



Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Mediatización y políticas de comunicación: el caso de La Megafónica, agenda y contrato de lectura de una radio comunitaria de Villa María

Año
2016

Autor
Giordanengo, Carina

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Giordanengo, C. (2016). *Mediatización y políticas de comunicación: el caso de La Megafónica, agenda y contrato de lectura de una radio comunitaria de Villa María*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

II CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE SOCIOLOGÍA (AAS)

PRE ALAS 2017

“Las Ciencias Sociales en América Latina y el Caribe hoy:

perspectivas, debates y agendas de investigación”

I JORNADAS DE SOCIOLOGÍA DE LA UNVM

Grupo Temático 12: Estudios sociales de la comunicación y de los medios

Título: Mediatización y políticas de comunicación: el caso de La Megafónica, agenda y contrato de lectura de una radio comunitaria de Villa María

Autora: Carina Giordanengo¹

Palabras claves: radio comunitaria - marco legal - nuevas tecnologías - agenda temática - contrato de lectura

RESUMEN

Esta investigación trata de indagar cómo dos transformaciones actuales significativas –una global, como la incorporación de soportes digitales a los medios de comunicación tradicionales, y otra nacional, como la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual- modificaron el campo mediático de la ciudad de Villa María, y por lo tanto, los contratos de lectura y el juego de las agendas.

En particular, se analiza el funcionamiento de un medio emergente como la FM La Megafónica 107.1 Mhz, una radio comunitaria de la ciudad que –mientras funcionaba- se escuchaba principalmente a través de su página web y contaba con programación propia y también retransmitida de la Red Nacional de Medios Alternativos. Uno de estos programas propios, es analizado tanto desde el nivel de la enunciación como del enunciado, además de efectuarse entrevistas a los actores vinculados a la radio y realizar un análisis documental del marco legal en el cual se inscribe esta experiencia. Precisamente, la ley 26.522 prevé -aún después de su reciente modificación por decreto- que los servicios de comunicación audiovisual por ella previstos serán operados por tres tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro, quedando contempladas las radios comunitarias dentro de este último punto.

Puede decirse que no existe una definición de “comunicación alternativa” que sea aceptada de manera unánime, ya que es un espacio de producción cultural constituido por

¹ Universidad Nacional de Villa María (UNVM)– carigiordanengo@hotmail.com

prácticas y tradiciones diversas. No obstante, podemos referirnos a la “radio alternativa” en un sentido amplio, porque más allá de las diferencias existen núcleos comunes a todas estas experiencias que surgen y actúan vinculadas a las necesidades comunicacionales de los sectores populares y son medios de comunicación con objetivos que los trascienden, tales como el cambio social y la construcción de sociedades más justas y democráticas (Pulleiro, 2012).

PONENCIA

Problemática

Los procesos de mediatización adquieren hoy una creciente complejidad que modifica las relaciones entre productores y consumidores de los mensajes de los medios, en el presente cambio de paradigma del *broadcasting* o radiodifusión –difusión amplia por radio y TV- al *narrowcasting* o difusión selectiva –hacia segmentos de públicos diferenciados-. En base a lo trabajado en anteriores proyectos de investigación, hemos podido constatar –de acuerdo a la gran variedad y la fuerte intensidad de los consumos mediáticos- que Villa María es una ciudad altamente mediatizada al modo de las grandes urbes, donde sin embargo la dimensión de “lo local” juega un papel importante en el imaginario colectivo debido a que en realidad se trata de una ciudad de tamaño mediano.

Entendemos por mediatización el desarrollo y la ubicuidad de las tecnologías de producción de la información que llevan a no poder pensar la vida cotidiana, la política, la economía y la sociedad por fuera de los medios de comunicación. Si bien este fenómeno se vislumbra según algunos autores desde la invención de la imprenta, según otros –como Eliseo Verón- se observa desde el desarrollo de la producción post-fordista –hacia fines de los años ’70 y principios de los ’80-, etapa que comprende la evolución de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICS) y los procesos de globalización. Para comprenderlo mejor, podemos decir que la mediatización se vincula con una concepción no representacional de los medios, que implica la capacidad que éstos poseen – en mayor medida que cualquier otro discurso social- de construcción de la realidad o producción de sentido más que de reflejo de la realidad o reproducción de la misma. “En definitiva, el término mediatización no designa otra cosa que lo que es hoy el cambio social de las sociedades post-industriales” (Verón, 1997, p. 7).

Por su parte, la sanción de la ley N° 26.522 colaboró en este proceso a través de la aparición y habilitación de medios emergentes, tales como las radios comunitarias. Al

respecto, dos cuestiones damos por sentadas, y es que la enunciación de estos nuevos medios de comunicación ya no es neutra como en otras épocas eran los dispositivos de enunciación de los medios, y que sus agendas contienen temas que no son frecuentes en los medios comerciales habituales, teniendo en cuenta que la ley plantea la información como un derecho y no como una mercancía.

Hay que destacar además que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, sancionada y promulgada en 2009 y parcialmente modificada por decreto en 2015, prevé que los servicios por ella previstos serán operados por tres tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro. En particular, destaca la incorporación de nuevos actores de servicios de comunicación audiovisual, tal es el caso de los pueblos originarios, las universidades nacionales y los institutos universitarios, los cuales quedan encuadrados bajo la órbita de los medios estatales. Por otra parte, en esta ley, las radios comunitarias están contempladas dentro de los prestadores de gestión privada sin fines de lucro, por lo cual se diferencian de los medios públicos –estatales y no estatales- y de los privados comerciales. Vale recordar que:

El [...] Decreto Ley de la dictadura [...] número 22.285, no permitía que las organizaciones sin fines de lucro fueran propietarias de medios de comunicación. Solamente a través de la modificación del artículo 45 en el año 2005 logró revertirse esta situación, aunque las cooperativas quedaban exentas de este beneficio. La nueva Ley 26.522 [...] reserva un 33 % del espectro radiofónico para este tipo de medios. (Gerbaldo, 2010, p. 24)

En este contexto, surge en Villa María un medio como la radio de frecuencia modulada La Megafónica 107.1 Mhz, primera radio comunitaria de la ciudad –que ya no está en funcionamiento, y se escuchaba principalmente a través de su página web, ahora dada de baja-. Según lo definía esa publicación virtual, “La Megafónica es un proyecto comunitario que se viene desarrollando [...] en los gabinetes de Barrio Industrial. Está conformado por un colectivo de trabajo horizontal, comprometido con la búsqueda de una realidad más justa, igualitaria, libre y humana” (www.megafonica.org, obtenido el 08/11/14).

La radio nace el 24 de marzo de 2012 (<https://facebook.com/LaMegafonica/>, obtenido el 10/02/16), aunque de acuerdo a las palabras de Pablo Mansilla, ex–estudiante

del Profesorado en Matemática de la UNVM e integrante de La Megafónica, “la radio comunitaria se pensó desde el año 2010 con el Centro de Estudiantes de Humanas de la universidad”, razón por la cual comenzaron a participar de los encuentros de la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA) y construyeron su propio transmisor. Con la intención de conectarse con alguna asociación sin fines de lucro que realizara un trabajo social y comunitario, conocieron el colectivo de trabajo ‘El Gabín’ –que hoy está prácticamente vacío-. Allí, en Alvear al 2400 aproximadamente, desde hacía más de veinte años, vivían ocho familias que tomaron una antigua oficina abandonada de dos plantas perteneciente al ferrocarril. Esta organización popular reunía no sólo a quienes allí vivían, sino también a varias personas que colaboraban en ella y que adherían a ideas políticas diversas.

Manuel Lunari, estudiante de la Licenciatura en Sociología de la UNVM e integrante de la radio, sostuvo que “si bien no fue el único, el eje que nucleó a todos fue la lucha por las viviendas de la gente de El Gabín...”; y en referencia a La Megafónica, señaló que eran “un medio de comunicación para vecinos que no tenían otra forma de comunicarse, para gente en situación de calle, por ejemplo, para ofrecer a alguien que sabía hacer plomería”.

En 2013 comenzaron a emitir su señal de radio por Internet, porque no contaban con antena propia y la señal no llegaba muy lejos. En el transcurso de ese mismo año, consiguieron tener la antena dipolos a través de los fondos obtenidos en las peñas y las “polladas” organizadas para tal fin. Al transmisor, por su parte, lo obtuvieron como regalo de otra radio comunitaria de la provincia de Buenos Aires, pero no funcionaba en su plena capacidad, por eso a veces no se escuchaba la radio sintonizando el dial. Y no siempre podía escucharse a través de Internet, ya que al no tener servidor propio a veces “se caía” si muchos lo estaban utilizando al mismo tiempo.

En cuanto a los recursos financieros de la radio, Mansilla reconoció en 2014 que se estaba evaluando “la posibilidad de algún sponsor”, ya que si bien no era el espíritu del medio, lo necesitaban a nivel económico. En lo que respecta a la habilitación legal de la radio, el entrevistado dijo que en junio de ese año se presentaron al llamado a concurso para la adjudicación de licencias de frecuencia modulada para 74 radios sin fines de lucro² de cuarenta ciudades del interior de la provincia de Córdoba que hizo la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) –hoy Ente Nacional de

² Junto a otras 115 licencias para radios FM con fines de lucro.

Comunicaciones (ENACOM), según el nuevo decreto-, pero nunca la obtuvieron mientras transmitían contenidos. En este sentido, Mansilla recuerda que La Megafónica fue la única radio de la Red en la provincia de Córdoba que fue a concurso en esa oportunidad, compitiendo con medios mejor posicionados económicamente. “Para nosotros es muy difícil presentarse a un concurso público porque no tenemos figura legal o personería jurídica, está en trámite desde hace más de un año”, sostuvo en esa oportunidad. Sumado a esto, tampoco contaban con los equipos técnicos homologados.

A fines de 2014 no quedaba ninguna familia en El Gabín, ya que en ese entonces se logró concretar lo que ellos denominan “la lucha por las viviendas”. A ello se debió el cierre del comedor y la copa de leche que funcionaban en el lugar, y los integrantes de la radio desmontaron el estudio en marzo de 2015 porque sufrieron robos y les tiraron abajo la antena. En la actualidad, si bien la radio no transmite, conservan todavía su página de Facebook, produciendo algún contenido escrito a través de ella.

Antecedentes teóricos

La historia de la “radio alternativa” en América Latina tiene algo más de medio siglo, y en ese devenir fueron surgiendo diferentes maneras de definirla. Pulleiro (2012) destaca:

Las organizaciones e instituciones que hacen uso de la radio con fines no comerciales llamaron –y siguen llamando- a sus emisoras educativas, populares, alternativas, comunitarias, alterativas o ciudadanas. Incluso utilizan más de una denominación a la vez. Sin embargo, cada denominación se inscribe en una tradición política ideológica y hace referencia al énfasis puesto por cada emisora en su labor cotidiana. (p. 14)

No obstante, el autor sostiene que podemos referirnos a la “radio alternativa” en un sentido amplio, porque más allá de estas diferencias existen núcleos comunes a todas estas experiencias: “surgen y actúan vinculadas a las necesidades comunicacionales de los sectores populares y son medios de comunicación con objetivos que los trascienden, en el sentido de tener como horizonte el cambio social y la construcción de sociedades justas y democráticas” (Pulleiro, 2012, p. 14). Con respecto a esta cuestión, María C. Mata dice que en la actualidad se habla de “radios comunitarias” en lugar de “radios populares”, como se lo hacía anteriormente (Gerbardo, 2010).

Vale señalar que existen dos asociaciones que nuclean la mayor cantidad de radios alternativas del continente que son la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), creada en 1972, y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), fundada en 1983, la que a principios de la década del '90 estableció una sede regional para América Latina y el Caribe (AMARC-ALC). Por su parte, en nuestro país, contamos también con dos instituciones que agrupan a estos medios, que son el Foro Argentino de Radios Comunitarias (FARCO), creado en 1998, y la Red Nacional de Medios Alternativos (RNMA), que nació en el año 2004. Hay algo más de 30 medios argentinos que también están asociados a AMARC-ALC, institución que trabaja en el territorio nacional a la par de FARCO y RNMA, asentada en distintas sedes.

Al recorrer la historia de las radios comunitarias y populares en América Latina (Gerbardo, 2015), podemos decir que éstas surgen con el objetivo de alfabetizar y sensibilizar a las mayorías populares del campo y la ciudad –la iglesia católica fue una de las instituciones pioneras en este sentido-. Pero las emisoras fueron cambiando con el tiempo su misión, al abandonar su objetivo inicial alfabetizador y definir nuevos horizontes con fines sociales que tendieran a lograr una sociedad más justa. Por su parte, en Argentina, el surgimiento de estas radios tuvo lugar con el retorno de la democracia en los inicios de los años '80. Durante toda esa década, las emisoras desarrollaron sus transmisiones de forma clandestina porque –como ya se dijo- no podían obtener licencias. La década del '90, signada por políticas neoliberales de fuerte exclusión social, trajo aparejada la creación de nuevas experiencias en el campo de la comunicación popular, como modo de lucha por un sistema democrático más inclusivo. Luego, con el advenimiento del nuevo siglo y la sanción de la nueva reglamentación a nivel nacional, las radios comunitarias –con amplia participación de colectivos juveniles- pasarían a tener un reconocimiento legal en tanto espacios de deliberación y construcción política.

Las radios comunitarias tampoco están exentas de los avatares modernos relativos a las nuevas tecnologías, por el contrario, las emplean como modo gratuito de llegar a más oyentes. Las “ciberradios” (Cebrián Herreros, 2008) incluyen en sus páginas digitales elementos relacionados con la escritura como las noticias escritas, los foros, los chats, las entrevistas o las encuestas. Incluso las radios tradicionales incorporan elementos escritos provenientes de la red –como comentarios llegados a través del correo electrónico o las redes sociales-, aunque siempre a través de un periodista mediador que los lee. De este

modo, las “ciberradios” ofrecen al oyente un servicio multimedia que incluye la expresión del medio tradicional, la de los otros medios y la específica de Internet.

Sin embargo, y siguiendo a este autor, debemos diferenciar algunas cuestiones para poder conceptualizar a este tipo de radios modernas sin equivocaciones. Hasta hace no mucho tiempo, sólo reconocíamos como radio a la emitida por ondas hertzianas, que luego incorpora a la web como mero soporte de difusión. De este modo, la denominación de “radio por Internet” alude a una concepción instrumentalista de la red. Lo mismo que se emite a través de las ondas hertzianas, ahora llega por otra vía que es Internet. Poco después, surge la “radio en Internet” cuando se introducen algunos elementos propios de la red y se aplica todo su potencial para explotar otras posibilidades de la radio. Por un lado la radio tradicional incorpora componentes propios de Internet como correos, chats y foros, y por otro, Internet se abre para recoger los aportes de la radio tradicional como archivos de audio y contenidos musicales. Pero además destaca Cebrián que aparece otra variante que es la “ciberradio” o “radio web”, que tiende a establecer una plena convergencia entre estas dos instancias. “Es el nacimiento de un medio distante de la radio tradicional y de Internet para conseguir una integración unitaria de ambas. Se resalta la unión, no por suma sino por plena fusión, hasta dar origen a modelos de comunicación [...] nuevos” (Cebrián Herreros, 2008, p. 25).

La radio tradicional se ubica entonces dentro del modelo de la comunicación de masas ya que es recibida por miles de oyentes a la vez. La “ciberradio”, en cambio, da la opción de acceso individualizado y en tiempos diferentes. No obstante, fomenta la interactividad no sólo entre la página web y los oyentes, sino también entre ellos al formar una comunidad virtual de usuarios. La interactividad en la “ciberradio” es un elemento definidor, es la clave del nuevo paradigma comunicativo frente a los unidireccionales anteriores. La pregunta que se nos plantea es a qué modelos de los que acabamos de describir se pliegan las radios comunitarias, y en especial, la que nos ocupa en este espacio.

Corpus y metodología

Para comprender el recorte realizado del universo de estudio y del corpus a investigar, es necesario presentar primero la grilla de programación de La Megafónica. Había seis programas de producción propia de la radio: tres eran informativos, como

“Enredando las mañanas”, el “Informativo RNMA”³ y “Lunáticos en El Gabín”; uno de interés general, como “Isla Virgen”, otro de temas policiales como “VACAP y el Código de Faltas” y uno de tipo místico como “Somos uno”. El resto de la programación no era de producción propia de La Megafónica, sino que se retransmitía en las distintas radios de la Red Nacional de Medios Alternativos, a la cual aquélla pertenecía.

Teniendo en cuenta lo anterior, se toman como universo de estudio nueve emisiones de los meses de marzo a agosto de 2014 del programa informativo semanal “Lunáticos en El Gabín”, que se transmitía los días lunes de 21 a 23 hs. El programa fue elegido por ser de producción propia y exclusiva de La Megafónica y por tratar temas de actualidad inmediata, lo cual da pautas de la agenda informativa de la radio. Mientras tanto, de esas nueve emisiones se toman dos como corpus específico a investigar detalladamente, que son las del 17 de marzo y el 26 de mayo.

La metodología de investigación utilizada en el presente trabajo consta de varios pasos tales como el análisis documental de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su decreto de modificación, de la páginas web de la radio La Megafónica y su página de Facebook, además de las páginas web de las dos asociaciones de radios comunitarias nacionales. También, entrevistas semiestructuradas a los actores vinculados a la radio, así como el análisis del corpus seleccionado en dos niveles, dispositivo de enunciación –enunciador, destinatario, vínculo- y enunciado –estudio de las agendas a partir de las operaciones de selección y jerarquización de los contenidos-. Las categorías de análisis que se emplean se relacionan entonces, por una parte, con la noción de “contrato de lectura” (Verón, 1984) (Verón, 1985), y por otro lado con la noción de “*agenda-setting*” (McCombs y Shaw, 1972) (Shaw, 1979) (Martini, 2000).

Resultados del análisis

“Lunáticos en El Gabín” del 17 de marzo de 2014

Agenda temática

La selección de los temas de esta edición se corresponde con diferentes ámbitos: tres noticias son de orden local, dos de orden provincial, una nacional y otra internacional –que se anuncia pero finalmente no tiene tratamiento al aire-. En este sentido, los temas más próximos en el espacio parecen ser los que más importan.

³ La Megafónica colaboraba en la producción de estos dos programas, ya que en realidad pertenecían a todas las radios de la RNMA, por lo cual la AFSCA sostenía que esa programación común podía considerarse como propia.

Sin embargo, en cuanto a la jerarquización de los mismos, en el desarrollo del programa se da prioridad de orden a las informaciones sobre desalojos en otras localidades e incluso otras provincias, por sobre las noticias locales relativas a inundaciones, excesos en las multas por infracciones de tránsito o cultivos orgánicos. Puede atribuirse esta situación a las condiciones de “toma” del propio edificio desde el cual transmiten, que se hace explícita frecuentemente, razón por la cual brindan apoyo a través de la difusión a quienes están siendo desalojados en otros lugares por motivos que siempre se atribuyen a razones comerciales e injustas.

Del mismo modo, contrario a lo esperado por tratarse de una radio comunitaria, el tema provincial sobre la instalación de la fábrica Monsanto en una localidad del interior de Córdoba se privilegia en orden al tema local sobre cultivos orgánicos de Pueblo Mampa, como si denunciar la injusticia y el negocio político a nivel provincial fuera más importante que destacar lo positivo del trabajo popular local. Si bien esto, el tema al cual se le dedica más espacio curiosamente es el último en aparecer, y es el de los cultivos orgánicos locales –30 minutos, mientras que a los demás se les otorgan entre 6 y 14-, como si no se correspondieran los criterios de orden con los de duración.

Por su parte, la jerarquización de orden que se hace en los títulos pareciera ser aleatoria y no coincide con su posterior desarrollo, aunque se abre y se cierra con temas locales y se nombra al final el tema internacional sobre la independencia de Crimea –que luego no se desarrolla-.

Contrato de lectura

Los temas propuestos, como se vio anteriormente, no siguen en esta edición un orden que relacione los títulos con su posterior tratamiento, e incluso se presentan temas que luego no se desarrollan. Tampoco se destina mayor cantidad de tiempo a los temas que se jerarquizan en su orden de presentación.

No existen bloques fijos –al estilo de las secciones de la prensa gráfica- que delimiten o clasifiquen los temas. Sólo un espacio llamado “Tema Lunático”, donde cada lunes se presenta una canción diferente –es decir que se trata de un bloque musical-, y un bloque llamado “Te conozco de algún lado”, con música que lo identifica, donde realizan entrevistas, pero no aparece en todas las ediciones –por lo tanto no es estable-.

Por todo lo dicho, no existe un trayecto de escucha pautado por el medio, sino que se va construyendo durante la emisión; aunque siempre se sigue el esquema de presentación de títulos y posterior desarrollo.

Por otra parte, se utiliza una modalidad elocutiva –presencia del “yo” y el “nosotros”- y alocutiva –utilización del “tu” y el “ustedes”-, dejando marcas permanentes del enunciador y el destinatario en el texto. Una operación muy utilizada dentro del contrato de complicidad es construir una enunciación que se pueda atribuir tanto al enunciador como al destinatario al mismo tiempo, a través de lo que llamamos “nosotros inclusivo”, en este caso, aludiendo por ejemplo a “los argentinos”. Otro caso que prueba las marcas del destinatario en el discurso -con el que existe un grado de confianza-, es a través del frecuente “voceo”.

El discurso delocutivo –utilización del “él/ellos”- queda reservado para referirse a los grupos populares que resisten las injusticias versus el poder hegemónico –político, económico y mediático-, a los que frecuentemente los conductores refieren con el colectivo “gente”.

De este modo, podemos señalar que “Lunáticos en El Gabín”, según lo muestra esta edición, presenta un contrato de lectura no pedagógico, que construye una relación de complicidad con el destinatario mostrando una relativa “opacidad”, ya que el valor está en “el decir”. Hay información articulada con opinión durante todo el programa, lo cual se muestra de modo explícito.

“Lunáticos en El Gabín” del 26 de mayo de 2014

Agenda temática

Podemos señalar que los temas de esta edición son uno de orden internacional, tres nacionales y uno provincial, siendo significativo que no se haya hecho referencia a ningún tema de orden local –y más tratándose de una radio de tipo comunitaria-. Parecen privilegiarse los temas que destacan lo coercitivo y arbitrario del poder estatal, así como la resistencia del pueblo a través de sus organizaciones, todo esto por sobre la proximidad geográfica de la información.

De hecho, el tema internacional sobre el Ejército Zapatista es el tema más jerarquizado ya que se lo presenta en primera instancia. Después se pasa al tema provincial sobre el festival COFISU, y luego se tratan los tres temas de orden nacional sobre la

policía santafesina, la carpa villera instalada en Buenos Aires y el comunicado de la RNMA sobre atropellos a los derechos humanos.

Este orden se refleja también en los títulos, aunque allí no se enuncian –al menos explícitamente- todos los temas que después se desarrollan. Este es el caso del abuso policial que involucra a la policía santafesina, quizá por su reciente publicación –ellos mismos dicen que lo están mirando en la página informativa de La Voz del Interior-. También sucede lo mismo con la adhesión al comunicado de la red de medios a la que ellos pertenecen, que no es citada en los títulos, connotando aquí una cierta informalidad a la hora de anunciar los temas del día.

En cuanto al tiempo de desarrollo de los temas, a todos se les dedica más o menos el mismo espacio. Sólo la información de la carpa villera es algo más extensa, quizá debido a que se desarrolla a través de una entrevista, a diferencia de la mayoría del resto de los temas. Y la noticia sobre el comunicado de la Red, es la más breve ya que sólo se expresa allí una adhesión.

Contrato de lectura

En esta edición se puede observar una utilización elástica del tiempo radiofónico, que se condice con una enunciación no pedagógica o no tan pautada por el enunciador. Esto queda expresado en que, si bien el orden de los títulos se corresponde en esta edición –a diferencia de la analizada anteriormente- con el orden del desarrollo de las informaciones, no se enuncian en los títulos todos los temas que después se trabajan en el transcurso del programa. De esto se desprende que el enunciador no siempre establece un trayecto de escucha que oriente al destinatario.

No existe tampoco una jerarquización de las noticias a través del tiempo que se utiliza para desarrollarlas, destinándoles a todas más o menos el mismo espacio.

Tampoco se pueden identificar aquí bloques fijos más que el musical señalado anteriormente, que se denomina “Tema Lunático” y que aparece cerca del final del programa, por lo cual no se clasifica la información para facilitar su comprensión, sino que aparece en cada edición según un orden aleatorio.

Se observa un uso connotativo del lenguaje que genera complicidad con el oyente, como cuando apelan al uso del humor y la ironía mientras hablan de la invisibilidad de la carpa villera en los grandes medios, o cuando interpelan a un oyente que quitó su apoyo en Facebook.

Se utiliza también aquí un discurso elocutivo y alocutivo, que evidencia tanto al enunciador como al destinatario. En este sentido, la presencia del “yo” y el “nosotros” son permanentes en el programa. En reiteradas oportunidades también se utiliza el “nosotros inclusivo” para constituir una enunciación que es atribuible a la vez al enunciador y al destinatario. Por su parte, el “ustedes” también aparece permanentemente en el discurso del programa, y el “voceo”, que genera más cercanía, también está presente en esta edición. Además, las interpelaciones mediante la utilización de formas en imperativo también pueden encontrarse en el programa.

Nuevamente, el discurso delocutivo –“él/ellos”- se utiliza para referirse tanto a los grupos populares como al poder, e incluso también a sus propios oyentes, denominándolos con el colectivo “gente”, una entidad que se amplía indefinidamente y que implica una difusa definición del destinatario.

Por todo lo dicho, podemos señalar que “Lunáticos en El Gabín”, según vemos en esta edición, presenta un contrato de lectura no pedagógico, que implica una relación de complicidad permanente con el destinatario. Hay información articulada con opinión durante todo el programa.

Conclusión

Podemos decir entonces que en el programa analizado se observa un enunciador claramente político que construye un destinatario afín a su discurso, que trata temas muy significativos a nivel social que no obtienen visibilidad en los grandes medios, y que nuclea posiciones partidarias diversas. Vale recordar que el espacio de producción cultural o proyecto comunicacional de radio La Megafónica sienta sus bases en la organización popular El Gabín, constituida por tradiciones variadas, con objetivos políticos de grupos y clases sociales postergados.

La agenda temática del programa nos muestra que la cobertura local no siempre es la que se privilegia, sino que lo que resulta significativo destacar son los temas donde se denuncian injusticias –de un poder hegemónico sobre una clase social dominada que busca resistir-, sean éstos de carácter local, provincial, nacional o incluso internacional. Por esto mismo, podemos afirmar que se trata de una agenda polémica en casi todos los casos. Además, se observa una cierta informalidad en la presentación de títulos y desarrollos de los temas, ya que no existe una correlación de orden entre estas dos instancias.

Por su parte, la enunciación se nos presenta a través de un contrato de cercanía/complicidad entre el enunciador y el destinatario, en el cual se evidencia un presupuesto de no neutralidad en la presentación de la información y se efectúan atribuciones ideológicas al destinatario.

En cuanto al soporte del programa, pareciera que sólo existe una transposición de géneros entre “lo estrictamente radiofónico” y “lo virtual” ya que Internet no le añade nada significativamente nuevo a la transmisión, esto dicho en el sentido del concepto de “la radio por Internet” en oposición a la “ciberradio”; aunque la red se vuelve para el programa –y para la radio en su conjunto- de vital importancia, ya que permite que la señal llegue donde o cuando la antena no lo permite.

Finalmente, surge un interrogante que se refiere a la posibilidad de las condiciones de existencia de los medios comunitarios que surgen a partir de la ley de 2009. Son radios con agendas emergentes que contrastan con las radios comerciales y también con las públicas –tal como el espíritu de la normativa lo prevé-, pero que no pueden autosustentarse económicamente y a las cuales se les vuelve muy difícil cumplir con los requisitos necesarios para obtener la habilitación legal. Mata (2011) afirma sobre esta cuestión:

El desafío, en este caso, reside en no confundir logros y victorias legislativas con la transformación del orden hegemónico. Es cierto que sin instrumentos jurídicos que garanticen derechos es impensable la equidad. Pero también es cierto que esos instrumentos... son un momento más de la confrontación. Una instancia que debe sostenerse, consolidarse y ampliarse cotidianamente. (p. 21)

En este sentido, vale señalar que existe una gran diversidad de medios comunitarios con diferentes modos de gestión, los cuales muchas veces compiten entre sí por obtener una licencia. La Megafónica, como institución asamblear sin personería jurídica, sin recursos económicos suficientes y con los equipos técnicos sin homologar, se encontró en esta encrucijada a la par de otros medios comunitarios mejor posicionados. Por esto mismo, como apunta Gerbaldo (2015), “[...] las radios comunitarias deberán insistir en la implementación de planes de sostenibilidad ante las escasas políticas orientadas a destinar recursos para fortalecer los medios comunitarios y populares vigentes [...]” (p. 49).

Bibliografía

Textos:

- Cebrián Herreros, M., (2008), *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radiomóvil*, Buenos Aires: La Crujía.
- Decreto 267/2015. Creación. Ley N° 26.522 y N° 27.078. Modificaciones, Buenos Aires, 29/12/2015.
- Gerbaldo, J., (2010), Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. De los 21 puntos a la nueva Ley 26.522 y los tipos de medios audiovisuales que reconoce la legislación. En D. Cohen y M. Pereyra (comp.), *Lenguajes de la radio* (pp. 19-34). Córdoba: Editorial Brujas.
- Gerbaldo, J., (2015), Radios comunitarias de América Latina. Insurgentes, libertarias, populares, alternativas. En S. Sanguineti y M. Pereyra (comp.), *Vocación de radio. Procesos de producción* (pp. 25-53). Córdoba: Editorial Brujas.
- Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Buenos Aires, 10/10/2009.
- Martini, S., (2000), *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Buenos Aires: Norma.
- Mata, M. C., (2011), Comunicación popular. Continuidades, transformaciones y desafíos. *Revista Oficios Terrestres*, vol. 1, (n. 26), pp. 1-22.
- McCombs, M. y Shaw, D., (1972), The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, pp. 176-187. Citado en M. Wolf, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y Perspectivas* (pp. 179 y 180), México: Ed. Paidós, 1996.
- Pulleiro, A., (2012), *La radio alternativa en América Latina. Experiencias y debates desde los orígenes hasta el siglo XXI*, Buenos Aires: Cooperativa Gráfica El Río Suena.
- Shaw, E., (1979), Agenda-Setting and Mass Communication Theory. *Gazette (International Journal for Mass Communication Studies)*, vol. XXV, (n. 2), pp. 96-105. Citado en M. Wolf, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y Perspectivas* (p. 163), México: Ed. Paidós, 1996.
- Verón, E., (1984), Cuando leer es hacer. La enunciación en el discurso de la prensa escrita [Mimeo]. En *Semiotique II*, París: IREP.
- Verón, E., (1985), El análisis del “contrato de lectura”, un nuevo método para el estudio del posicionamiento de los soportes de los media [Mimeo]. En *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, París: IREP.
- Verón, E., (1997), Esquema para el análisis de la mediatización [Mimeo]. *Revista Diálogos*, (n 48).

Sitios web:

<https://facebook.com/LaMegafonica/>

www.farco.org.ar

www.megafonica.org

www.rnma.org.ar