por ciento de participación.⁵⁷

La AM se parece a la FM ¿o a la inversa?

... "Me parece que hay dobles características, el histórico magazine, y descubrieron en los últimos años que había otro público que "no se la bancan a Magdalena" entonces ahora tenés Paluch, Vernacci, Pettinato, me parece que

⁵⁷ Gacemil. Ortega, Pablo y Carla Quiroga. Revista "Target". Julio de 2006. "La guerra de la radio. Las emisoras Top elevan sus apuestas para fidelizar oyentes y diferenciarse de la competencia".

no hay una mañana ahora. Me parece que lo que generó eso, es que las mañanas tradicionales como Magdalena, Nelson Castro, está agiornando y descontracturando un poco porque les tira la competencia y los zarpados se están informatizando. Por ej Vernacci tiene ahora Ulanovski, Pettinato tiene María O Donell y el único colgado es Peña. Pero el resto de los rebeldes se formalizó un poco y los aparatos trogloditas se informatizaron. Después los ingredientes son los mismos: humor, noticias etc”... (Javier Rubel. Director de ETER. 31 de marzo de 2006).

Radio Mitre -segunda según Ibope con un 20,91 por ciento de participación general en el primer trimestre- también apunta a un segmento adulto de más de 35 años, masivo pero con fuerte anclaje en los niveles medio y medio alto, al revés de su principal rival. De hecho, en el bloque horario de 6 a 9 (que conduce Magdalena Ruiz Guiñazú) fue líder entre los oyentes ABC1 y C2 de 25 a 49 años en los primeros tres meses. En la emisora del Grupo Clarín dicen que trabajan para recuperar el liderazgo sin obsesionarse por quitarle oyentes a la 10.

Además, introdujeron cambios en la programación. Se incorporaron Ernesto Tenenbaum y Marcelo Zlotogwiazda a Magdalena Tempranísimo. "El objetivo fue des estructurar la propuesta y aportar una mirada más joven", explica el directivo. El segundo segmento matinal es conducido por Lalo Mir acompañado, entre otros, por Fanny Mandelbaum y Mex Urtizberea.⁵⁸

Alfredo Ojea (responsable de Continental) dice al respecto de la diferencias entre AM y FM : he tratado de buscar bajar el target de los oyentes lo más posible, porque la AM es un medio muy tradicional y creo que sería bueno sacarle la imagen de radio vieja. Aunque la edad de los conductores sea alta, el concepto y el contenido bajan. Hace tiempo se comenzó un gran camino hacia el interior, porque en otros países la AM también está perdiendo público frente a

⁵⁸Gacemail. Ortega, Pablo y Carla Quiroga. Revista "Target". Julio de 2006."La guerra de la radio. Las emisoras Top elevan sus apuestas para fidelizar oyentes y diferenciarse de la competencia".

los oyentes urbanos de FM (...) Nuestra generación está viviendo esta situación: primero, la FM musical, y ahora, la FM periodística.⁵⁹

Pablo De León (Coordinador de general de programación de La Red) dice al respecto: Pareciera que la FM está haciendo un proceso para acercarse más a la AM, y la AM hace el camino inverso. Coincido con que la AM es como el tango, se aprecia de grande, pero resulta que hoy el tango es un fenómeno que los jóvenes asimilan cada vez más. Lo mismo pasa con la AM.

60

Competencia a las 6 de la mañana

...”Sí, estamos primeros. En general el programa estuvo primero todo el tiempo. Salvo unas mediciones con Casella. Una medición sola que nos ganó Casella cuando Roberto no estuvo al aire, se fue de vacaciones. Digo, como los ratings son trimestrales, el promedio te afecta, siempre se extiende. Pero ahora volvimos a estar primeros y eso que el mercado cambió, hay mucha competencia...”. (Natalia Carcavallo. Productora periodística de “El Show de la Noticia”. 25 de mayo de 2006).

Abarcar todo el espectro radiofónico de las 6 de la mañana sería imposible y analizar cada programa que se emite en ese horario. Por ello seleccionamos e hicimos el seguimiento de los ubicados primeros en el rating según **Ibope** (Medidora de audiencia de radio).

⁵⁹ Artículo extraído de Internet: “Charla con los responsables de Programación de las radios líderes: pendientes del dial”. Julio de 2006.

⁶⁰ Idem.

Así pudimos deducir que en los programas tanto de FM como de AM, los componentes e ideas eran los mismos. Abunda la información y hay mucha palabra. La muestra fue tomada en el año 2005.

En los programas seleccionados realizamos un breve punteo para tener una noción de lo que cada uno trata y donde “El Show de la noticia “marca la diferencia y hace una primera mañana radial distinta.

Los elementos radiofónicos que tomamos en cuenta son: columnistas, móviles, música, el lugar del oyente, entrevistas en piso y telefónicas, servicio informativo. No centramos nuestra mirada en el contenido específico de los temas, sino que apuntamos básicamente a la dimensión enunciativa de cada emisión.

AM (Amplitud Modulada)

- **“Desayuno Continental”**

Radio: Continental/

Conducción: Daniel López.

Dial: AM 590.

Contenido: Actualidad

Horario: Lunes a viernes 06:00 a 09:00

Detalles: Con la participación de Diego Valenzuela en política y economía, las reflexiones de Orlando Barone, judiciales con Darío Villarruel, las investigaciones de Cynthia García, espectáculos con Marcelo Stiletano, actualidad agropecuaria con Alejandro Cánepa, deportes con Sergio Kanevsky, la locución del Lilian Sáez.

Cortina musical: Desayuno continental, en la radio servimos para vos!

Prima la información. Tienen móviles en la calle. Poseen el **SIC** (servicio informativo continental) cada media hora. Desarrollan entrevistas en piso y telefónicas.

El diálogo en el piso se basa en explicar la información. Pero no hay chistes, ni guiones predeterminados.

“Resumen de todo lo importante que tenemos que saber en este miércoles” dice Daniel Lòpez.

Separador: “Desde Buenos Aires y para todo el país Continental”. Da cuenta que la radio está dirigida a toda Argentina.

Tratan muchos temas referidos al campo, entre ellos tienen micros del Mercado de Liniers.

Brinda servicios: Jesús Castrillo informa sobre el estado del tránsito.

Entre los temas: tratan los valores, la educación de los hijos, a raíz de que una madre denunció a su hijo.

Música de Soledad Pastorutti, aunque no lo dejan el tema entero. Pasan la promo de que inaugura su peña en Palermo.

Transmiten mensajes de oyentes grabados y luego leen mails. Todos referidos a las noticias y temas que tratan en el día.

- **“Magdalena Tempranísimo”**

Conducción: Magdalena Ruiz Guiñazú.

Radio: Mitre

Horario: 6 a 9

Dial: AM 790

Con la participación de: Joaquín Morales Solá, Enrique Pinti y Natalio Botana.

Este programa atraviesa la información como “columna vertebral”. Esto también se refleja en la radio a través de sus separadores: **“Mitre informa primero”**.

“Aquí comienza Magdalena tempranísimo, porque hay un país que necesita despertar, despertar en serio Magdalena tempranísimo con la conducción de Magdalena Ruiz Guiñazú la participación de....por mitre 80 años de otro aire”.

“ Te levantás temprano, te levantás bien informado”.

De este modo, se ven inscriptos en los separadores el perfil del programa, enfocados en la información ya sea política, económica o social nacional e internacional.

Enrique Pinti en “Magdalena Tempranísimo”: una mirada irónica sobre un país que se ríe de nosotros.

- **“Cada Mañana”**

Conducción: Marcelo Longobardi

Radio: 10/ Horario: de 6 a 9hs

Dial: AM 710.

Marcelo Longobardi, María Isabel Sánchez, Rolo Villar, Roberto Quirno y Ariel Donatucci (deportes).

Marcelo Longobardi analiza desde su programa la actualidad nacional de cada día. Con rigurosidad informativa hace llegar a sus oyentes las principales noticias, que luego son debatidas por destacados columnistas políticos y económicos. Cada Mañana trata de arribar a una conclusión frente a los hechos y proyecta los temas para colaborar en la búsqueda de una definición.

Radio 10”siempre noticias dos minutos”.

Abunda la palabra y la información. Tratan temas de políticas y de actualidad. Hablan en seco sin ningún tipo de fondo musical.

Ahondan, demasiado, en los mismos temas. Los oyentes llaman para descargar sobre situaciones que les molestan.

Hacen entrevistas telefónicas a políticos y tienen móviles en la calle.

Poseen Servicio Informativo cada media hora.

- *Crónicas sobre la toma de los colegios de La Plata. “Protestan contra los exámenes-se ríe mientras lo dice-(comunicación telefónica con el Director de educación polimodal.)*

-Qué van a hacer?

-Habrá intervención de la justicia... esperemos que por la vía legal se resuelva el tema del acceso a las escuelas.

-Ahora en vez de ir a la justicia, que por supuesto la justicia está para cosas más importantes, porqué no los echan del colegio y se termina la discusión?

-Porque las actitudes nuestras tienen que ver con la formación de ciudadanía

-Sabe lo que pasa que mire yo cuando iba al colegio Don Bosco me hacía un piquete en el colegio porque no me gustaba el examen de matemática el padre me echaba a patadas del colegio al minuto y medio.

-Era otra época, otro contexto, otras situaciones.

-Y qué época es esta Jorge?

-Y esta es una época en las que sin duda a habido una descalificación muy grande del conocimiento, la escuela ha sido desvalorizada...”

(Emisión radial de 30/11/05).

FM (Frecuencia Modulada)

- **“Suban el volumen”**

Conducción: Sebastián Uslengui

Co conductora María Verónica Castaños

Radio: FM HIT

Horario: 6 a 9 am

Dial: FM 105.5.

Suban el volumen, en la ex FM Hit, 105.5, la más hitera de las FM, tiene una propuesta que apunta al gusto de un amplio sector del público por la música que se oye en la radio.

"Nuestra propuesta es la de un show musical con toques de humor y de actualidad —dice Uslenghi, y reconoce—: sabemos que estamos en una radio plagada de figuras, en un horario donde todos pasaron por la televisión, y salimos a competir con un programa de radio. En las demás propuestas hay más palabras, y a mucha gente le va despertarse con música y que alguien le cuente qué pasa en su mundo y que se divierta. Mostramos que nos pasa lo mismo que a cualquier tipo que nos está escuchando. Ese es nuestro punto fuerte".⁶¹

*... "Todos, todos, todos ellos en una nueva hora de los 40 principales "Hola amigos de Argentina soy **Shakira** y pueden escuchar mis canciones en los 40 principales" 105.5 te suenan las canciones, te suenan las voces, te suenan nombres "mi nombre es **Gustavo Ceratti**"... "Hola soy **pei** estás escuchando los 40 principales" si es un hit está aquí..."*

(Fragmento de la emisión Mayo de 2006)

- **"El Exprimidor".**

Conducción: Ari Paluch.

Radio Spika

Horario: 6 a 10 hs.

Dial: FM 103.1

Columnistas Raúl Kollman, Pablo Mendelevich, Claudio Rico, Lucía Pedretti, Juan Martín Rinaldi, Claudio Zlotnik.

El de Ari Paluch es un ejemplo de permanencia en radio. El exprimidor acaba de cumplir 10 años, pasando por distintas emisoras, hasta que se instaló en Spika, en dos horarios, matutino y de 18 a 20.⁶²

⁶¹ Saidón, Gabriela. "Las mañanas de la FM están que arden" Diario Clarín. 19 de mayo de 2006

⁶² Idem.

Ari Paluch manifiesta: “La primera mañana del programa es más parecida a un vertiginoso noticiero de AM que a un ciclo de FM. Noticias, móviles, columnistas y humor son los condimentos del ciclo, con un conductor que habla rápido y pum para arriba”. (**Entrevista publicada en Clarín en abril de 2006**).

El periodista y productor y dice que el ciclo puede gustar o no, pero "el que ya entró en sincronía no lo deja". "En la FM no hay muchos programas como el nuestro. Estamos mucho en la calle, con los taxistas, y conocemos los problemas de la gente. Este es un ciclo que tiene calle", se explaya.

Separadores:

“Estas en el Exprimidor, estás informado...”, dice Paluch.

“EI EXPRIMIDOR, formá tu diario”.

“EL EXPRIMIDOR, segunda hora. Una forma de informar que no deforma”.

“EL EXPRIMIDOR, música con noticias...llamados con opinión”.

- **Apertura**, sigue tango de fondo: *“Muy buenos días, qué tal? qué gusto saludarlos, primero un poquitito de tango y después a informarnos.... Hoy es miércoles 12 de octubre del 2005. Es el día de la raza. Habitualmente feriado. Recuerden que el día lunes hemos tenido la posibilidad de disfrutar del día feriado, que por lo tanto es un día hábil, un día ordinario.*

Desde el punto de vista meteorológico será un día primaveral, no tan lindo como el de ayer. La temperatura actual es bastante agradable 16° 9,... (da la máxima, anticipa el tiempo para el fin de semana).

“Soy Ari Paluch, me acompaña Lucía Pedretti, cómo te va Luciaaaa?”

- Muy bien Ari, qué tal? buen día!.

- Bien, muchas gracias por elegirnos, a toda la gente que está del otro lado, se va propiciando el perico para recibir los primeros llamados del día a través de la línea de oyentes de “El exprimidor”.

Otro estilo competitivo

El conductor- actor Fernando Peña compite dos horas con “El Show de la Noticia”, pero no cumple con lo cánones tradicionales de los programas periodísticos- informativo de la primera mañana. Por ello lo situamos como “otro estilo” y además surgió antes que Roberto Pettinato, pero sin generar el efecto de que muchos programas de FM intentan copiar.

- **“El Parquímetro”**

Conducción: Fernando Peña

Radio: FM METRO

Horario: 7 a 10 AM.

Dial: FM METRO 95.1

Encarnará a cada uno de sus históricos chicos –la locutora travesti, el peluquero gay, la señora facha, el pibe chorro– con la convicción de que el actor/conductor/guionista Fernando Peña no nació para imitar; en cambio, muta. Este extraño ser, convencido de que “el programa c’est moi”, ideólogo de sermones y frases incorrectas sobre negros cabeza y judíos (que le valieron una reciente “carta abierta” de espectador de teatro ofendido por su humor cáustico), no esquivo la polémica.

Sobre las variaciones del 2006, luego de seis temporadas en el aire, el equipo coincide en que los pisos son más cortos, la música es sólo en inglés, Peña no puede poner música... Se programan cinco temas por hora, y él está más concentrado. “Pensamos que iba a aguantar mucho menos de lo que está

aguantando”, confiesa uno. Entre las criaturas con mayor protagonismo figura el nerd Jonathan Bermúdez, todo el día frente a la computadora. Se cansó, en cambio, de Rivoira Lynch, y lo limitó a una sola hora por semana, los jueves de 9 a 10, en el subprograma Gente como uno. “Fernando saca al entrevistado de su conciencia de estar hablando en público”, asume el productor, asombrado de todo lo que le hizo decir –el viernes pasado, en la entrevista hit de lo que va del 2006– a la conductora Carla Conte.⁶³

“El parquímetro, un imán para las buenas noticias”.

- *“Podemos leerte las tapas de los diarios, hacemos los piolas,... pero si tú no estás vivo... no sirve de nada. Los periódicos es solamente un bastón... aunque **Pettinato** no esté, Vernacci, tú eres una persona... He vivido con pasión... seguí siendo yo una persona y olvidate que eres un pobre infeliz trabajando de 6 a 9 hs”...*
- También ironizan las noticias aportando humor. Utilización Del humor negro. Peña dice: (Tambores, redoblantes...música de presentación de películas de Warnes Bross). “La mejor fotografía es de La Nación donde hay un chabón, mirá la cara que tiene..!” (se ríen). Peña dice que se parece a Miguel Ángel Rodríguez. (Fernando Peña. “El Parquímetro”: Programa emitido el 14/03/06).

⁶³ Julián Gorodischer. Diario "Página 12". Marzo de 2006.

¿Qué es IBOPE?

¿Quién me dice que un programa mide más que otro y va primero?

El Grupo IBOPE

El Grupo **IBOPE** es una multinacional brasileña compuesta de 52 empresas, que emplean a 2.700 profesionales en Latinoamérica. Actúa directamente en 13 países: Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Perú y Uruguay. Para dar atención a los clientes internacionales, el grupo mantiene una oficina comercial en Miami. Por intermedio de empresas asociadas, actúa también en El Salvador, Honduras, Nicaragua y Venezuela.

El Grupo IBOPE es líder en mediciones de audiencia, monitoreo e investigación de medios y estudios de opinión pública en América Latina.

Medición de Audiencia de radio

Radio Reporte

Este software de IBOPE Argentina permite obtener informes estadísticos acerca de la audiencia de radio de distintas plazas de la Argentina con una amplia segmentación. Los informes brindan datos de audiencia que incluyen grupos horarios con una base de cuartos de hora de emisoras en targets de total individuos y amas de casa, divididos por sexo, edad y nivel socioeconómico.

Radio Reporte ofrece diversos tipos de informes:

Audiencia por grupos horarios.

Promedio por día.

Audiencias por cuartos de hora por emisora.

Ranking de emisoras.

El sistema permite generar y evaluar pautas y semanas tipo con los siguientes resultados: cobertura, tasa de repetición, PBR, distribución y frecuencia.

Radio Reporte ofrece los siguientes índices de audiencia:

Rating %

Rating en Miles

Reach % (ALCANCE)

Reach en Miles

Software de lectura de datos

El Radio Reporte exhibe tres indicadores de audiencia (rating, reach y share (PARTE DE ALGO. COMPARTIR ALGO) y permite obtener la siguiente información:

Audiencia por grupos horarios

Promedios por día

Audiencia por cuarto de hora por emisora

Evaluación de pautas publicitarias

Información técnica

La información listada en los tres primeros puntos puede verse tanto para un trimestre móvil como para un período de tiempo mayor con una amplia variedad de targets:

Total personas

Amas de casa

Sexo

N.S.E. (tres niveles)

Día de la semana (por separado, LaV, LaD y S&D)

Rangos de edad (6 grupos)

Bloque horario (de 4hs a 4hs fraccionado cada 15 minutos)

La evaluación de pautas publicitarias permite, además de conocer el alcance y la frecuencia de la misma, trabajar con o sin tarifas.

Pionero en las mañanas radiales

“El Show de la noticia” se ubica primero en su franja horaria desde su comienzo.

La FM 99.9 está al frente en las mediciones de audiencia según los últimos datos de IBOPE, durante el período marzo-mayo 2004.

La 100 lidera así su segmento en el mercado. De acuerdo con los números de IBOPE, FM 99.9 está primera de lunes a viernes 24 horas, con 12,1 % de oyentes. Mientras que para la franja horaria de lunes a domingo las 24 horas, también ocupa el primer lugar con 12 % de encendido, colocándose así como líder de las FM.

Por otra parte, el programa de Roberto Pettinato, El show de la noticia también se ubica en primer lugar en su horario en el mismo período de marzo a mayo. El ranking lo ubica con 15,6 % en las preferencias frente a un 3,9 % de su seguidor inmediato.

El Show de la noticia sale al aire de lunes a viernes, de 6 a 9 de la mañana y es la primera experiencia del músico en la conducción radial.

"Este es un programa en el que hay que mantener la energía todo el tiempo. Yo escucho las órdenes del que está detrás del vidrio y sigo el ritmo", dice Pettinato. Y confiesa que le gustaría ser un clásico. "Quiero estar al menos 20 años en el aire, que algún día alguien diga: crecí escuchando a Pettinato en la radio". **(Clarín espectáculos. Radio: FM 100 A tope del ranking. Aire caliente. 12 de junio de 2004.)**

Un modelo a imitar

Las mañanas radiales han cambiado su estilo radiofónico, la música y la información en ciertos casos más distendida, prima en el dial. Tres años atrás los programas emitidos de 6 a 9 AM eran de corte periodístico, sin embargo surgieron propuestas diferentes, en las que reina el humor, las noticias necesarias y la música como premisa. Si bien muchas emisoras de Frecuencia Modulada se han inclinado a brindar información periodística más que otro tipo de información, últimamente se inclinan por ofrecer al oyente contenido más distendido, informando pero a su vez, entreteniéndolo.

“En 2004 comenzó El Show de la noticia” en FM 100, el ciclo conducido por Pettinato, que marcó un antes y un después en la mañana tempranísimo. O que en todo caso, abrió un espacio para otro tipo de humor, más música, algo más liviano, con la idea de que no es obligatorio ponerse serio y escuchar noticias duras desde temprano algo así como no tener que seguir izando la bandera por el resto de nuestras vidas”. Al respecto Pettinato opina: “Yo seguro no revolucioné la tele, pero puedo decir que revolucioné la primera mañana. Siempre pensé, en esa primera mañana en que todo el mundo te agobiaba con noticias serias, cientos de Ari Paluch a mil, porqué no un programa que sea lo contrario, que te levante. Con el espíritu de las ganas de vivir, de liberar tu mente y que tu culo te siga. Si total a las 9 van a venir los demás programas que van a informar a lo bestia”. Pero cuando un producto se diferencia del resto y tiene éxito, muchos deciden seguir el mismo camino: copiando el formato”⁶⁴

“La verdad es que el éxito que estamos cosechando hoy es producto de esos dos años-2004 y 2005- el tema va a ser el 4º año, es un programa que tiene que cambiar porque ahora todos se sumaron a lo mismo entonces

⁶⁴ . “Radio. Las mañanas de la FM están que arden. Los cambios en el mapa del dial” publicado por el Diario Clarín. Gabriela Saidón, Mayo 2006.

*hacen lo mismo que yo, (...) es como un embole porque “bueno, vamos a cambiar” entendés es como los Beatles, o sea vos los pusiste a las seis de la mañana y ahora todo el mundo quiere hacer la misma cosa, pero vamos a ver cómo lo cambiamos el año que viene. Sino no puede ser siempre lo mismo...”*⁶⁵ sostuvo el conductor del programa que es dueño de 19.61 puntos de rating.

En nuestro encuentro con **Eduardo Seisedos**, operador técnico de “**El Show de la noticia**”, nos dio su opinión con respecto a la competencia en el dial: *“No nos olvidemos que lo que es la competencia en las distintas radios reaccionaron ante un estímulo fuerte lo que fue el programa, liderar con mucha ventaja el segmento, obviamente la competencia no se queda de brazos cruzados, sale a buscar, a intentar, a hacer determinadas acciones, como para decir “loco recuperemos terreno, porque estamos primero nosotros”.*

La impresión infaltable de **Héctor Larrea**⁶⁶: *“La gente necesita distensión, necesita que la radio le de las opciones y no dedicarse exclusivamente a la información de eso que llamamos actualidad. En lo periodístico hay un público que sigue fielmente a Ari Paluch que además tiene una elevada dosis de humor y “amenidades”. Un gran número de FM se ha volcado hacia lo periodístico y ahora hay una necesidad de ofrecer un matiz diferente. Es muy inteligente la decisión de poner nuevas figuras convocantes, que usan un lenguaje más suelto y hacen cosas amenas y divertidas, sin dejar de dar información, como lo hace Pettinato, que lo hace con tono humorístico”*⁶⁷

El Show mira a la competencia por los espejos retrovisores.

En esta carrera donde todos quieren llegar primero: el aire se mantiene caliente en las FM. Las mediciones suben y bajan disputando el

⁶⁵ Entrevista realizada a Roberto Pettinato 25/05/2006

⁶⁶ Actualmente conduce “Una vuelta Nacional” de 14 a 17 por Radio Nacional (AM 870).

⁶⁷ Saidón, Gabriela. “Las mañanas de la FM están que arden” Diario Clarín. 19 de mayo de 2006

primer puesto. “El Show de la noticia” saca amplia ventaja y “voltea” para observar a quienes intentan alcanzarlo.

- **“Bien levantado”**

Conducción: Beto Casella

Radio: LA MEGA

Horario: de 6 a 9 hs

Dial: FM 98.3.

Con Carmela Bárbaro, Lola Cordero, Andrés Klipphan, Rodolfo Samsó y Carina Deferrari.

No es el duro y acartonado programa radial de información, aunque imprime un estilo diferente al de Pettinato. Hace una buena incorporación con “la Gallega”, que constituye un atractivo diferente.

Beto Casella está al frente de “Bien levantado” desde enero de 2005.

"Es mi primera experiencia en la primera mañana —dice el conductor que le sigue en audiencia a Pettinato, con 15,37 puntos de rating—. Nos divertimos mucho y creo que la pegamos como producto".

¿La clave? "Aún en la primera mañana no tenés que seguir la agenda de AM, que aburre y que está espantando a la gente hacia la FM o a la tele". Y su fórmula: "seguir informando, reírse, pensar un poco". Dice que "ya había gente haciendo algo más liviano, como Fernando Peña o Andy Kusnetzoff".⁶⁸

Lola Cordero recita un agradable tono español, Carmela Bárbaro es incisiva y Andrés Klipphan comenta la información, que se reduce a diez noticias (suficientes). El humor está a cargo de Rodolfo Samsó, conocido como "Alacrán". Y la música de la Mega es siempre de primera, hay regalos, oyentes participativos y audios divertidos de Néstor Kirchner, Héctor Veira o Carlos Menem (que de esa manera son parte del programa). Hay secciones fijas como los chistes contados por el atildado Martín Wulich y su antífrasis deliberada a

⁶⁸ “Las mañanas de la FM están que arden” Diario Clarín. 19 de mayo de 2006.

cargo de "Alacrán". **(Luis Frontera. Revista Noticias: Artículo publicado el 9 de septiembre de 2006).**

Crónica "a la gallega"

La gallega da títulos y Beto acota (IGUAL QUE PETY) por ej.

"Gallega": "Arrasaron 20 hectáreas en la costanera sur"

Beto: "Cada vez que se incendia la costanera sur alguien dice que es intencional para poner un hotel de Menem, la verdad es que no hay pruebas es el principio circular, el tachero sabelotodo te dice eso: hay está metido Menem papá, los incendios de que son ahí debe estar metido un turco de estos árabe con petróleo, me dijo un amigo del ministerio del interior, está metido el turco ahí, se queda con todo, Kirchner no llega a fin de año la surda no la quiere, la CIA ya está...vuelve el turco el año que viene". **(Emisión de "Bien levantado" 19/10/05)**

¿Simples coincidencias?

Beto Casella es el conductor del programa "**Bien Levantado**" el cual se emite de lunes a viernes por FM LA MEGA de 6 a 9 hs.

- Una compañera de piso de Casella que es española (o habla en tono gallego) da los títulos y Beto acota con "humor":

Chica: *"Arrasaron 20 hectáreas en la costanera sur"*

Beto: *"Cada vez que se incendia la costanera sur alguien dice que es intencional para poner un hotel de Menem, la verdad es que no hay pruebas es el principio circular, el tachero sabelotodo te dice eso: hay está metido menem papá, los incendios de que son ahí debe estar metido un turco de estos árabe con petróleo, me dijo un amigo del ministerio del interior, está metido el turco ahí, se queda con todo, Kirchner no llega a fin de año la surda no la quiere, la CIA ya está...vuelve el turco el año que viene".⁶⁹*

⁶⁹ Emisión de "Bien Levantados". FM Mega 98.3. Extracto 19 de octubre de 2005.

Què similitud con los diálogos entre Pettinato y María O'Donell!. Aunque solo las acotaciones de "El Show de la Noticia" son graciosas.

- Una oyente dice: *Beto cuándo me vas a invitar a desayunar con vos? llámame Sole.* A lo cual el conductor le responde: *"Che estamos organizándolo, escribannos o llamar por teléfono, por ahí lo vamos a hacer con dos oyentes o tres porque está escribiendo mucha gente, pero va a ser semanal posiblemente los jueves a la mañana, nosotros los invitamos a ustedes y ustedes hablen de ustedes digamos qué hacen, cuenten cómo en donde tienen puesta la radio, tenemos ganas de entablar ese contacto..."*

Nos preguntamos: ¿Se vendrá la "Fucking Manteca II"?

- **"Radio Portátil"**

Conducción: Elizabeth Vernaci

Radio: ROCK & POP/

Dial: FM 95.9

Horario: 6.30 a 9hs.

Colaboradores: Luciano Galende, Carlos Sturze, Ariel Helueni, Carlos Ulanovsky y Humberto Tortonese.

Tras probadísimas temporadas conduciendo Tarde negra por la Rock & Pop, Elizabeth Vernaci, fue "tentada" por el dueño de la radio, Quique Prosen, para hacerse cargo de la primera mañana. Su primer desafío fue cumplir con el horario. Luego se planteó responder a un perfil "más serio, más profesional".

Ahora, con 215 mil oyentes, reconoce: "Quiero ser primera, como todos. Me preocupa el nivel de lo que hago, el equipo está muy sólido, nos divertimos mucho y me gusta el programa". Sobre el nuevo perfil matinal, comenta: "Creo que hubo una evolución natural. Pettinato hizo lo que veníamos haciendo en

otros horarios en Rock & Pop, Mario (Pergolini), Lalo (Mir), yo. Sólo que la gerencia de La 100 vio el momento oportuno para ponerlo en la primera mañana. Lo mejor que tiene el programa de Petti es él, que es brillante".

“Las modas aparecen con la demanda y con los buenos programas. Pettinato hizo que la mañana explotara, entonces un montón de personas empezaron a hacer, incluida yo. Pero nunca pensé que iba a hacer un programa de la primera mañana, nunca..”

No es que me proponga innovar. Quiero estar relajada y bien. Y me parece que eso es parte de relajarme, ser como soy yo y preguntar más allá de lo que se espera que uno pregunte. Por eso al principio me daba miedo la mañana porque decía: no estoy informada, no leo los diarios como debiera, no soy una persona que tiene orientación política y está ubicada en el mundo... ¡Yo vivo en una burbuja! ¿Cómo voy a hacer un programa a la mañana donde la gente se quiere informar? ¿Y por qué no? Si yo puedo leer los diarios, puedo desplegar esta cosa de manejar la mesa, y no tengo por qué opinar. Me muero de vergüenza antes de opinar sobre algo que no sé.⁷⁰

Un estilo muy particular...

El Lic. Javier Rubel considera: *“Me parece que Vernacci esté a la mañana este año es un símbolo que funcionó, y que Magdalena se sacó la corbata”.*

Si bien Elizabeth Vernaci no es la misma conductora que a la tarde, tiene un estilo muy transgresor. Y a la hora de desarrollar su programa de radio a la mañana temprano asoma su personalidad....

Mensaje de oyente: *“Las mujeres van al Bingo porque están insatisfechas sexualmente”.*

⁷⁰ Saidón, Gabriela. Diario Clarín. 3 de abril de 2006.

“Yo te digo la verdad, yo no soy feminista, pero este pensamiento de los hombres, que piensan que nosotras nos calmamos y no queremos hacer ningún otra cosa si tenemos “un pijazo” encima, la verdad me parece que es así... (risas)! Dejense de hinchar hombres, qué se piensan que es la salvación de nuestras vidas... que si no tenemos eso, nos morimos!”- dice Vernacci. (Emisión de su programa de 19 de abril de 2006).

Otra forma de informar...

Che! Les digo lo que me nefrega? Dice Vernaci.

- Que subasten por internet la primera casa de Elvis Presley; yo no la puedo comprar y además está lejos. Cada vez que querés ir tenés que pagar 100 dolàres la visa. Así que no da loco! Además si pasa por internet, yo no sé ni entrar, ya lo saben! me nefrega.
- Que Coria haya pasado a la segunda rueda del master de Montecarlo, que me disculpe Sergio Tennis, qué suerte que se está recuperando del bajón anímico, me pone re contenta eso! Pará o me da lo mismo... bah no se, es más no me da lo mismo. Lo que pasa con el tenis en general y con el Mago en particular, con Coria me requete nefrega!
- Que incluyan la vaquillona y el novillito en el acuerdo con los representantes de la carne, primero y principal a mí no me hablen de vaquillona, porque no me gusta que me digan así y segundo qué diferencia hay entre la carne de vaca, novillito y vaquillona y todos los otros parientes. Mientras se puedan comer a la parrilla y queden ricos!mmmm a mí me nefrega.
- Que Tom Cruise tenga que comerse la placenta de su hija, pero qué asco!, qué asco! Por favor, si tiene toda la guita del mundo puede comer langosta todos los días, encima la langosta no engorda! Dejate de joder Tom! O ponele dulce de leche, que se yo ! A mí realmente Tom Cruise, su mujer, su hija, su placenta, me nefrega!

(Programa emitido el 19 de abril de 2006).

... “Algunos programas que son **no** convencionales. Pettinato hace juego con la música a esa hora de la mañana que es fascinante. Y vos decís... a esa hora otras radios están informando: “ba,ba,ba”. Al oyente en realidad no le sirve que a esa hora me digas esto (...)

A esa hora te están matando. Te mandan cinco noticias, diez títulos, ta, ta, ta, ritmo, pin pun. Y este loco (por Pettinato) te está pisando un tema de Los Beatles y diciendo en la terraza en año 1900.... Cantaban así. Y entra pisa tema.... y vos decís “yo me quedo acá, es mucho más placentero”. Bueno él....

En el caso de él hay mucho oyente que dice gracias por levantarme así. El tipo descubrió que la gente se tiene que levantar contenta. Es tan boludo eso, estaba tan ahí, y nadie lo había descubierto. ¿Por qué no nos dimos cuenta antes? Por qué hay que bombardear a la gente con información, información, uh, uh!!. Pará! Si por ahí al tipo le gusta un chiste, una reflexión, esto de trabajar con otros formatos. Trabajar con la ficción, con la escena musical, con las diez millones de cosas que tiene la radio (aquí Pettinato incorpora otros recursos o elementos radiofónicos), la música. Sin embargo a esa hora teóricamente la radio convencional decía “no”, “no”! la temperatura, la información, la primicia. Es una cosa que está dentro de las radios “de quién lo dijo primero”. Es una competencia que las radios tienen entre sí, que al oyente le importa tres carajos. Le importa tres carajos....

Lo que marcaba la convención hasta la llegada Pettinato, fue esto. Pero mirá que hay esto... que no está explotado. Y ese puntito así, si lo abrís es un mundo.
(Lic. Agustín Tealdo)

“Yo creo que sí propone una alternativa diferente de hecho hay gente que se copia algunas cosas no? Y ya que te copien no sé si te copian bien o mal pero que es porque les está haciendo ruido y ya es importante algo les está pasando, algo está cambiando” (Marcela Godoy. Locutora de “El Show de la noticia”. Miércoles 12 de abril.)

“El programa de la Negra también... apunta a comer un poco el público de Roberto.... Obviamente cuando te va bien todos tratan de hacer algo que compita y empiezan a estudiar por qué te va bien y eso bueno fue... un poco

cuando dicen... Clarín cómo cambiaron y ponen al Show como precursor tiene que ver un poco con eso. Como que bueno, ahora es más dura la pelea.

Mi jefe me decía el otro día: “es el programa más copiado de los últimos tiempos”... (Natalia Carcavallo: Entrevista 25 de mayo de 2006).

El Show estará marcando un camino diferente en la radiofonía argentina. ¿Cambiarán las mañanas para siempre desde la irrupción de Roberto Pettinato en el día?. ¿Cómo saberlo???!!!!! Para ello tendríamos que adelantarnos unos cuantos años...

En el último bloque de este programa que denominamos “Un despertar diferente, otra alternativa en el aire: El Show de la noticia con Roberto Pettinato”, llega la hora de reflexionar.

Bloque 7

“BASTA YA” DE TESIS

Concluyendo...

“No está nada acabado, nada terminado. Está todo por hacer en algún punto”. (Agustín Tealdo)

Ultimo bloque!!!! Ya casi cerrando nuestro programa, la temperatura se acerca a los 20 grados, la humedad es del 80 por ciento, y la presión 1020 “hctopascualetas” en la ciudad de Buenos Aires.

Pasamos, entonces, a un tema que nos preocupa y nos apasiona: la radio....Y descubrimos a “El Show de la noticia”, nos divertimos, nos emocionamos con temas musicales de otros tiempos y... ¿qué nos dejó?

Cierre de nuestra emisión

Al fin llegó la hora de la reflexión. A lo largo de este recorrido pudimos dar cuenta de que “El Show de la noticia” propone una alternativa diferente en la primera mañana del dial. Ello gracias a la utilización de los recursos radiofónicos que hacen de éste un producto novedoso donde se combinan la información medida, la música seleccionada, la parodia, el humor, y una comunicación cercana y en confidente con el oyente.

“El Show de la noticia” propone una alternativa diferente en el dial de la primera mañana porque:

En primer lugar, situándonos en términos históricos, la AM era noticias, FM música. Esta concepción ha cambiado debido a los avances tecnológicos. La FM puede escucharse con mayor alcance y ha agregado información, y uno de los precursores fue el conductor de radio Ari Paluch. Tanto éste como Roman Letjman, Marcelo Zlotogwiazda, Luis Majul, etc. llevan el formato de AM a FM. Es decir; noticias, móviles, comentarios, notas, volumen de información de la mano de periodistas especializados.

En consecuencia, la AM empieza a notar que la gente se corre hacia las FM y entonces comienza un agiornamiento lento de agregar humoristas, algo de música, espacios donde el oyente pueda distender su oído.

Hace tres años, en medio de este fenómeno aparece **Roberto Pettinato**, un showman de la tv que no viene a hacer ni una cosa ni la otra, en FM. Y en poco tiempo se posiciona en el primer lugar del rating en las mañanas del dial y propone que “Se puede ser feliz a las 6 de la mañana”.

Un programa donde se puede estar informado, lo necesario, sin caer en los grandes análisis de la AM y donde el conductor no es un especialista como los que predominan en la FM.

La música no es “hitera” como las demás estaciones de FM, sino que pueden escuchar clásicos de diferentes décadas, tanto nacionales como internacionales.

Hay diferentes condimentos, habilidades y “otras yerbas” que se mezclan en un producto único, inigualable que tiene un poco de todo, pero a la vez es irreplicable. Y donde logra captar un público en las mañanas acartonadas del dial.

Entonces **“las mañanas se piensan diferentes”** y por ello surgen figuras como Elizabeth Vernaci, Beto Casella, etc. en la primera mañana.

Una de nuestras preguntas a los entrevistados fue si creían posible la inserción del formato de “El Show de la noticia” en la AM, y aquí las opiniones fueron dispares. Pero... quién hubiera pensado que Lalo Mir, un referente, participe de la Rock and Pop que rompió con todo, pudiera desembarcar en la AM actual y de hecho lo hace desde algunos años. Darle tiempo al tiempo, este programa es una innovación y puede marcar un nuevo estilo en la historia de la radio.

El Show: ¿un nuevo género?

Los **géneros** no son algo cerrado y acabado, sino que son flexibles y dinámicos debido a la capacidad que tienen para adaptarse a los cambios en los estilos de vida y a los intereses de los ciudadanos. En este sentido, puede decirse que *“los géneros son instituciones vivas que evolucionan para ajustarse a las funciones propias de la actividad a la que sirven. Y no sólo evolucionan, también desaparecen y surgen otros nuevos”* (Sánchez y López Pan, 1998: 18). Los géneros orientan a la audiencia y le proporcionan un pacto de lectura para que pueda entender con mayor claridad cuál es la actitud desde la que el periodista afronta la realidad y qué finalidad tiene al escribir⁷¹.

La pregunta a nuestros entrevistados fue:

¿Dónde ubica el “Show de la Noticia”, periodístico, humor, magazine o entretenimiento?

⁷¹ Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos. Martínez, María del Pilar. Universidad de Navarra y Herrera, Susana, Universidad de Piura.

A todos los entrevistados les generó un breve espacio de duda por no poder ubicar el programa en un formato determinado.

Tal vez sea un molde, con formas que aun no se han visto en la primera mañana.

“Creo que es más un magazine de alguna manera pero como es un formato nuevo de ahí la dificultad de encasillarlo pero es un Show, el nombre lo muestra Show de la noticia me parece que el título tiene una cierta genialidad en sintetizar la idea” (María O Donell. Columnista de “El Show de la noticia”).

“La verdad... si pudiera decir de entretenimiento y de información. Pero también podría llamarse político- humorístico o informativo- humorístico. A mi me parece buena la cosa esta que hace el hecho de que vos te levantes de buen ánimo. Es un servicio tan esencial. Esta cosa inclusive de apropiarse y absorber la información con humor, mucho y muy bueno...” (Agustín Tealdo. Director de ETER)

...”Y es difícil eso, me parece que es un poco de todo, magazine no es, porque el magazine son los programas de más tarde de 9 en adelante que tienen un poquito de deportes un poquito de actualidad, un poquito de una nota de color, un médico que habla sobre cáncer y una que se operó las tetas, eso no es un magazine, no es, tampoco es periodístico, porque si realmente querés profundizar qué pasó con la renuncia de Acevedo en Santa Cruz no te vas a enterar ahí, tampoco es un programa de entretenimientos puro, porque tiene otra serie de cosas, tampoco es musical. Parece que es un formato nuevo, recuperar ese horario perdido a las 6 de la mañana” (Fernando González. Rector de TEA).

“...Me parece que formatos es algo de estilos. Pettinato tiene un estilo muy personal, muy distinto al resto que lo hace diferenciarse de una manera, a mi

juicio notable, al respecto de otros conductores. Me parece que él, es un estilo en sí mismo, y un formato en sí mismo y en algún punto, sí provocó una suerte de revolución en la radio (...). Pero yo creo más en las personas que en los formatos...” (Diego Recalde. Humorista y guionista de “El Show de la noticia”).

Una alternativa diferente

Teniendo en cuenta las mañanas radiales, la pregunta a nuestros entrevistados fue la siguiente: ¿considera que “El Show de la noticia” han roto con el esquema tradicional de hacer radio?

...”Siiiiii, (rotundamente), eso es indudable. Al principio la FM era solo música, la AM habla, el concepto que había en los ´80, ´90. Después fue “eh loco, FM también puede poner noticias, bueno pero hagámoslo como si fuera una AM y en el medio. Cuando nace “El Show de la noticia”, fue: “hagamos un programa de AM en FM con recursos de la televisión y del cine con un tipo que te levanta y te inyecta una dosis de energía para poder salir y que te dice: “Okey, vos tenes problemas, todos lo tienen, dejate de hinchar, tu problema no es lo más importante del mundo, no estás tan mal. Levantate, salí, laburá”. Dentro de lo que es hacer radio se está haciendo una radio nueva, y que se ha tomado en otras radios, en otros programas. Yo creo que marcó, no sé si va a trascender a la historia el programa. Pero hoy en día el programa marcó una cosa distinta...” (Eduardo Seisdedos. Operador técnico de “El Show de la noticia”)

“Creo que es el programa que cambió, por lo menos de los últimos tres años, cómo se hacen noticias en la FM a la mañana, definitivamente. No sé cuando va a durar, es un envión que cambió (...) Creo que es esto digamos, hay una estructura de FM meter la noticia en una estructura muy fija de tiempo, para mí fue novedoso digamos, yo no conocía este tipo de mecánica de laburo de FM me parece que es una combinación de varios programas juntos” (María O Donell. Columnista de “El Show de la noticia”)

*“No es entretenimiento, al menos en la forma light que se entiende el entretenimiento. No es un programa informativo o periodístico con impostación seria (a lo Aliverti o Biassati). Es una categoría diferente a lo conocido. Es humorístico-periodístico, para pensar y reflexionar, pero sin acartonamientos ni formalidades. INTRODUCE UN AIRE NUEVO EN LOS PROGRAMAS DE INFORMACIÓN. “ (Oyente. **Alvaro Mendiguibel. Oyente de “El show de la noticia”**)*

*“Propone justamente una manera diferente de abordar a la realidad, aquella que a las 6 de la mañana dicha de otra manera nos podría amargar todo el reto del día...” (Oyente. **Douglas Lyall. 21 años. Estudiante de Derecho.**)*

*...”Hubo frente hasta lo que hasta entonces se daba, cuando digo hasta entonces, hasta el momento de la irrupción de “El Show de la noticia”, se daba en las otras FM un momento innovador, incluyó un ingrediente innovador. (Piensa) Innovador en los términos que quiero expresar de la siguiente manera: en no quedarse lo cual hubiese sido bastante desgraciado, en Roberto Pettinato como conductor, informador y opinador de noticias. Eso hubiera sido seguramente lo más trágico para la mañana de la radio. A él lo ubicaron como el entretenedor. (Oscar Bosseti. **Docente de UBA y ETER**)*

“...Creo que se tienen que juntar un contexto y una persona que represente a ese contexto. Me parece que digamos una cosa es Pettinato a la medianoche haciendo chistes ácidos y muy diferente fue ponerlo a Pettinato con el imaginario digamos distinto. El imaginario nos referimos a un mundo interno de él, de sus ideas, de sus imágenes, de su inteligencia de su forma de ver el mundo, sería como el imaginario. Que si es un imaginario a las seis de la mañana no se escuchaba por qué, porque otros imaginarios trabajaban sobre el análisis directo y el tratamiento de la información. Por ahí Roberto lo trata pero él lo piensa desde otro lugar. Más allá de que hay columnas y que después dan

la información de ideas diferentes.” (**Diego Sehinkman, humorista, guionista de “El Show de la noticia”**)

...:”Hasta que apareció este programa, los oyentes de FM encontraron en Ari Paluch a alguien que los informe rápidamente. Luego se encontraron con esta alternativa: información esencial + música (todos hits) + un momento para reflexionar + humor del bueno (y no chascarrillos); todo muy bien compactado y compaginado.” (...) Creo que “El Show...” está marcando otro camino en la radiofonía...” (**Fabián Cerfoglio, locutor del programa “Duro de Domar”. Canal 13**)

...”Me parece que golpeó mucho que fue **un cimbronazo**, en la radio de la primera mañana esto de “bueno podemos hacer un magazine y puede haber artística y música, separadores, identificadores del programa desde el humor personajes guionistas, libretistas y humoristas que describan cosas” no solamente ir corriendo detrás de lo que publicó el diario, la cruza entre contenido y estética, un buen mix en el sentido de “nos podemos cagar de risa de las noticias”. (**Javier Rubel. Director de ETER**)

...”Trabajar con la ficción, con la escena musical, con las diez millones de cosas que tiene la radio (aquí Pettinato incorpora otros recursos o elementos radiofónicos), la música. Sin embargo a esa hora teóricamente la radio convencional decía “no”, “no!” la temperatura, la información, la primicia. Es una cosa que está dentro de las radios “de quién lo dijo primero”. Es una competencia que las radios tienen entre sí, que al oyente le importa tres carajos. Le importa tres carajos....

Lo que marcaba la convención hasta la llegada Pettinato, fue esto. Pero mirá que hay esto... que no está explotado. Y ese puntito así, si lo abrís es un mundo. Entonces ya si vos tenés un productor que estéticamente renovó el programa, un par de buenos guionistas, un conductor que entiende por dónde va la cosa,

“Basta ya” de tesis

más un par de buenos periodistas que te transmitan el contenido en el tiempo necesario, no más: y tenés el producto que tenés, que hoy por hoy es así. Lejos el mejor y el primero.

Está bárbaro, renovó la mañana. Ponganse a pensar si la gente necesita un bombardeo de 55 mil noticias o necesita otra cosa. Y ahí está como este desafío que es lo que impone este programa. Esto es lo que a mí me parece más atrayente que tiene el producto. Del desafío que impuso a partir de eso. Cambió un par de reglas...” (Agustín Tealdo. Director de ETER).

Amigos nos encontramos en el próximo programa...

Esperamos que esta emisión haya servido para:

- ***- Acercarte a la radio desde su “cocina”.***
- ***Que a través de “El Show de la noticia”, se conozcan los elementos que hacen a un programa de radio.***
- ***Descubrir a un Pettinato más cálido y humano.***
- ***Analizar al EMISOR: Roberto Pettinato junto a todo el equipo de “El Show de la noticia”.***
- ***Observar la COMUNICACIÓN que se expresa en el programa.***
- ***Que el lector haya esbozado una sonrisa al leer este trabajo.***
- ***Que la Tesis sea un aporte para darle un poquito más de luz a este medio invisible que es la radio.***

Eso sí!!! Aclaremos: todo uso y prestación de este material a la cuenta de tres se autodestruirá, sino citan a las autoras intelectuales.

Gracias por acompañarnos!!!!!!

En la conducción: María Gabriela González y María Juliana Franceschi.

Director: Sergio Antonucci.

Títulos.... 9 de la mañana.

BACKSTAGE DE LA TESIS:

*“Un despertar diferente, otra alternativa en el aire:
El show de la noticia con Roberto Pettinato”*

BACKSTAGE DE ESTA LARGA TESIS (Entre bastidores). Según el Diccionario significa: todo aquello que se trama o prepara reservadamente entre algunas personas. **En este caso: Juliana y Gabriela.**

Nooo!!!, ya sabemos que esto no es cine ni TV, pero en medio de esta Tesis experimentamos muchas sensaciones y situaciones que no podemos mostrarlas en imágenes. Y como esto es un radio- libro lo expresamos en palabras.

Hubo tristezas, crisis, bajones, malhumores, pero también alegrías, emociones y sonrisas... Afianzamos nuestra amistad, porque además de charlas desde lo académico, también tuvimos que conocer los tiempos de cada una, las formas de trabajar y hasta de hacer una tesis!!!...

Nos conocimos en una cursada especial para todos aquellos que deseamos convertirnos en periodistas en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de La Plata: “*Periodismo de investigación*” en nuestro cuarto año de la carrera. Materia bi-anual donde para aprobarla es necesario realizar tres investigaciones (al estilo TELENOCHE)... Y allí comenzó nuestra amistad y también nuestras investigaciones....Desde entonces conocimos nuestras “mañas” y formas de pensar, lo cual es importante a la hora de decidir

con quién se compartirá el proyecto de tesis y así poder cerrar la etapa universitaria.

Esto de tener pendiente la tesis es estar con un “pie adentro y otro afuera de la Facultad” ya que no cursábamos más, ni cumplíamos con horarios determinados. La transición de dejar de ser estudiantes y ser profesionales...hizo que nos invadiera la incertidumbre. Ansiosas por tener el título universitario de una vez y para siempre...pero para ello habría un largo camino de dudas: ¿qué tema elegimos?, ¿quién nos dirige?...¿qué Tesis hacemos?

En medio de mates amargos y galletitas dulces, de charlas informales, un día nos pusimos serias y nos preguntamos: ¿qué tema hacemos para la tesis? (*lluvia de chanes al mejor estilo Pettinato*) Por supuesto que la respuesta fue cambiando día a día, pero de lo que sí estábamos seguras es queríamos conocer la radio desde algún punto.

Recorriendo varios temas referidos al mundo radial, surgieron algunas ideas: analizar los programas disímiles de “González Oro vs Pergolini” investigar “La radio en internet: nuevo fenómeno”... En fin... nada nos convencía. Después de varias noches de desvelos nos preguntamos por Roberto Pettinato , a raíz de un trabajo que una de nosotras realizó en la materia Comunicación y Cultura.

- ¿Y si vemos qué hace Pettinato en radio?
- ¿Qué hará a las 6 de la mañana?
- Seguramente trata la información de manera diferente a los demás programas de radio.
- Analicemos la apertura!”, fue nuestra primera propuesta.
- ¿Será un programa como “Duro de Domar?

Y así comenzamos a grabar emisiones de “**El Show de la noticia**” por la 99.9.. Reuniones, debates, cuestionamientos...pero faltaba algo esencial: ¡el Director de tesis! (*katrina de granizos*). Entonces aparecieron en nuestras mentes profesores que pensábamos que habíamos olvidado, caras que hacía tiempo no veíamos, consultamos con “gente idónea” y nos asesoraron en cuanto a quién

podía dirigir nuestro proyecto. Y llegamos a él: Sergio Antonucci, coordinador del área de Producción Radiofónica de la FPCS.

Comenzó entonces este recorrido, que duró un largooooooo año y medio y la odisea de hacer todo lo posible para reunirnos. Gabriela viviendo en Buenos Aires en busca de horizontes laborales, situación que hizo que conociéramos “vida y obra” de los micros Bs As- La Plata. Viajando, leyendo por la autopista, escuchando el programa pegado a las orejas, pidiendo permiso en nuestros trabajos ...

En fin...”perseveramos y pensamos triunfar”...

Algunas cositas para recordar:

- ❖ Cambios de estaciones: de verano al otoño y “pegarle derecho” hasta el otro invierno.
- ❖ Nos mudamos de viviendas; de La Plata a Buenos Aires y en Buenos Aires de una calle a otra.
- ❖ Cambiamos de trabajo; tratando de cumplir el sueño de trabajar de lo nuestro. Luchando contra la adversidad del ambiente laboral.
- ❖ Recolectamos infinidad de cassettes de “El Show de la Noticia”; Cada fin de semana viajamos intercambiándonos grabaciones de los diferentes programas y entrevistas y el poco tiempo libre lo dedicábamos a tipear toda la información.
- ❖ Nuestros familiares y amigos del trabajo, llegaron al punto de estar más desesperados y ansiosos que nosotras en culminar este largo tramo. Por ello fueron válidas las llegadas tarde y todos los comentarios sobre Roberto Pettinato.:

- ¿Estás haciendo la Tesis sobre Pettinato!!! Qué bueno!! – nos decían cholulos.
- Lo miro todas las noches, gritaban a coro.
- No, estamos haciendo sobre el programa de radio, respondíamos.
- ¿Trabaja en radio? Nos decían muchos, sobre todo la gente de La Plata, donde la 99.9 tiene poca llegada. Y nuevamente explicábamos nuestro proyecto que no era solo Pettinato sino el programa en general.

❖ El trabajo de las entrevistas, no fue fácil, aunque muy divertido.

Encontrar a cada uno de los entrevistados implicó situaciones diferentes y alocadas: la mini entrevista con Pettinato fue genial porque descubrimos que le encanta jugar al ta- te- ti.

En la charla con Seisdedos me sorprendió que en vez de presentarme como “Gabriela” lo hiciera diciendo “mi hermana” y nada más ni nada menos que a Bebe Contemponi.

Y... lo más alocado fue hacer la entrevista a Marcela Godoy en su viaje de la radio a la depiladora, en medio de un Buenos Aires convulsionado, donde no funcionaban los subtes y la ciudad era un caos. Mientras ella maniobraba esquivando los autos, indagábamos acerca de su rol en “El Show...”.

❖ Fue muy dura la tarea de la escucha de los programas de la primera mañana de otros días. Acostumbradas a reírnos con Roberto, nos encontramos depresivas y somnolientes con los típicos programas informativo- periodísticos.

Y así nos convencimos de que analizar “El Show de la noticia” iba más allá de lo netamente académico. Descubrimos que la magia está en elegir un tema que te guste y esto hace que el trabajo tenga un color único y especial.

Saluditos de Gabriela!!! Para...

- A mis papis: Adriana Y José Luis, que permitieron que tuviera tiempo y espacio para concluir este proyecto;
- María José, santas las hay pocas y prima que se levante a las 6 de la mañana para grabar “El Show de la noticia”, solo ella. Haciendo maniobras con la antena de la radio para que la señal fuera clara
- Y.. como olvidarnos de Clara, “clarita”, hermana que bancó pálidas, tristezas, alegrías y charlas en el depto. de Buenos Aires siempre con la cortina de ¡Pettinato y su show de la noticia!!.
- A Erica y Ana Inés, amigas, que me hospedaron en La Plata y no dejaron de alentar y aconsejar... y preguntar: ¿¿¿cómo vas con la Tesis???

Un último gracias a “Esteban”(Marco Acuña) , el técnico de computación que nos ayudó a conectar los cables en los correspondientes orificios , porque no podíamossssss. Y así pudimos mostrar audio al jurado de la Tesis.

Nos despedimos hasta la próxima emisión, esperamos que les haya gustado leer radio. Aceptamos críticas, halagos, aplausos y opiniones de todos los colores.

Vale aclarar: Esta Tesis fue hecha a pulmón y con todo el corazón. Donde no faltó el esfuerzo, ,la paciencia y la pasión por la radio.

(¿Licenciada?) María Juliana Franceschi

(¿Licenciada?) María Gabriela González

¿Quiénes son las personas que colaboraron con nosotros?

Una breve reseña de sus vidas.

(por orden alfabético).

Profesionales del medio:

- **Lic. Bosetti, Oscar.** Docente de **ETER**, tanto de la carrera de Locución, como de Producción: Introducción a la Comunicación Radiofónica y una segunda materia que se llama Sistemas de radios y en el caso de Locución, Teorías de la Comunicación. En la **UBA**, es titular del Taller de Radio junto con Eduardo Aliverti. Es autor de “Radiofonías, palabras, y sonidos de largo alcance”.
- **Cerfoglio, Fabián.** Locutor de “**Duro de Domar**”. “Comencé en Radio Tuyú de Gral. Madariaga, en un programa de música. Luego, pasé por varias radios de la zona: FM Pinamar, Playa Verde. Cuando me llamaron para “Indomables” estaba trabajando para otra productora. El locutor que empezó con el proyecto fue Diego Ripoll, que luego dejó el programa y yo, que ya me había desvinculado de aquél trabajo, tomé la posta”
- **Lic. Depetris, Cielito.** Docente de la UNLP y de ISER. Investigadora del medio radiofónico. Dicta Seminarios varios referidos al discurso radiofónico.
- **Frontera Luis.** Periodista. Dictò cursos en varias universidades y centros científicos. Actualmente trabaja como columnista en Radio Nacional Buenos Aires . Es también el columnista de la sección **Radio** de la Revista Noticias de Buenos Aires.

¿Quiénes son las personas que colaboraron con nosotros?

- **González, Fernando.** Rector y Docente de TEA (Taller Escuela Agencia).

Su último trabajo es la redacción del Manual de TEA y DEPORTEA “Periodismo por periodistas” para la redacción periodística.

- **Lic. Rubel, Javier. Periodista. Lic. en Comunicación, UBA.** Fundador Director de Estudios de ETER (Escuela Terciaria de Estudios Radiofónicos). Actualmente, conduce "Eufemismo", ciclo de entrevistas por Radio Nacional. Dirigió documentales premiados en el extranjero y trabajó en diferentes radios de Buenos Aires como conductor y productor periodístico.
- **Lic. Tealdo, Agustín. Periodista, operador técnico y Lic. en Comunicación (Univ. Nac. de Lomas de Zamora). Director de ETER** (Escuela Terciaria de Estudios radiofónicos) Trabajó como productor y editor en numerosas radios de la Ciudad de Buenos Aires. Actualmente, dirige radioeter.com.ar.
- **Lic. Turconi, Omar.** Director Ejecutivo de Radio Universidad Nacional de La Plata. Docente del Taller de Radio III de la UNLP.

Equipo de “El Show de la noticia”

- **Carcavallo, Natalia. Productora y coordinadora.** “Empiezo a trabajar haciendo pasantía en Radio América y hacer siempre programas políticos. Trabajé con Nelson Castro, trabajé en tele. Estudié en la UBA y después empecé a trabajar mucho(...), y ahora me quedan 6 materias”.

¿Quiénes son las personas que colaboraron con nosotros?

- **Godoy, Marcela. Locutora egresada de Iser. Hace 8 años que trabaja en la 100, y un año en “El Show de la noticia”. Además conduce 100% en tu idioma” por la 100.** “Yo quería ser bioquímica, y cuando empecé el segundo año de el CBC bioquímica y cuando había metido un par de materias después tenía que seguir metiendo materias y una amiga mía me dice: “escuchame vas a seguir, vas a hacer análisis de sangre y orina toda tu vida que horror, que se yo, vos tenés una voz bárbara y aparte hablás un montón, que se yo, porqué no estudias locución...” Trabajó con Ari Paluch, Antonio Laje, entre otros.
- **Larralde, Gabriela. Asistente de producción.** Egresada de TEA. Actualmente cursa Comunicación Social en la UBA.
- **O’Donell, María. Actualidad.** “Estudié Ciencias políticas en la UBA y una maestría en Ciencias internacionales en FLACSO. Yo estaba en página 12 cuando Lanata estaba haciendo Rompecabezas en la Rock and Pop y estaba Tenembaun en ese momento trabajando ahí, Ernesto se fue un año de beca a Estados Unidos y entonces para reemplazar a Ernesto, Lanata me llamó y ahí descubrí la radio esto fue en el 94”.
- **Recalde, Diego. Guionista- humorista.** “Venimos de alguna universidad. Yo estudié Lic. En letras no la terminé, Filosofía y sociología pero nos las terminé y estudié teatro y me dediqué a escribir textos humorísticos”.
- **Seisdedos, Eduardo.** “Empecé haciendo programas en radios zonales de Ituzaingó, en algunas FM.. Yo era conductor, estuve del otro lado también. Yo hablaba y miraba al operador, al chabón qué hacía, que no hacía. Eso me despertó cierta curiosidad. (...) Sale la publicidad del ISER: operadores, y digo: uh! qué lindo ir al ISER y por insistencia de mi vieja, me anoto. Me presento a dar el exámen, entro. Son dos años de operador. En segundo año un profesor que trabajaba en Radio Mitre, que después se desvincula de la empresa. Le pregunta si hay un chico que

¿Quiénes son las personas que colaboraron con nosotros?

esté más o menos. Vengo acá a Radio Mitre, hola soy Seisdedos. Bueno vení y desde noviembre de 2001 que ya estoy trabajando acá. En noviembre de 2003 me dicen: che hay un proyecto grosa para la 100.

- **Sheikman, Diego. Guionista- humorista. Lic. En Psicología. Periodista,** egresado de TEA . Estudia teatro y hace cosas de humor.

Radioescuchas...

- **Douglas Lyall, estudiante de Derecho.**
- **Adriana Hisas, docente.**
- **Manuel Ignacio Mas, estudiante.**
- **Judith Goldman, bibliotecaria.**
- **Alvaro Mendiguibel.**
- **Liliana**
- **Miguel Surribas, visualizador.**
- **Julián Goldman, estudiante.**
- **Agustina Cupitó, estudiante.**
- **Julieta Martínez, estudiante.**
- **Jesica Paz, estudiante.**

Fuentes

La bibliografía que encontramos sobre radio fue muy escasa. Pero nos otorgaron una gran ayuda las personas que aportaron con artículos de revistas, fotos, y hasta comentarios... ¿escuchaste lo que dijo Pettinato hoy en “El Show..”?

La columna vertebral de nuestro trabajo se basó en las entrevistas realizadas tanto a profesionales del medio, equipo de “El Show...” y oyentes. Además de las desgrabaciones de los distintas emisiones del programa que llevaron su tiempo, pero actuaron de bibliografía fundamental.

Aquí explicitamos fuentes consultadas para que puedan ver nuestro recorrido y si les interesa ahondar en algún punto en particular en un futuro.

- Alsina; Miguel Rodrigo, La construcción de la noticia, ed. Paidós, Buenos Aires, 1989.
- Balsebre Armand: El Lenguaje radiofónico. Ed. Cátedra, Madrid, 1994, pp.163-164.
- Fernández, José Luis. Los Lenguajes de la radio. Ed. Atuel, Colección del Círculo. Bs. As.
- Halperín, Jorge. La entrevista periodística. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1995. Cap. 6 “Maleta de Loco I (gajes del oficio) ”.
- Jacobson citado el libro “Recorridos semiológicos” Steimberg, Oscar.
- Kaplun, Mario. Producción de programas de radio. CIESPAL. Quito, diciembre de 1999.
- López Vigil, José Ignacio Manual para radialistas apasionados. Pág. 22.

Fuentes

- Pettinato, Roberto. Entre la nada y la eternidad. Ed. B. Argentina. S.A. 1era. Edición. Buenos Aires, 2005.
- Programa de TV Radionauta. Conducción Patricio Barton,. emitido en julio de 2004.
- Marchi, Sergio. Cinta Testigo, la radio por dentro. Ed. Artes Gráficas. Buenos Aires, febrero de 2002.
- Mata, María Cristina. "Lo que dicen las radios" pág. 30. .Ed. ALER. Quito, Ecuador, 1993.
- Matta, María Cristina. La Radio, una relación comunicativa.
- Miceli, Walter. Texto "Qué es la noticia en los medio nacionales"..Edición y coordinación Miceli Walter.. AUTORES: Albertini, Arellano, Dietrich, Fernández, Giusti, Leonardo González, Lara Inda, Nicolás Koch, L. Medeot, W Miceli, L Pellegrino, E Serrano, K Soto, X Velásquez, y Federico Walkins. "De la Construcción a la egitimación de la noticia y viceversa". Ediciones del GITEPP, La Plata, 1999.
- Mora y Araujo, Manuel y Montoya Paula en: "La agenda pública Argentina": Año 2004.
- *Introducción. Maingueneau Benveniste_DUCROT - TODOROV .RECORRIDOS SEMIOLÓGICOS. Capítulo 1: El ámbito de estudio de la semiología*
- Nietzsche Friedrich: Introducción teórica sobre la verdad y la mentira en el sentido extramoral.
- Romo Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Ed. Diana, México.
- Steimberg, O.(b) "Proposiciones sobre el género", en *Semiótica de los medios masivos*, Buenos Aires, Atuel, 1993.

-
- Ulanovsky, Carlos. Dias de radio, historia de la radio argentina. Ed. Indugraf. S.A. Buenos Aires, diciembre de 1995.

Artículos de revistas:

- Sánchez Camilo. Diario Clarín “Radio: el backstage de El Show de la noticia” 18 de julio de 2004.
- Revista Noticia. “Viaje al fondo de Pettinato”. 25 de junio de 2005.
- Revista Hecho en Buenos Aires. La importancia de llamarse Roberto Pettinato. Buenos Aires, Enero 2006. P. 12-14.
- Revista G7. “¿Quieres ser Roberto Pettinato?. N° 17. Enero 2005. Ed. Siete elegidos.
- La Nación. “Saturados de Pettinato” .15 de diciembre de 2000.
- Diario Página 12 “Radio Periodismo Frecuencia Modulada” 26 de junio de 2006.

Artículos de internet:

- “Radio guía ETER”. www.radioguiaeter.com.ar
- "[http://es.wikipedia.org/wiki/Roberto Pettinato](http://es.wikipedia.org/wiki/Roberto_Pettinato)
- www.gacemail.com.ar
- FIP LARO www.fiplaro.org.ve
- www.clarin.com
- www.pagina12.com.ar

Desgrabaciones:

- Nuestra muestra se centró en la escucha y desgrabación de 12 programas de “El Show de la noticia” durante septiembre y octubre de 2005. Pero, nuestro seguimiento como oyentes y tesisistas se desarrolló durante los años 2005 y 2006, siendo “felices a las 6 de la mañana”.

Radioguía (índice)

Bloque 1. Un despertar diferente, otra alternativa en el aire: El show de la noticia con Roberto Pettinato..... 2

Radio para leer, 3; ¡Atención para quienes lean este trabajo!, 4; La radio divino tesoro, 5; Los medios coexisten, 7; Importancia de la radio, 9 ; Medio invisible, 10; ¿Qué sucede en los diales en la pimera mañana?, 11; A las 6 AM “se puede ser feliz”, 12; Un show matutino con más de dos años, 13; Se dice de mí, 15; Espíritu de “El Show...”, 16.

Bloque 2. Un show que es noticia..... 18

Probá despertarte con Pettinato, 19; Aires de renovación en la primera mañana, 19; Sus bloques, secciones, personajes, 21; Personajes de “El Show de la noticia”, 27; Estilo “pettinatezco”, 28; Un día en el manteca bar, 30; Hablan los protagonistas: conducción Roberto Pettinato, 31; Con un saxo entre las manos, 32; Su trayectoria en los medios, 35; “Show man” Roberto Pettinato. Su desembarco en la radio, 38; Se abre el telón, 39; María O’Donell, la emperatriz de la infomación, 40; Locución. Marcela Godoy, 41; Producción. Su objetivo, 42; Unidos por la felicidad, 43; Humoristas/ Guionistas: Diego Recalde, Diego Sheikman, 45; Asistentes de producción: Tamara Pettinato y Gabriela Larralde, 46; Director de orquesta: Eduardo Seisdedos; 47; La información en “El Show...” ,48; PNT, 50; Un sonido distinto, 51; Un disco de vinilo diferente en cada emisión, 50; FM 100 lidera el rating, 52; El Show de gira, 55; Radioescuchas de “El Show de la noticia”, 56.

Bloque 3. Cocina radial.....61

Compromiso radial, 62; Así se hace la radio, 63; La comunicación: esquema y funciones, 64; Particularidades del medio radiofónico, 65; El código de la radio, 67; Espejito, espejito, 68; Maquillaje de la radio, 70; Rasgos y funciones de los géneros, 71; La enunciación del discurso, 73; El hablante y su enunciación, 74; Otras formas de dar la palabra, 76; Enunciación radiofónica, 78; La tecnología

en radio, 80; Elementos radiofónicos, 82; Funciones de la música, 83; Tipos de inserciones musicales, 84; Consideraciones de índole musical, 85; Publicidades radiales, 86; Receta magistral para comunicar en radio, 87; Sus métodos, 88; Condiciones de recepción, 89; Claves para realizar un programa radial, 91.

Bloque 4. La agenda en los diales de la mañana.....94

El Show te informa, 95; De qué se habla en “El Show...”, 95; Lo que “tenés” que saber, 96; Influencias de todo tipo, 97; Qué es noticia, 99; La agenda informativa, 100; Sistemas de medios, 101; Factores noticiables, 102; Circuito informativo, 102; La noticia en AM y FM, 104; Mejor no hablar (de ciertas cosas), 107.

Bloque 5. El arcón de los recuerdos.109

Las “gauchaditas” radiales, 110; Encendida siempre, 111; Tiempos radiales, 112; Historia de nuestra radio argentina, 114; Los mundiales se vivían por radio, 114; Los locos de la azotea, 115; Programas y conductores para no olvidar, 121; Furcios, 124; La Rock and Pop: el desacartonamiento radial, 126; ¿“El Show... se parece a algo? , 127; Un escritor en la radio, 129.

Bloque 6. Competencia en el dial.....131

Y el ganador es....,132; Hombre de radio, 133; La vertiginosa pimera mañana, 134; El Show marca la diferencia, 135; La AM se parece a la FM ¿o a la inversa?, 136; Competencia a las 6 de la mañana, 138; AM (amplitud modulada), 139; FM (Frecuencia modulada), 142; Otro estilo competitivo, 145; ¿Qué es IBOPE?, 147; Medición de audiencia de radio, 147; Pionero en las mañanas radiales, 149; Un modelo a imitar, 150; El Show mira a la competencia por los espejos retrovisores, 151; Un estilo muy particular, 155.

Bloque 7. “Basta ya” de Tesis.....159

Cierre de nuestra emisión, 160; El Show: ¿un nuevo género?, 161; Una alternativa diferente, 163.

Backstage de la tesis.....	167
Algunas cositas para recordar, 169; Gra, gra, gra, graciasssssssss, 171; ¿Quiénes son las personas que colaboraron con nosotros?, 173; Profesionales del medio, 173; Equipo de “El Show de la noticia”, 175; Radioescuchas, 176;	
Fuentes.....	177

