

Aquí **Radio Bangkok:** **El Documental**



Realización: Manzi, Federico / Vigliano, Pablo

Directora: Andrea Holgado.

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional De La Plata

La Plata- Año 2006

INDICE GENERAL

Primera Parte

CONTEXTO

LOS JÓVENES EN LOS '80

Introducción	<i>página 5</i>
Aquí Radio Bangkok: El documental	<i>página 11</i>
Contexto General	<i>página 15</i>
La Cultura Joven	<i>página 19</i>
La música de la radio: El rock y el pop, de la dictadura a la democracia	<i>página 21</i>
La radio para jóvenes y el contexto radial	<i>página 24</i>
Radios clandestinas	<i>página 28</i>
Haciendo Ruido	<i>página 30</i>
Legislación en radiodifusión	<i>página 34</i>
La televisión y los jóvenes	<i>página 38</i>
La ironía y el sarcasmo	<i>página 43</i>
La “Cultura almidón”: lo permitido y aceptado	<i>página 45</i>
Las tecnologías	<i>página 49</i>
Revistas e historietas	<i>página 50</i>
El cine y el teatro	<i>página 53</i>

Segunda Parte

LA RADIO

"AQUÍ RADIO BANGKOK"

1. LA RADIO

¿Qué es la radio?	<i>página 56</i>
Perspectivas de análisis	<i>página 57</i>
Teorías convergentes	<i>página 59</i>
La radio como instrumento de difusión	<i>página 62</i>
La radio como práctica significativa	<i>página 62</i>

2. "AQUÍ RADIO BANGKOK"

Contexto radial y antecesores de "Radio Bangkok."	<i>página 64</i>
La música como matriz de la Frecuencia	<i>página 70</i>
Trama y audiencia	<i>página 77</i>
<i>El discurso radiofónico</i>	<i>página 88</i>
1. <i>Las palabras</i>	<i>página 92</i>
2. <i>Los sonidos y el silencio</i>	<i>página 95</i>
3. <i>La música</i>	<i>página 98</i>
Apelando a la sensibilidad del oyente	<i>página 102</i>
El mito	<i>página 104</i>

Tercera Parte
LA RADIO
"AQUÍ RADIO BANGKOK"

LA RADIO EN LOS AÑOS 90
(Después de "Aquí Radio Bangkok")

página 111

Conclusión

página 122

Primera Parte

CONTEXTO

LOS JÓVENES EN LOS 80

Introducción

A mediados de la década de los 80 se marca el surgimiento de nuevos modos de hacer radio en FM. El caso paradigmático fue la emisora Rock & Pop con el programa "Radio Bangkok". Hay una apuesta al contenido temático y artístico, inédito en FM, que capta al público joven dada la irrupción un lenguaje en común en el dial y del rock dentro del programa, incluso durante todo el espacio musical de la emisora.

"Radio Bangkok" logra ser una marca contundente sobre un fenómeno general de época, de inclusión a la cultura joven en la radio. Se trata de un icono, un "mito social" creado alrededor de un programa que logró manejar los mismos códigos que sus oyentes. Fue una muestra significativa de la renovación del momento para el proceder radial. Los integrantes eran Lalo Mir, Bobby Flores, Douglas Vinci y Quique Prosen en conducción; Guillermo García y Alberto "Chino" Chinén en operación técnica.

Surge dentro de una emisora, temáticamente de rock, revolucionaria, que recargaba todo su potencial en los contenidos, en programas producidos, en un momento donde todo en las FM era música. Era una emisora que marcaba la diferencia por ese lado y lograba un quiebre en cuanto al modo de manejo de la frecuencia, ya que acertaba con sus programas cómicos, entretenidos, alocados, irreverentes, provocativos, rebeldes, como el rock.

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

Hasta entonces el espacio destinado a las FM oficiales o legales, giraba en torno a la apuesta estrictamente musical en gran parte por la calidad sonora que ofrecía la frecuencia. Si en AM primaba la voz como recurso, como lenguaje de la radio, en FM primaba la música. No había programas con contenidos.

Los temas musicales estaban destinados muchas veces a un público fraccionado. El locutor hablaba con voz intimista, era muy educado y correcto. Al principio la música era muy de confort,

había mucho jazz, blues. Luego empezó a sonar más el pop, que permitía mayor heterogeneidad de público.

Al aire de "Bangkok" también aparecían "personajes" todos cómicos y desopilantes. Hasta ese entonces no había "personajes" en radio. Las emisiones hacían reír, divertían, animaban. Los personajes eran muchas veces los mismos integrantes del programa que iban al teléfono y simulaban ser oyentes con cualidades muy particulares, o salían enlatados en personajes cerrados haciendo un monólogo, o desde el mismo estudio interactuando con el resto del equipo. Así lo hacía Quique Prosen, o Douglas Vinci, que por ejemplo primero participó del programa enlatado, actuando de pastor protestante, que entre otras ocurrencias había creado para los oyentes un fondo en la radio para enviar allí las dádivas, algún dinero para que el Señor perdone sus pecados y alivie sus pesares.

Era un micrófono abierto a quien tuviera una propuesta, algún contenido para aportar. Mucha gente fue a hacer un personaje temporal o pequeñas intervenciones. Algunos de los que desfilaron por ahí fueron por ejemplo Roby Kryegel, desconocido en el mundo de los medios, probablemente porque no se dedicó a eso, pero hubo otros hoy reconocidos como el Ruso Vereá. Iba a la radio a vender discos. En un momento propuso salir en vivo con una ocurrencia que era una agencia de viajes de turismo a Irak, cuando en ese momento Irak estaba en guerra y era un peligro, y él ofrecía paseos en gomones por los rápidos de los ríos entre las bombas de los yanquis y demás ocurrencias.

En el programa se decían mentiras que eran creídas, había gritos, alusiones a transmitir desde el país oriental, decían mal la hora o la fecha. Ofrecía un estilo íntegramente destinado a los jóvenes. Complementaba su discurso radiofónico, su mensaje, con una estética muy sofisticada para la época. Era un programa de gran producción, armado artístico, sonoro. Innovaba con los efectos. Aparece allí el vómito, los flatos, la gente llamaba y se dedicaba vómitos, gritos desesperados.

Por otro camino, las radios clandestinas realizadas por jóvenes experimentaban modos diferentes a los clásicos de AM o FM sólo musicales. Eran modos desacantonados, improvisados, o tal vez en apariencia. Su fin no sólo era pedir la palabra, sino tomarla para expresar ideologías, puntos de vista, utopías, para insertar un espacio mediático, propio. Espacio que contenía música, diversión e ironía, pero a la vez análisis, críticas.

Las FM captaban la atención del público joven y sus programaciones iban destinadas a ellos, por eso primordialmente el contenido musical y el temático en esta línea de informalidad, desestructuración, sin moldes.

Era todo parte de la mecánica de un gran fenómeno de época, que sucedía también en la televisión y las revistas, en el arte: teatro, cine, pintura, movimientos de vanguardia... Los 80 fueron años de eclosión expresiva, artística y argumental discursiva. Con la democracia reciente, la gente se expresaba libremente y por medio de diversas manifestaciones. Los duros años de oscurantismo predecesores, habían implicado la "desaparición" de personas, el exilio de intelectuales y creativos, mucha tensión. Silencio.

A medida que avanzaban los 80 se iban reproduciendo los movimientos de expresión libre. En el teatro aparecían las manifestaciones llamadas "Teatro abierto" grupos del underground como las chicas de "Las Gambas al Ajillo" o en la calle los hermanos Korol con su movida de los grafitis, eran los primeros que se empezaban a ver firmados, se identificaban como "los Vergara".

En el mundo de las historietas nacían los fanzines, de difusión subterránea, alternativa al circuito comercial convencional, hechos por artistas desconocidos, tal vez sin trabajo, tal vez por hobby. La revista "Fierro", con grandes creadores como Juan Sasturain salía a la venta, otorgándole un lugar importante a la historieta nacional, que hasta entonces no lo tenía. Siempre iba incluida en revistas con otros contenidos.

En el arte, en las expresiones, se trataban temas de coyuntura, de la época. La perspectiva artística no estaba desligada de ello, sobre todo en los primeros años de democracia desde el 83.

En televisión también aparecían programas irónicos, ácidos como "La noticia rebelde" con Jorge Guinzburg y Carlos Abrevaya, que combinaba noticia con humor, mordacidad y reportajes frontales, picarescos, burlescos.

Los políticos buscaban lograr cercanía con la gente, una imagen más flexible, amena y se presentaban con Moria siendo entrevistados en la cama junto a ella.

De a poco comenzó a darse toda una suerte de traspaso de los éxitos de la radio a la televisión, que se imponía como la mayor propuesta comercial. Así se los podía ver a los conductores de "Bangkok" haciendo "La perla de Bangkok" y junto a Mario Pergolini "Rock & Pop Tv" en Telefé.

Eran programas para jóvenes, que desestructuraban también un modo de hacer televisión, pero que no corrieron la misma suerte que la radio. Las críticas no les fueron favorables, se los acusaba de atrevidos, desubicados, irresponsables, permanentemente.

La tv empezaba a mostrar y hablar de sexo, lo que tampoco terminaba de estar bien visto. El rock y los festivales eran tildados de violentos. Se acusaba el alcohol desmedido y la droga que por allí circulaba. Es la "juventud perdida." Todo aquello venía de parte de los mismos sectores que

negaban el sexo o la trasgresión. Era una época donde había de todo y como todo cambio generaba choque y molestia en una parte de la sociedad.

La gente buscaba participar permanentemente. Surgía el éxito de "Hola Susana" donde los televidentes llamaban para ganar premios. Otro sector televidente se comunicaba mientras tanto con Mario Pergolini y Ari Paluch en el programa de radio "Feedback" Era un sector más "zafado" y más joven. Pergolini más adelante cambiaba de programa, para hacer uno con más contacto con la gente, de hecho, puramente de eso, "Malas compañías" junto a Eduardo de la Puente donde hablaba con los marginados: la prostituta, el travesti, el preso...

La FM encontraba un fuerte comercial. Se delineaba al estilo norteamericano, dirigida a un público segmentado a partir de la selección musical, de las temáticas que tocaban. Se perfilaban a un público adolescente, joven, joven adulto, adulto. El mercado de los jóvenes concretamente ya estaba latente y era fuerte. Los jóvenes estaban en la mira del mercado. Los consumos culturales y comerciales que hacían se acrecentaban. Las modas cobraban vigencia, había todo un cuidado estético y físico individual, tal vez hasta trivial.

En las FM se ordenaba todo este mecanismo comercial, lo instrumentaba con los rankings, los más votados, los más pedidos de la semana, pasaban la música de moda. Pero el espectro se magnificaba y desbordaba cuando las FM se multiplicaron inexorablemente interfiriendo en el dial, porque sus dueños querían beneficiarse económicamente. Muchas se autodefinían como comunitarias, sin embargo no lo eran.

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

Desde la Universidad de Buenos Aires, desde la Facultad de Ciencias Sociales, por ejemplo aparecieron radios como "La Tribu" y "FM Palermo" que fueron fundadas con jóvenes estudiantes de las Ciencias de la Comunicación.

Ya desde 1983, el primer año de democracia, la participación cívica y política era una práctica propicia especialmente para los jóvenes. La ciudadanía acaparaba el espacio público, en manifestaciones callejeras, tanto como en la afiliación a los partidos políticos y su respectivo protagonismo, en distintas escalas. Los jóvenes se sumaban a diferentes agrupaciones estudiantiles universitarias.

Son los jóvenes los renovadores de las líneas de los partidos políticos. La Unión Cívica Radical era el partido gobernante con Raúl Alfonsín como Presidente de la Nación.

En el terreno cultural, se buscaban nuevas estéticas, engordaban las filas del teatro under, los ambientes no convencionales se multiplican. La innovación, lo creativamente novedoso avanzaba sobre todos los campos: literatura, pintura, narrativa, escultura...

Los 80 fueron años que intentaron demostrar una pluralidad de expresión y pensamiento. En todos los ámbitos dejaron huellas para las creaciones posteriores, en los años 90 y hasta hoy en día.

La presente tesis reconstruye todo este contexto desde la voz de los propios protagonistas entrevistados personalmente por los tesisistas.

Es una tesis de producción, netamente periodística, de campo. Han sido revisados los más importantes diarios de época, ha habido una búsqueda y selección en sus archivos para interpretar el estudio en esos años.

El trabajo es la investigación sobre la FM y un documental de radio en formato cd, sobre "Radio Bangkok" realizado con las entrevistas a sus realizadores, de alta calidad sonora, con material sonoro de archivo de aquellas emisiones.

Las entrevistas propias son a grandes personalidades de hoy y protagonistas centrales de aquella época y no solamente analistas de época: Los integrantes del programa Radio Bangkok: los conductores **Lalo Mir**, **Quique Prosen**, el artista plástico y creativo **Douglas Vinci**, el musicalizador **Boby Flores**, que entonces salía al aire igual, sin tener mucha idea de hacer micrófono, de hablar en radio; los musicalizadores y operadores **Chino Chinén y Guillo García**, y un protagonista muy temporal que de los que pasaban por el programa **Roby Krygel**.

Protagonistas de radio y de los medios:

Jorge Guinzburg, que ya estaba muy bien anclado en los medios y en televisión con "La noticia rebelde" un poli funcional en el mundo del espectáculo.

Adrián Korol, un referente de la libre expresión, del underground, con una movida de grafitis, con la particularidad de que eran los primeros que se hacían firmados. Eran "Los Vergara."

Alfredo Rosso, importante protagonista de radio y uno de los principales críticos de rock ya en los 80.

Tom Lupo, quien hizo historia con el que quedó como un clásico radial "El submarino amarillo" donde llevaban a los músicos y pasaban sus temas en vivo.

Jorge Dorio, que junto a Martín Caparrós hacían "Una noche de Belgrano" en la emisora con el mismo nombre, donde trabajaban Eduardo Aliverti y un joven Jorge Lanata y luego incurrió a la televisión en el ciclo televisivo cultural "El monitor argentino".

Ricardo Horvath, directivo de radio Belgrano, la más polémica por su inclinación a la izquierda y también discursivamente transgresora a nivel político.

Felipe Pigna, uno de los más exitosos intelectuales de la Historia y el de mayor aceptación por los jóvenes en la actualidad, por su estilo trasgresor, desacantonado y atractivamente comunicativo.

Sergio Pujol, prestigioso historiador y especialista en Historia y Música. Mediáticamente de renombre a nivel nacional por sus trabajos publicados en importantes medios nacionales. Autor del libro "Rock y dictadura" publicado por editorial Emecé. Conductor de programas de radio en los 80.

Ricardo Haye, especialista y estudioso de la radio, de gran prestigio a nivel internacional. Estudiado en las Universidades.

Claudio Morgado, analista y cómico, irónico, sarcástico, experiencia que le permite un análisis de los modos del proceder mediático de los 80.

Claudio Vivori, director de FM La Tribu, comunitaria. Sociólogo.

Sergio Armand, especialista en radio, que tuvo una FM clandestina en los 80.

A través de los testimonios de estos personajes competentes, se pretende no sólo "reflotar" una pieza de la historia radial sino entenderla de acuerdo a su momento histórico, sus influencias y su aporte. Reconstruir esa trama de ofertas culturales y periodísticas en las cuales estaba incluido el programa "Radio Bangkok".

Es una tesis de producción radial. Es un audio-documental sobre "Radio Bangkok" y su novedad e influencia para la radio, y una carpeta de análisis contextual general de época y sobre los contenidos del programa.

Se destaca en estas dos producciones audio-documentales y escrita, la relevancia del archivo como soporte para recrear realidades históricas distantes, porque resulta fundamental para el trabajo a desarrollar analizar en su contexto, y a través de piezas testimoniales, el rompecabezas que significa reflotar y un producto como Radio Bangkok .

"Aquí Radio Bangkok: el documental"

El documental es uno de los formatos periodísticos más completos y complejos para su realización, en lo que se refiere a forma y contenido. Es un formato que ofrece una variada gama de posibilidades de construcción discursiva y lingüística, que se potencia con el empleo de efectos y recursos sonoros.

"Aquí Radio Bangkok: el documental" es una producción que refleja lo que significó este mítico programa, aún hoy recordado por los antiguos oyentes debido a su gran potencial humorístico y creativo. En la producción se problematiza sobre la novedad e influencia que el ciclo implicó para la radio. La óptica desde la cual se enfoca el análisis gira en torno a cómo se hacía el programa, desde las voces de sus mismos protagonistas y de actores mediáticos de la época, que convalidan, sostienen el discurso abordado en todo el trabajo de tesis.

Las distintas entrevistas son reveladoras acerca de cómo surgió la idea de llevar adelante "Bangkok", la forma en que se conocieron sus integrantes, de dónde venía laboralmente cada uno, cómo cambió la dirección del programa respecto al proyecto inicial y las causas. Un lugar preponderante ocupa el análisis de la construcción discursiva del ciclo radial, la música, la audiencia, el modo de trabajar la radio en esa época y el tipo de humor utilizado, para lo cual se analizaran radioteatros, sketches y otras situaciones delirantes comunes dentro de Bangkok.

Durante el transcurso del trabajo los protagonistas se refieren al lenguaje utilizado en aquella época en el programa, los modos de hablar "como en la calle", la introducción de múltiples conductores (en este caso 3), aún pisándose al aire unos con otros. En el documental se indaga sobre las influencias que traían los hacedores de Bangkok, programas que ellos oían y los cuales funcionan a modo de antecedentes.

"*Aquí Radio Bangkok: El documental*" es una producción de cuarenta y cinco minutos de duración aproximadamente, íntegramente realizado por los tesisistas: entrevistas, búsqueda de material de archivo sonoro, de información en general, composición narrativa, proceso de edición y montaje, de muy cuidada calidad sonora y técnica.

Está separado en siete tracks temáticos, que marcan los ejes de análisis desarrollados en el documental y lo hacen apto para su difusión en radio en emisión de una hora, estableciendo los momentos donde se insertan los cortes comerciales. También puede ser acompañado en una revista o publicación periodística para ser reproducido en los hogares de quienes adquieran la publicación con el cd.

Sus elementos son:

- Entrevistas propias a los principales protagonistas del ciclo, que legitiman el discurso general de la realización documental. Se trata de personalidades vinculadas directamente al programa, como también otras del mismo medio que convivieron temporalmente con Radio Bangkok. A través de la memoria colectiva, que conforman los recuerdos de los entrevistados, se pretende revivir el programa y reconstruir el entramado contextual de aquella década en la voz de sus principales actores.
- El montaje y la edición buscan un estilo dinámico, pensado para un público juvenil, utilizando muchos recursos estilísticos de la actualidad radial: Cortinas dinámicas, efectos de sonidos para reforzar el sentido de lo que se narra, recursos técnicos para recrear los espacios sonoros, etc. El objetivo primordial es recrear la "génesis" de Bangkok, esa superposición de voces que se pelean por tener la palabra, una vorágine al micrófono.
- Locución y narración unificadora de la trama argumental. Se busca un estilo tranquilo y neutro, para que la narración relaje el ritmo rápido generado a través del tipo de compaginación del documental. La participación del locutor / narrador busca orientar la escucha hacia los puntos más importantes, cohesiona los ejes troncales que conforman el discurso. La voz del locutor es la palabra de los realizadores, una guía que intenta no adoptar el estilo propio de Radio Bangkok, ni hablar con el lenguaje "de la calle", como lo hacen los entrevistados, sino guiar al oyente para que no pierda detalle del análisis hecho por los autores.
- Material de archivo con carácter ilustrativo y de evidencia sobre lo que se está indagando. Es utilizado para apoyar el análisis del programa, buscando que el oyente pueda escuchar muestras generosas del ciclo.

"Aquí Radio Bangkok: El Documental" es la recreación de un programa histórico, en una época específica, con la atención volcada hacia los acontecimientos reales, los propios protagonistas, que hablan de la época y de sus propias vivencias. En tal sentido se adapta a la época contextualizando el programa, trata las condiciones sociales, presenta las biografías en lo pertinente de los actores centrales, vislumbra distintas opiniones sobre un tema, acude al recuerdo, lo anecdótico, técnico, al oficio, armonizando fines intelectuales y emocionales.

Reflexiones acerca del género documental:

El documental permite abordar en profundidad un tema determinado, dando lugar a la reflexión, conjeturas, conclusiones, tratamiento detenido de diferentes ejes que hace al tema. Proporciona absoluta libertad de esquema de trabajo y creatividad sin limitaciones para la realización.

Para el documentalista chileno Néstor Hugo Cárcamo¹, *"el documental es una pieza radiofónica trabajada mediante el estudio de la realidad desde las posibilidades más cercanas y mirada desde el mayor número posible de ángulos. Para consignar los hechos utiliza todos los recursos radiofónicos que acepta el tema sin deformarlo. Organiza estos documentales de manera coherente, atractiva y lo más completa posible en su presentación."*

Son imprescindibles los procesos de edición y montaje, en lo cual se ha tenido especial atención y minuciosidad, porque es lo que permite, como dice Mario Kaplún², contundencia en el mensaje, integridad y concordancia para la óptima interpretación de los oyentes, causando su juicio y análisis atento.

Es la forma "vestir con las mejores ropas" el modo que mejor lo presente. Y se presenta para un público joven y adulto, entre los 17 y 50 años de edad. La edición combina, música, diálogos, fragmentos de programas, fragmentos de radioteatros, entrevistas, frases, efectos que conjugan en una producción dinámica, ágil y entretenida, como se hace radio hoy en día, de una manera muy clíptica: breve y concisa. Es un documental para jóvenes de un tema radial, construido atractivamente y para los adultos también, que estarán interesados porque es sobre lo que escuchaban, lo que conocen.

El documental apela también a lo que Ricardo Haye destaca en su libro "La radio de Siglo XXI" a la sensibilidad y la emoción. Los "diálogos" entre los protagonistas, sus declaraciones, están cargadas de énfasis sentimental, dramatismo, exaltación y no en meros análisis. Lo mismo sucede con el uso de efectos, las distorsiones trabajadas durante la edición, los giros temáticos, hechas para generar risa, entretenimiento, atención y nostalgia en los oyentes.

Para Ricardo Haye³ *"el objetivo del documental es satisfacer una necesidad informativa ampliada, profundizando en las causas y consecuencias, explicando detalles, analizando caracteres, reproduciendo aspectos, estableciendo interrelaciones, procurándoles contexto a las*

¹ Citado en "Hacia una nueva radio." Ricardo Haye, Paidós, 2002, Buenos Aires.

² Mario Kaplún en "Producción de Programas de Radio", Colección Intiyán, Ediciones CIESPAL

³ "Hacia una nueva radio." Ricardo Haye, Paidós, 2002, Buenos Aires.

cosas que pasan. Pero cuando el comunicador aplica su lupa sobre algún hecho, también tiene la ocasión de involucrarse, coloreando el trabajo con observaciones o detalles. No se trata de distorsionar los hechos sino de dotarlos de sabor, el cima que poseen las palabras sabias y bellamente combinadas." Así como las palabras, todo el lenguaje radiofónico, que incluye además: música, sonidos, efectos.

Contexto General

Cada momento histórico, período o década, está marcado por un particular contexto social, político y cultural. Es necesario indagar estos tópicos, elaborar un revisionismo, para lograr un estudio y comprensión de ciertos aspectos muy puntuales, particulares, que en este caso es la radio FM para jóvenes, tomando como caso paradigmático al programa "Radio Bangkok" emitido por la Rock & Pop.

Lo más característico de los 80, es que aquellos años representan un giro hacia la libertad expresiva, intelectual, laboral y un auge en la realización cultural. Es un período de grandes avances en el proceder social y político, en modo gradual desde la apertura democrática, en relación a lo que habían sido los 70 todos esos años de represión intelectual e ideológica, a fuerza de asesinatos. El terrorismo de Estado impuesto por las Fuerzas Militares era el pasado inmediato y presente en aquellos años del regreso democrático.

En 1983 la democracia representaba para la mayoría de la población civil, sobre todo para los jóvenes, la posibilidad de reanudar una práctica que se había perdido hacía mucho tiempo en Argentina. Ese interés se hizo notar a través del incremento de la participación ciudadana en distintos espacios. Crecieron las afiliaciones a los partidos políticos y la presencia de hombres, mujeres y jóvenes en las movilizaciones callejeras. Reaparecieron las agrupaciones juveniles que renovaron los cuadros dirigentes. El Radicalismo asumió los tiempos de cambios a partir de la figura de Raúl Alfonsín, que intentaba disputarle el liderazgo a Ricardo Balbín, con este objetivo había creado el Movimiento de Renovación y Cambio, dentro del radicalismo.

El discurso de Alfonsín en su campaña electoral había apelado a la Constitución, a la revalorización de la democracia y a la Justicia como medio de castigo a los militares golpistas. En 1983 el radicalismo obtuvo un triunfo aplastante frente a las fuerzas opositoras. El radicalismo era la mitad más dos.

Sin embargo había cierta confusión aún desde el mismo partido Radical Gobernante, que fue muy contradictorio a nivel general, incluso mediático. Por ejemplo, en esa misma "cultura democrática" que proponía, en sus medios de comunicación estatales trabajaban Bernardo Neustadt y Mariano Grondona, autodefinidos oficialistas de la dictadura discursivamente durante todo aquel período, y a su vez, del otro extremo, tenían a periodistas como Ricardo Horvath y Eduardo Aliverti, emparentados con una posición de Izquierda.

Abordado el tema por **Felipe Pigna**⁴, sostiene que "esta supuesta pluralidad era absolutamente discutible, porque el Gobierno les cedía espacios dentro del Estado a quienes nunca tuvieron un compromiso con la democracia. El radicalismo tuvo características de: -pseudo democratismo- incluso contratando intelectuales orgánicos claramente opositores y en algunos casos, que directamente iban a socavar la democracia".

Hubo un caso muy puntual de confrontación extrema entre medios ideológicamente opuestos, que incluyó un atentado. Sucedió en la AM estatal *Radio Belgrano*, apodada despectivamente como *Radio Belgrado* por los sectores más conservadores. Allí trabajaban Ricardo Horvath, Ricardo Aliverti, Jorge Lanata. Tras una serie de amenazas, la inhibición de publicidad oficial para no prolongar la vida de la emisora, un día estalló una bomba. Un claro atentado a la libertad de prensa, a la libertad de expresión.

Dentro del alfonsismo hubo este doble juego y doble discurso. La compra, por otra parte, de la revista *Humor*, no alcanzaba para frenar el avance de la derecha.

La pérdida de la credibilidad popular marcó el comienzo de un proceso que terminaría desgastando su apoyo. La no resolución de Los Juicios a las Juntas fue uno de los principales detonantes.

El argumento radical eran las amenazas de todo tipo a jueces, funcionarios, políticos y al orden público en general, dato que daba cuenta (aún) de la presencia fuerte de las Fuerzas Militares avaladas por intelectuales orgánicos de un amplio sector de la sociedad civil.

Desde otra óptica, estas eran presiones a las que el alfonsinismo terminó siendo complaciente por los *acuerdos previos* de no avanzar en el juzgamiento a los responsables del genocidio llevado a cabo en nuestro país entre 1976 y 1983.

El ámbito cultural

Había gran efusividad por la participación democrática, ciudadana y política tras largos años de oscurantismo. Toda una nación se hacía notar a viva voz en los terrenos de la cultura.

En las artes, los modos de expresión mutan, innovan, impactan, son más frontales y plurales dada la supresión de la censura, fieles reflejos al contexto de época y ahora sí, atreviéndose a apostar a un discurso distinto, progresista, crítico con fusiones de géneros, estilos y estéticas.

⁴ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Diciembre 2005

Los medios se modernizaban. Aparecían protagonistas de las más variadas características, las temáticas que se trataban se multiplicaban, reflejando así una sociedad que parecía no conocerse, que vivía oculta, censurada.

Empezaba a hablarse de sexo, tomaba la palabra la prostituta, el travesti, el gay. Se hablaba con menos prejuicios y desde todos los puntos de vista, teniendo la palabra el preso, el pobre, el marginal. La democracia ofrecía un proyecto cultural totalmente opuesto al de la Dictadura cargado de prohibiciones y censuras.

En cambio durante el resurgir democrático se podía cuestionar, adquirir enfoques polémicos. En este sentido **Felipe Pigna**⁵ sostiene que *"la democracia llevó de manera inmediata al crecimiento del pensamiento crítico, a otro tipo de humor en los medios, a la ironía, a programas de investigación, a más libertad"*.

Con la apertura democrática aparecían dos canales televisivos privados, primero el 9, después el 2. Estaban en manos del Estado anteriormente, el resto siguieron siendo estatales pero de a poco, fueron "cambiando de dueño". Con las radios y los medios gráficos sucedía lo mismo. Estaban en manos privadas.

En materia de política cultural y educativa se había intentado modificar tanto las formas como los contenidos de la enseñanza, eliminando los mecanismos represivos existentes. Por un lado se desarrolló un programa de alfabetización masiva, y por el otro la convocatoria a un Congreso Pedagógico Nacional que buscaba poner en discusión qué modelo de enseñanza iba a reemplazar al modelo cultural ofrecido en los años de oscuridad.

En el mundo universitario, el retorno de un importante número de intelectuales, científicos, artistas y jóvenes exiliados, había servido para renovar el sistema y las estructuras académicas. Estos mismos intelectuales, aprovechando la convocatoria realizada por el poder político, participaron en muchos casos de propuestas del Gobierno al ofrecerle sus conocimientos como Asesores o Técnicos.

El 28 de febrero del 87 se llevaba a cabo el Congreso Pedagógico para debatir la problemática educativa en la que el Gobierno estaba centrado en el afianzamiento de la instrucción pública.

Otros cambios culturales que tocaban el sentido de la moral, habían sido por ejemplo la sanción de la Ley de Divorcio Vincular en 1987 y la de la Patria Potestad Compartida, que acarrió la oposición de la Iglesia.

Los rasgos de la eclosión cultural y política ya venían gestándose por lo bajo desde 1981. Los partidos políticos ya tenían a sus militantes pujando por un cambio. En la cultura, el movimiento

⁵ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Diciembre 2005

llamado Teatro Abierto, venía pujando por la libertad de expresión frente a las restricciones. Se presentaron obras de autores consagrados y noveles. En otro ámbito, cientos de revistas culturales hechas “artesanalmente” circulaban en las distintas ciudades, sobre todo, en Buenos Aires. Grupos de estudiantes y profesionales de la Literatura, las Ciencias Sociales, Humanidades se reunían en Centros Culturales o bares temáticos. Muchos de ellos que no podían manifestarse en las Universidades. Estas reuniones era conocidas como “cultura de catacumbas” como las denominó Santiago Kovadloff en 1982 en su ensayo “Una cultura de catacumbas” que trascendió y fue retomado a lo largo de los años por teóricos e investigadores, en alusión al modo en que los primeros cristianos hacían resistencia y profesaban su fe, ya que la tenían prohibida en el terreno público.

La Cultura Joven

Si bien era una época que ganaba en libertad y expresión, el logro no era proporcional en el terreno de las utopías generales o de grupos sociales. Empezaba a primar el individualismo, porque ya las utopías hippies, los ideales colectivos y sociales de todos esos jóvenes que se reunían en recitales pacíficos, estaban acabados. Tras 30 mil muertos en el país, y una guerra perdida contra una potencia mundial, quedaba solamente la necesidad de pedir Justicia por los desaparecidos y tratar que la democracia permitiera un desarrollo personal.

Alfredo Rosso⁶ fue uno de los más importantes protagonistas en la difusión y crítica del rock en los años 80 y continúa siéndolo en la actualidad. Al respecto ilustraba con palabras que acontecía a mediados de esa década: *"Es una época bastante vacía de ideología -no sé lo que quiero, pero lo quiero ya- decía Sumo, y es un poco el sello de los '80"*.

"Había un mercado culto al hedonismo" continúa *"es la década en que empieza a tener importancia el cuidado del cuerpo, el gimnasio, la dieta, por un lado. Por el otro, paradójicamente, es la época de las drogas pasatistas, es la época de la cocaína: -Hay que sentirse bien a cualquier precio, no puedo permitir deprimirme- pero uno después entra en el círculo vicioso: -me deprimó cuando bajo de cocaína, entonces tomo más cocaína para no deprimirme-"*.

La clase media argentina era muy amplia, producto de décadas del Estado de Bienestar. A ella pertenecían el médico y el obrero especializado, y los consumos culturales coincidían. Era otra Argentina en términos de su estructura económica, política y social.

Había identidades muy marcadas. En los primeros años de la década había mucho sentido de pertenencia y de lucha por imponer lo que cada uno consideraba ideológicamente correcto y conveniente. Era muy común que un universitario militara en alguna agrupación. *"Se daban coincidencias interesantes"* explica **Felipe Pigna**⁷ *"porque por ejemplo, los consumos culturales de un joven de la Juventud Radical se parecían mucho a los gustos de uno de Partido Intransigente o del MAS: había lecturas compartidas, conciertos en los que convivían, revistas, programas de radio que podían escuchar. Eran identidades marcadas en todos los sentidos, en los guetos musicales también: existían los ricoteros, que se cargaban sobre todo de una iconografía combativa y rebelde, cuando en realidad sus letras eran mucho más poéticas y metafóricas, y los sodas que se deleitaban con una música, como dice Gustavo Cerati, más comfortable. Identidades que en aquel momento eran mucho más fuerte que hoy, como las del -cheto- y las del -barrio-"*.

⁶ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Junio 2005

⁷ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Diciembre 2005

Durante los primeros años de reconquista del espacio público, casi la totalidad de las presentaciones de libros, mesas redondas de intelectuales, inauguraciones de muestras artísticas, muestras plásticas, exposiciones científicas, incluían referencias críticas y más o menos directa al terrorismo de Estado.

Llegaban del exilio prestigiosos hombres y mujeres del saber que eran recibidos con las puertas abiertas de las Universidades. Allí se implementó un sistema de Gobierno Tripartito, representados por los profesores, alumnos y graduados, los tres claustros de la comunidad universitaria.

Las artes pugnaban por encontrar nuevas formas estéticas. En el teatro, diferentes grupos se movían en los sectores no convencionales, en el underground, sus propuestas no eran nada tradicionales y parodiaban a la "cultura seria". En muchos casos incorporaban elementos de otros ámbitos como el circo y la danza, relegando a un segundo plano la palabra, por la habilidad corporal y la acrobacia, potenciada con recursos técnicos interesantes como el despliegue de iluminación, juegos de sonidos y la utilización del video. Algunos grupos que se destacaron fueron "La Fura de Baus" y "La Organización Negra" que incluso obtuvieron renombramiento internacional.

El video se había insertado como novedoso en toda muestra o manifestación. En las artes plásticas tanto como en las esculturales hay tolerancia por las distintas miradas. Se generaba una búsqueda de formas de los más diversos temas. Se generalizaban las llamadas "instalaciones" que eran una combinación de video, escultura y escenografía.

La música de la radio: el rock y el pop, de la dictadura a la democracia

Durante los diez años antepuestos había un divorcio, concretamente, entre la *lucha armada* y el *hippismo*. Los dos movilizaban numerosos grupos de personas, pero eran muy diferentes. El hippismo hablaba de la paz, la lucha armada hablaba de cambiar el mundo mediante la revolución armada. Con las organizaciones armadas a fines de los 60, desde la aparición pública de Montoneros y el secuestro de Aramburu, comienza el fenómeno de la guerrilla con alguna perspectiva política.

En ese contexto estando las otras identidades o las otras posibilidades de identidad joven, prohibidas, censuradas o perseguidas, era casi un riesgo la identificación como estudiante universitario o como militante de una organización política y mucho más como intelectual crítico.

Entonces existían otros espacios culturales que servían para eso. El historiador e investigador **Sergio Pujol**⁸ resalta: *"El rock era un gran reservorio de todas esas identidades que estaban tapadas, censuradas o directamente hostigadas. Por eso la música es tan importante en esos años, por eso se va cargando de un sentido extramusical"*.

Entre las alternativas culturales, la música aparecía como un lenguaje abstracto, no representativo, más difícil de aprehender. La censura funcionaba mejor en el campo escrito. Era más fácil detectar el ingreso cultural marxista - leninista en libros, en textos, que en una canción de León Gieco, Miguel Cantilo o en un tema de Charly García. *"La censura operaba frente a la música prohibiendo su difusión, pero no su creación y circulación por otros ámbitos"* analiza **Pujol**. *"-El fantasma de Canterville- era un tema que estaba prohibida su difusión, pero yo recuerdo a Gieco cantándolo en vivo"*.

A tono con sus declaraciones, uno de los más prestigiosos periodistas y difusores del rock en los 80, **Tom Lupo**⁹ recalca que *"los medios que verdaderamente son oponentes al sistema no están, la revista -Humor-, persistió toda la dictadura, entonces ¿era tan contestataria? O finalmente uno podría decir que esas tapas donde había un dibujo animado de la dictadura no la termina humanizando un poco... Porque al final vos veías una caricatura de Videla y ya no era tan asesino ¿sí? En cambio -Satiricón- que pertenecía a un grupo de niños ricos, pero fue mucho más directa, la cerraron inmediatamente"*.

⁸ Sus citas, de entrevista realizada por los tésistas. Junio 2005

⁹ Sus citas, de entrevista realizada por los tésistas. Julio 2005

El rock nacional en radio no ocupaba un espacio de difusión muy popular. Había una cultura rock, había publicaciones y programas, algunos que quedaron en la historia como "Submarino amarillo" de Tom Lupo en Radio Rivadavia AM, 630 Khtz, y 103.1 Mhtz. En la banda de FM; "El tren fantasma" con Omar Cerasuolo, en la misma emisora, o "Imagínate: Flecha Juventud" de Alberto Badía con Graciela Mancuso en Radio del Plata, el ciclo 9PM, con la participación de Lalo Mir y Elizabeth Vernaci, en Radio Del Plata FM (1982/1985)

Pero el rock se vuelve masivo después de la guerra de Malvinas, cuando para imprimir un sentido nacionalista al país la dictadura obligaba su difusión. Se quitaba Queen, Sting, por ejemplo, todo lo que era en inglés, para reemplazarlo por música nacional.

Más tarde, surgía la *segmentación en radio* como *FM Rock & Pop* desde agosto de 1984, como la primera radio temática de rock y pop, valga la redundancia. Incluso el rock tuvo un cambio de estética con las bandas *New Wave* como Virus o Soda Etéreo.

Sergio Pujol¹⁰ diferencia las etapas "La estética del rock en los '70 era más seria, más intelectual si se quiere, donde había una negación de la música fácil, del baile, o de lo que pudiera tararearse fácilmente, todo eso era interpretado como una trivialidad. Era considerado un modo de escapismo ante la realidad. El uso de la metáfora primaba en el rock, se podían hacer interpretaciones, lecturas políticas. Las canciones no eran muy políticas, pero las interpretaciones que podían hacerse habilitaban una interpretación política, por eso eran -letras contenidistas- Cuando aparece Virus, la sociedad y la crítica lo asocian con la frivolidad, con el pasatiempo y no era así. Cuando Virus decía: -no fumo soy moderno-, estaban ridiculizando, parodiando esa cultura a la que Virus pertenecía".

El cambio que hubo fue en el lenguaje, en la estética. El rock no necesitó ser marginal, porque estaba en todos los medios. El rock protestaba contra muchas cosas, protestaba contra un modo de vida occidental y cristiano: te casarás, tendrás hijos, serás una persona liberal, iba contra el Sistema.

Tom Lupo¹¹ manifiesta que "el rock entró en un circuito donde el marketing es muy importante, digamos, la trasgresión ya no estaba en el rock. Yo diría que pasó a los grafitis, pasó a la poesía, se desplazó, porque todo rockero estaba ansioso de que la discográfica escuchara su disco, para poder grabarlo ahí".

¹⁰ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Junio 2005

¹¹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Julio 2005

"Sin embargo" parece completarlo **Pujol**¹² "no quiere decir que el rock haya perdido lugar o que las letras de Virus hayan sido menos políticas. La coyuntura era diferente. Hubo una diferencia de pensamiento, que fue incomprendida por muchos en un primer momento".

El discurso había cambiado indudablemente, si Charly García por ejemplo no había sido perseguido ni desaparecido, era por ser pacifista en sus canciones, se apartaba de lo que era la guerrilla, pero ya en los 80 dejaba el pacifismo y demolía hoteles.

¹² Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Junio 2005

La radio para jóvenes y el contexto radial

La Amplitud Modulada en nuestro país era históricamente la banda por excelencia de los radioescuchas de todas las edades. Pero desde finales de los años 70, la vedette radial comenzaba a tener una inesperada compañera que ingresaba en silencio y por la puerta chica: la Frecuencia Modulada. En sus inicios era netamente musical, un anexo de las AM que ofrecía una propuesta limitada, con blues y jazz, con voces masculinas muy graves, y con palabras demasiado correctas y entonadas.

La FM comenzaba un proceso de popularización con la apertura del abanico musical que se producía. Sonaba mucho mejor que la AM. Las canciones se podían escuchar con mejor calidad, se las graba, y la frecuencia, con el tiempo, iba pasando a ser identificada con los públicos jóvenes y adolescentes.

Claudio Vivori¹³, sociólogo y miembro fundador de FM La Tribu, destaca que *"con la FM aparece un nuevo nicho comercial. -Rock & Pop- surge manteniendo el modelo norteamericano de radio claramente segmentada y destinada a un grupo etario. Lo que agrega esta emisora y en especial el programa Radio Bangkok son los formatos hablados, el contenido"*.

La FM tiene mucho éxito comercial con la música y empieza a ordenarla, instrumentarla con los rankings, los más votados, un sistema norteamericano que buscaba "democratizar" la lista musical que emitían las radios. A su vez se va parcializando en cuanto a público destinatario, con un discurso y una estética acorde.

En el período donde la propuesta fuerte de las FM pasaba por la música, *Rock and Pop* apuesta al contenido para poder competir comercialmente. Las condiciones en que operaban mucha de estas emisoras, entre ellas Rock & Pop, eran muy precarias, un trabajo muy a pulmón en el sentido en que no se contaba con la tecnología adecuada ni los equipos funcionaban correctamente. Incluso hasta costaba mucho trabajo y dinero conseguir los discos nuevos para ampliar la variedad del repertorio, por este motivo también es que la *Rock and Pop* apostaba a los programas con contenido, a una radio hablada.

En el programa "Radio Bangkok" trabaja un ya genial conductor y editor de radio, Lalo Mir, dos musicalizadores que eran Bobby Flores y Enrique (Quique) Prosen, y un creativo, un artista plástico, Douglas Vinci que se integra en tercer término. Tanto Bobby como Quique pasaron al aire con Lalo luego de unas semanas con un solo conductor. El programa pasaba a tener tres voces y luego se sumaría Douglas.

Era un programa donde las voces dejaban de ser meticulosas y cuidadas como lo venían siendo hasta entonces. El ciclo se identificaba con la trasgresión. Era una época de cambios vertiginosos. Los cuatro eran jóvenes que venían de sufrir una etapa oscura y tenían algo que decir, a su modo, con un lenguaje urbano, como en la casa, adaptado a la radio, con un mensaje cifrado en el código juvenil de trato informal, en confianza, tratando los temas que tocaban os grupos de amigos.

Rock & Pop puso en evidencia la fuerte presencia de los jóvenes en la radio, con un humor surrealista destinado a un tipo de joven de clase media ilustrada, porque había un código cómplice que entender y era complejo. Después fue bajando el nivel social y el mensaje se hizo más abierto. El otro tipo de público se sentía identificado dentro de diferentes radios que apostaban a pocas palabras y a una música un tanto más comercial.

Bangkok era trasgresor en tanto producía un discurso propio volcado al humor y la ironía, explotando los recursos de la radio con efectos, jingles, producciones artísticas creativas con la tecnología del momento. El lenguaje era trasgresor para lo concebido como forma de hablar al aire. Se expresaban como la gente, hasta incluso si era necesario se escuchaban algunas "pateadas"

El gran pasaje de audiencia desde la AM hacia la FM se produjo en la segunda parte de los 80. Arrastró contenidos, formatos y estéticas a la nueva frecuencia y viceversa. Fueron modificaciones que se hacían audibles, porque aparecía un elemento desvalorizado en la FM: *la palabra*.

Efectivamente el público se acrecentaba porque había un código, una complicidad un guiño, un juego y *Bangkok* acertó como propuesta original en los jóvenes por su discurso innovador desestructurado, desacartonado.

Dentro del espectro radiofónico existían propuestas comunitarias locales y regionales afines con temáticas muy puntuales y particulares de cada lugar. En comunidades humildes o muy pequeñas estas radios hacían las veces de teléfono, por donde se enviaban mensajes a una persona y un vecino o amigo se lo comunicaba al destinatario, si no llegaba a escucharlo personalmente. Las radios servían como fomento e incentivo, además de informantes, de las actividades sociales, políticas y culturales que se realizaban.

¹³ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Mayo 2005



PERSONAJES DE LA RADIO

Aquí Bangkok, ¿quién anda allí?



Lalo Mir tiene 35 años y hace casi 20 que trabaja en radio, pero desde hace cinco meses conduce desde Rock & Pop el espacio Radio Bangkok, un programa matinal que con buena música y aristas delirantes, desafía en ese horario a los espacios tradicionales.

El estilo que Lalo le imprime a Bangkok bien parece una cruzada contra la solemnidad orientada, hacia quienes desean "divertirse o simplemente escuchar música y pavadas, en el buen sentido de la palabra".

Lalo Mir dialogó sobre las características de un programa que desde la ficción —así lo define Lalo— produce efecto sobre lo real. Ese otro lado al que alude Lalo es el que permite saber al público —si el horario ni la temperatura coinciden con lo que anuncian otras estaciones—, que escucha Radio Bangkok.

—¿Como nació la idea de Radio Bangkok?

—Surge casi por casualidad. En marzo me ofrecieron hacer la mañana. Yo no estaba acostumbrado a trabajar en ese horario porque siempre hice espacios nocturnos. Empezamos con la idea de volcarnos más hacia el lado del humor; una mañana rockera para que la gente se despierte, quebrar un poco el sistema de la radio de la mañana —que es bastante denso—, dedicada a la política y a la información. Creemos que la seriedad y el compromiso están muy bien, pero hacia falta una opción más fresca, más distendida, para la gente que quiere divertirse o simplemente escuchar música y pavadas, en el buen sentido de la palabra, pueda hacerlo.

—¿Se reivindican como un espacio marginal?

—No, creo que tratamos de hacer un programa popular con una onda marginal. Hoy están de moda las radios piratas y nosotros tratamos de sonar así. Lo que decimos va para todo el mundo porque son cosas que interesan, algunas pueden ser más raras o marginales y obviamente hay un metalingaje, pero no es cerrado y se puede entender.

—¿Creés que el impacto del programa reside en su carácter de cosa loca, por ejemplo?

—Es informal y tratamos de seleccionar todo lo que decimos. El 90 por ciento de las

son fidedignos. Elegimos las noticias que nos parezcan más ridículas, tanto de los diarios como de las revistas y en el contexto que las ponemos nosotros sugiere que es una irrealidad; es un poco el juego entre la realidad y la fantasía.

Esto da la sensación de que estamos transmitiendo desde otro país o desde la vereda de enfrente y eso copa mucho.

—¿Y ese otro lugar qué efecto creés que produce en el imaginario del escucha?

—Hay diferentes clases de efecto. Hay gente que entendió el juego desde el primer momento y sabe que todo esto es una parodia, es un programa de ficción, pero hay otros que se sorprenden. De pronto escuchan el programa en un colectivo o en un taxi y dicen: "Perdón, qué radio está sintonizando? ¿Es onda corta? ¿Pero de dónde transmiten? La hora no corresponde y la temperatura tampoco", pero después de escucharlo dos o tres días la gente entra en el juego.

—La mañana parece ser un espacio bastante heterodoxo en cuanto a la composición de la audiencia. ¿A quién apunta el programa?

—Hay varios tipos de audiencias, aunque los más participativos son los chicos, porque tienen más tiempo para hablar por teléfono y comunicarse con nosotros, que es bastante difícil, porque tenemos una sola línea. También las madres de los chicos se han ido entusiasmando y hasta participan, pero hemos descubierto otro público que por el tipo de trabajo que realiza nos puede escuchar, además de los taxistas. Parece que la cosa se ha polarizado: el programa de Larrea es un programa de taxistas y escuchado por taxistas, pero los más jóvenes se inclinan por el nuestro. Lo mismo sucede en los colectivos, en donde muchos se sorprenden o rien.

—Por qué elegiste el nombre de la capital de Tailandia como nombre de tu programa?

—Simplemente me parece, a pesar de no conocerla, una ciudad alucinante en todo sentido. Es una ciudad misteriosa, exótica y controvertida como nuestro programa: todo es negro y blanco, riqueza y miseria, arte y nada, barro y villa, rascacielo y truchada, comercio internacional, negocios de sexo y cli-

La situación de las radios en el interior era que muchas veces no podían sostener su infraestructura o bien querían potenciarla. Había tráfico de casets y la posibilidad de llevar producción desde Buenos Aires, donde se apostaba más a la producción, al pre-elaborado de la radio, hacia el interior. Los estudios de radios importantes de Buenos Aires preparaban contenidos y artísticas y los mandaban a las provincias, incluso programas enteros.

Había frecuencias moduladas abocadas a las problemáticas de su comunidad, o que fueran de contenido netamente local. Eran comunitarias. Éste era un aspecto fuerte sobre la función del medio. Pero había otro aspecto que era el de tener una radio en la clandestinidad, para hacerla propia, como negocio redituable, que podía ser una necesidad expresiva seguramente genuina, pero que se transformó un *boom* para vender publicidad. Empezaron a aparecer los famosos "kioscos" radiales y este caso fue parte del fenómeno de las radios libres o clandestinas.

Desde la Universidad de Buenos Aires, desde la Facultad de Ciencias Sociales, por ejemplo aparecieron radios como "La Tribu" y "FM Palermo" que fueron fundadas con jóvenes estudiantes de las Ciencias de la Comunicación.

Radios clandestinas

La historia de los medios radiales alternativos en Argentina se inicia en plena dictadura militar, cuando en el año 1979 el locutor rosarino Miguel Ángel Biagioni, luego de alejarse de la emisora en la que trabajaba, inicia desde su propia casa una serie de emisiones experimentales sin autorización legal. "El 2 de febrero de 1980 pone en el aire rosarino el canal 19, al que denominó *modulación de frecuencia estereofónica*"¹⁴.

Aún en pleno proceso militar, en el desértico dial de la FM se encontraban más emisoras clandestinas como *Radio Capricornio* o *Radio Robin Hood*. La aparición de las emisoras de baja potencia se generó lentamente. Aquel sueño aventurero empezaba a gestarse.

En el país a mediados la década del '80 se produce el gran auge de las radios llamadas "clandestinas"¹⁵. La expresión "pirata", al referirse a radios clandestinas, nace debido a las primeras emisoras de frecuencia modulada europeas, especialmente en Inglaterra, transmitieron desde barcos fuera del territorio nacional, impidiendo así las acciones legales y la incautación de los equipos.

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

El éxito de estas radios alternativas se apoya en la comunicación directa con sus oyentes a teléfono abierto. Tiempo después las radios comerciales copiaron esta idea de darle voz al oyente, aunque de forma muy limitada, para parecerse cada vez más a las *truchas*.

Naturalmente, este tipo de amenazas para el "equilibrio" siempre encuentran una manera de salir y burlar la seguridad del sistema, y para la radio pirata la salida fue proporcionada por el mismo sistema que la condenó: la tecnología y sus avances hicieron que las posibilidades tocaran al ciudadano normal, ese mismo que no cuenta con los recursos para crear una gran emisora.

Desafiaban abiertamente al **decreto-ley de radiodifusión 22.285 de 1980**, que se encuentra vigente *desde la dictadura argentina*, por el cual no se permite a entidades intermedias y a grupos sociales el acceso a licencias de radios y canales de televisión (ver legislación en radiodifusión más adelante). Dadas las condiciones que exigía para enmarcarlas, no permitía que las pequeñas y medianas pudieran sustentarse en el marco de sus exigencias. Sí, en cambio, favorecía a las grandes emisoras, que por tal condición nunca se interesaron en la sanción de una Ley de Radio Difusión más equitativa.

¹⁴ Carlos Ulanosky, Gabriela Tijman, Días de Radio, Emece, Buenos Aires 2004.

Es importante aclarar que en nombre de esa ley se efectuaron decomisos, amenazas y clausuras de emisoras. Aunque en el año 1989, el COMFER (Comité Federal de Radiodifusión) otorgó permisos provisorios, en 1993 se registraron 800 denuncias. En 1994, el COMFER reconoció la existencia de aproximadamente dos mil emisoras de baja potencia en todo el país, de las cuales sólo un poco más de la mitad poseían la habilitación.

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

Dada la gran magnitud del caso, para la sociedad una radio clandestina no era vista como una "radio delincuente", aunque a eso suene. Este tipo de medios hacían posible que una persona común y corriente arme un estudio radial en su garaje, que la gente escuche lo que ellos tienen para decir y hacer posible que la verdad salga al aire.

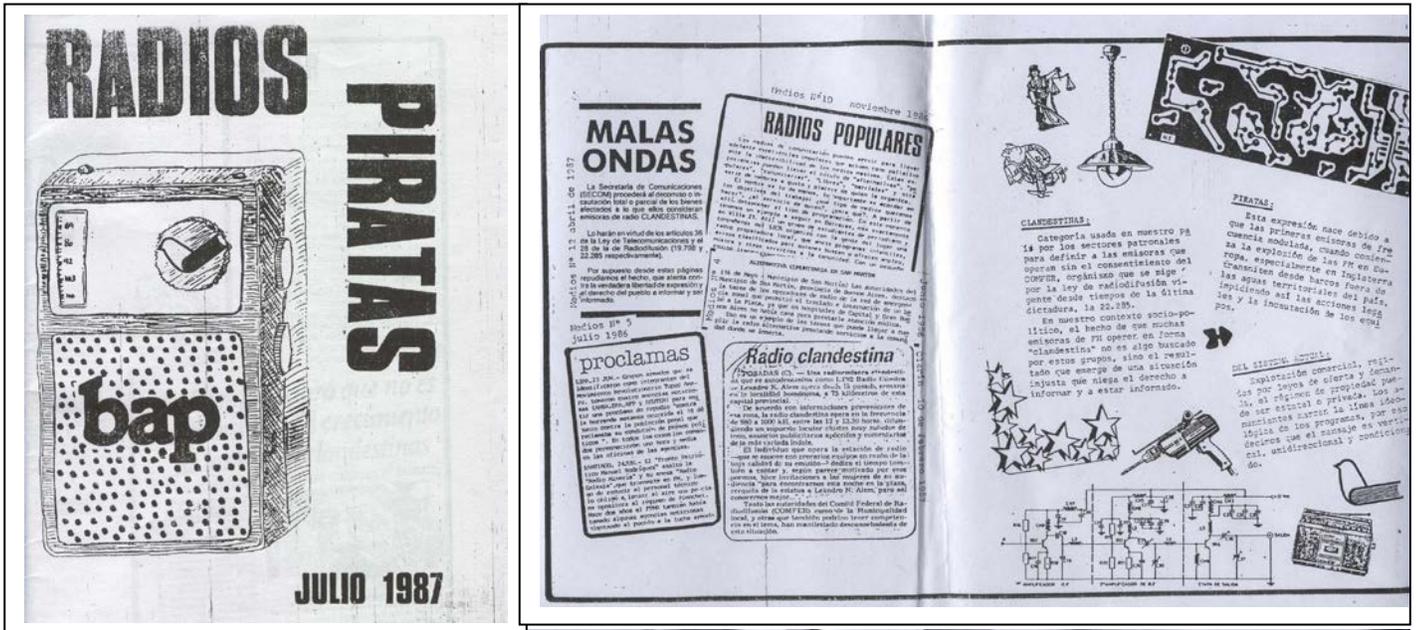
Simultáneamente, este fenómeno de explosión expresiva iba mucho más allá de una respuesta a necesidades comunitarias, para **Sergio Armand**¹⁶ "se vinculó simplemente a la cada vez más fuerte idea de expresarse sin depender de los medios pre-establecidos. Así, la formalidad del lenguaje radiofónico fue desplazada, y el lenguaje verdaderamente cotidiano ganó el dial"¹⁷.

Muchos consideran las funciones de la radio y los medios de difusión: educar, informar, entretener, tener un sentido comunitario, siendo estas muy difíciles de cumplir dentro de este marco que es favorable a los grandes grupos mediáticos, hecho para mantener el sistema, que impide una implementación de medios con relaciones de producción no convencionales, a costa de las leyes que favorecen a grupos de poder, donde transmitir todo desde una postura más local, más barrial, está prohibido.

¹⁵ Categoría usada en nuestro país por los sectores patronales para definir a las emisoras que operan sin el consentimiento del Comfer.

¹⁶ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Julio 2005

¹⁷ Armand Sergio, Radio Lienzo Sonoro apuntes para una radio posible, año 2003, Editorial Grafi-k, Buenos Aires.



SECOM

En abril de 1987 la Secretaría de Comunicaciones informó a través de una boletín que "según la industria y los comunicadores, los equipos instalados en las estaciones de Televisión y radiodifusión no autorizadas por la SECOM, en virtud de la plena vigencia del artículo 15 de la Ley 19.732 de Radiodifusión, no están sujetos a la Ley Nacional de Radiodifusión".

Apoyando el día 27 de mayo de 1987, se hizo una solicitud en el Departamento de Radiodifusión respondiendo a un aviso publicitario aparecido en el mismo diario en el cual se ofrecía el montaje integral de estaciones de frecuencia modulada, recordando a los potenciales compradores que estas emisoras no autorizadas son "ilegales" y que prevén la confiscación de equipos y la denuncia penal.

Hacia el momento la SECOM no tenía una política clara de amonestación, ni de sanción, ni de aplicación de las sanciones y a través de las reuniones de trabajo con los privados se...

SECRETARIA DE COMUNICACIONES
"RADIOEMISORAS DE BAJA POTENCIA"

LA NACION

En un comunicado emitido en el mes de mayo de 1987, la Secretaría de Comunicaciones informó a través de una boletín que "según la industria y los comunicadores, los equipos instalados en las estaciones de Televisión y radiodifusión no autorizadas por la SECOM, en virtud de la plena vigencia del artículo 15 de la Ley 19.732 de Radiodifusión, no están sujetos a la Ley Nacional de Radiodifusión".

BOTONES DE MUESTRA

ARPA

La Prensa 2 de abril 1987

Apoya ARPA conceptos de Antonio Tróccoli

La Asociación Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA) se declara hoy "entusiasta" por las declaraciones del diputado Antonio Tróccoli de combatir las emisoras clandestinas de "frecuencia modulada".

Tróccoli dijo el 23 de marzo que esa clandestinidad de emisoras "afecta el funcionamiento de los medios de difusión que tienen un carácter comercial y que poseen una estructura empresarial, pasan impuestos y pagan salarios de todo tipo para la población comercial".

En ese sentido, sostuvo que "este problema estamos enfrentando con mucha seriedad para detener este fenómeno" asegurando que el gobierno "va a recurrir a la justicia en todos aquellos casos donde existan compromisos de justicia legal de los medios de difusión".

ARPA sostiene, en un comunicado, que "no puede el ejercicio legal de los medios de difusión tener a la mano que se manifiesta que se quiere atentar contra la opinión de las masas altas autoridades políticas de la Nación, revelando no solo una clara comprensión del problema, sino que la cuestión no está en un simple momento declarativa, sino práctica". (NA)

Es el mismo organismo que en noviembre del '79, al realizar el I° encuentro de Radiodifusoras Privadas en la ciudad de Mendoza se manifestó "con unánime convicción denominación, pluralidad y libre", principios que por otra parte están en vigencia plena en el campo institucional, colectivo original, de este proceso y retardados por las negociaciones nacionales". Estas las se encuentran en los párrafos.

COMFER

Ya en agosto del '83 Pedro Sánchez de Guajibá de carácter de "apoyo en otros sectores de la administración pública para poner al avance de las emisiones irregulares". Manifestaba por ese entonces que cuando expresaba su preocupación a Alfonsín reclamaba a la SECOM "el desmoronamiento de una estación clandestina se me figura que estoy escribiendo de una obra a los Reyes Magos".

Un poco más adelante, en mayo del '87, Sánchez denunció como "escandaloso el crecimiento de la cantidad de radiodifusoras clandestinas que operan en el país", agregando que "mucho más audaz, más implacable, resulta la actividad de estaciones que instalan y operan gobiernos provinciales y administraciones municipales fuera de toda norma y al margen de toda pauta". Es decir, que no se atienen a las leyes de facto.

El Comfer aclaró que no es responsable del crecimiento de las radios clandestinas
 "Carecemos de apoyo para contener el avance"

El delegado normalizador del Comité Federal de Radiodifusión, Pedro Sánchez, declaró ayer que el organismo "no es responsable del crecimiento de las estaciones de radio clandestinas" y declaró que "carece de apoyo en sus acciones de administración pública para contener el avance de las emisoras ilegales".

De esta forma, el funcionario "soltó el freno de una reciente declaración de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas en la que se denunciaba "una tendencia que permite asegurar que se están multiplicando las emisoras ilegales".

Sánchez: "Carecemos de apoyo para contener el avance del crecimiento de la difusión clandestina y que el Comfer..."

"Botones de muestra" 27 de mayo de 1987.

Haciendo Ruido

Dentro de aquellas experiencias, más conocidas a fines de la década, aparece el caso de "El Bulo de Merlín" que en 1988 transmitía desde una pieza ubicada al fondo de la casa de uno de sus integrantes.

Entre los cómplices de aquellas aventuras se encontraban, entre otros, Eduardo Berti y Pablo Avelluto. Transmitían desde las 7 de la tarde hasta las 3 de la mañana. Por su cercanía a la quinta presidencial, los conductores acostumbraban a decir que el entonces presidente Raúl Alfonsín solía llamarlos en sus noches de insomnio. Incluso Mario Pergolini pasaba por la radio para transmitir con los conductores de turno.

Era una radio como tantas otras que colmaban el dial e interferían, hacían ruido, en la sintonía de las grandes radios, las legales.

Todo concluyó cuando tres caballeros llegaron a la puerta de la casa con sus corbatas, sus maletines y su Cabo Primero de la comisaría:

-Buenas, venimos a allanar

-Muéstreme la orden judicial

-¡Pero como no!

Luego de comprobar la orden proveniente del juzgado número 3 de San Isidro Fernando Collazo dijo: "pasen."

El resto es una página más dentro de la larga historia de los decomisos efectuados por la Secretaria de Comunicaciones.

En el año 1988 nació "**FM La Tribu**" que desde el barrio de Almagro nació como un experimento de radio de ideología comunista, para los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Debería haberse llamado Radio Revuelta¹⁸, porque democráticamente era el nombre que había ganado en la elección, pero nadie estaba convencido de querer llamarla así finalmente, por lo que otro nombre que había quedado eliminado en la instancia de selección tomó fuerzas hasta instalarse. El recuerdo de cómo quedó ese nombre se desvirtúa entre sus realizadores hoy en día, pero Claudio Vivori lo sintetiza "El stalinismo a veces era eficaz."¹⁹

¹⁸ "La Tribu, comunicación alternativa" Editorial La Tribu, 2000

¹⁹ "La Tribu, comunicación alternativa" Editorial La Tribu, 2000

El nombre era representativo de un grupo con las mismas inquietudes, la misma ideología, la misma intención para comunicar. Su ex director, Ernesto Lamas, en el libro *La Tribu*, la definió como "abierta, artesanal y caliente."

Fue una de las primeras emisoras barriales en contar con una unidad móvil de exteriores, donada por instituciones escandinavas. Como muchas otras radios alternativas, tenían montada su antena en secreto, en este caso, cuenta el libro de *La Tribu*, era en el techo del edificio y le decían a la gente del consorcio que era necesaria para recibir buena señal de radio, así como la antena de la tv evita la interferencia en la televisión, que ellos como estudiantes la necesitaban. Cuando iban a la radio y tocaban el portero, nadie debía decir ni hacer referencia de la radio. Nadie debía enterarse.

22 NOV 1987 3000 PAGINA 12 BUENOS AIRES

EL BULO DE LOS LAMENTOS

CLAUSURA DE UNA RADIO PIRATA

196

El pasado lunes 16, a las 14 horas, la Secretaría de Comunicaciones, ordenó decomisar los equipos de El Bulo de Merlín, una radio libre de Olivos. Pese a la presión que desde hace tiempo ejercen las radios y otros medios privados, es la primera vez que en la Argentina se clausura una radio libre. La medida coincide con la presentación de un proyecto de ley de radiodifusión que no fue debatido públicamente, pese a las promesas

(Por Eduardo Blaustein) Los tres caballeros llegaron a la puerta de la casa con sus corbatas, sus maletines y su cabo 1°. Ahí mismo dejaron estacionado el vehículo de la Secretaría de Comunicaciones, que, según dijo alguno, "podía servir para desmantelar ATC". Los caballeros tocaron el timbre, golpearon la puerta discretamente, hicieron palmas en el umbral de la casa cualquiera del barrio de Olivos. Pero en esa casa no había caso ni había nadie. Los caballeros encogieron los hombros y se limitaron a esperar. Venían demostrando paciencia desde mucho antes.

El señor Fernando Collazo llegó por fin, los vio y quizá no se sorprendió. Argentina ya es un país civilizado.

—Buenas, venimos a allanar.

—Muéstreme la orden judicial.

—Pero cómo no.

El señor Fernando Collazo, que pese a todo es una persona de corta edad y estatura, y que además luce un jopo moderno, comprobó la firma del señor juez federal Doctor Pablo Hernán Quiroga, secretario N° 3 del Juzgado Federal de San Isidro y subrogante de otro juez, Alberto Piotti, que estaba de viaje con otros temas en mente. Collazo atinó a pedir la credencial de alguno de los caballeros, el señor Collazo dijo: Don Ramadán Ramadán, con ese nombre, bien podría ser bibliotecario en Alejandría, ayacoltah o joque con plia ya, en Marbella. Pero nunca funcionario público y detector de radios piratas.

"Pasen" dijo Collazo, y el grupo detector ingresó a esa casa tipo chalet, situada a cuatro manzanas de la estación Borges, en donde todavía quedan empleados de Ferrocarriles dedicados al mantenimiento, aunque por allí no pasan trenes hace decenios, cuando el Corto Maltés visitaba estas tierras. Encabezado por Ramadán Ramadán, el grupo atravesó el living, esquivó un potus, fue recibido por dos perros carifonosos, salió a un jardín diminuto y allí estaba. En ese lugar exacto, una pieza de servicio de dos por dos, venía funcionando El Bulo de Merlín desde hacía diez semanas, emitiendo en 92,9 MHz.

—Ajá—dijeron.

Entonces comenzó la negociación.

—Nos llevamos la bandeja giradiscos.

—Lévensse el radiotransmisor, ese el aparato que les interesa.

—También lo llevamos.

—¿Por qué no se lleva el micrófono en vez de la bandeja?

—El micrófono y el mezclador, también los llevamos.

Los funcionarios seleccionaron los 13 discos y 8 cassetes que constan en

(Por E.B.) Hace más o menos dos años que surgieron las radios libres en la Argentina y hace cuatro años largos de democracia que el gobierno viene prometiendo un "gran debate" sobre el tema comunicacional y del cual "los piratas del aire" son sólo una parte. La decomisión de los equipos de El Bulo de Merlín coincide, no casualmente, con la presentación de un proyecto de ley de radiodifusión que finalmente se discutió entre las paredes del Consejo para la Consolidación de la Democracia, órgano de imprecisas funciones al cual van a parar buena parte de los debates que en el país se prometen y esperan. Existiendo un Parlamento, partidos políticos, medios de comunicación y un abanico inmenso de sociedades intermedias, no queda claro por qué debe ser ese órgano de asesores el que discuta la cuestión en primera instancia.

En estos años de imprecisiones legales, en los que la ley de radiodifusión vigente fue la 22.285 de la dictadura, el ataque más sorprendente contra las radios ilegales (que ya son unas 300 y que en absoluto conforman un bloque homogéneo en sus características) partió del funcionario privatizador por excelencia, el Sr. Pedro Sánchez, titular del COMFER. Según su definición, gente como la de la primera radio decomisada son "provoedores cuyo objetivo es hostigar al sistema de sociedad abierta y retornar a la etapa previa a diciembre de 1983". Definiciones como ésta fueron apuradas en continuas campañas de las cámaras empresariales ligadas a la comunicación. "Estamos a las puertas del desorden", dijo uno de los comunicados de la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA), en prosa estilo 1975.

En estos años de fuga hacia adelante, de pujas por el poder y crisis recurrentes por el control de los medios estatales, la Secretaría de Comunicaciones también venía siendo presionado por los intereses privados y el propio

Pedro Sánchez, para clausurar las emisoras ilegales. Existe una versión según la cual Sánchez habría iniciado un sumario administrativo contra un alto funcionario de la SECOM por no haber actuado según lo previsto, ejerciendo el poder de policía. En el caso de El Bulo, "La radio fue cerrada por violar las disposiciones vigentes, de ninguna manera estas radios pueden seguir operando", dijo a este diario Roberto Tezón, secretario de radiodifusión dependiente de la SECOM (el titular de la secretaría está en viaje por Italia).

Esta manifestación del funcionario contradice la idea de que El Bulo fue decomisado fundamentalmente por conspirar contra "la moral y las buenas costumbres" y significaría abrir la puerta para la clausura y decomisión inmediata de las restantes 300 radios, lo cual no sería muy político para el gobierno. Se sabe que existían grabaciones de El Bulo en la SECOM, que "la orden vino de arriba" y los caballeros que visitaron la casa de Olivos insistieron en que la SECOM tiene bien detectadas muchas radios libres más, cosa que Tezón niega.

Paralelamente, en el marco de las múltiples competencias superpuestas en materia de comunicación, la conflictividad del tema de las radios libres se demostró en uno de los espacios más progresistas del ámbito oficial. En Radio Municipal la periodista Daniela Basso invitó en su programa a algunos miembros de radios libres. Fue notificada por un funcionario para limitarse a tratar "temas triviales e intrascendentes", en un comunicado con membrete. A los pocos días se anunció que el programa iba a ser levantado. En cuanto al proyecto de ley elaborado para el gobierno, la situación de las radios libres no se modifica en lo sustancial, aunque se establecen 45 días para solicitar la regularización de estas emisoras. ARPA ya se apresuró a calificar esta mínima modificación como "una desfachatez" y amenazó con "un escándalo" si el Ministerio del Interior no termina "con el flagelo de las radios clandestinas".

Página 16

Legislación en radiodifusión

Tras el golpe de estado en 1976 los canales de Televisión 9, 11 y 13 de Buenos Aires, sumados a las emisoras del servicio Oficial de Radiodifusión y las decenas de radios y televisoras comerciales administradas por el Estado, fueron utilizados por los gobiernos militares para difundir mensajes pro-gubernamentales.

Con una política sobre contenidos fuertemente censora y con ciertos tintes nacionalistas, los funcionarios del Proceso señalaron en reiteradas ocasiones su voluntad de privatizar los medios en manos del Estado y favorecer el desarrollo del sistema de radiodifusión el desarrollo del sistema de radiodifusión a través de la explotación de nuevas frecuencias por manos privadas, aunque nunca lo hicieron.

En 1980, cuando ya se había anunciado el fin de la "guerra contra la subversión" y reinaba el criterio de la plata dulce, producto de la política económica aperturista con un dólar excesivamente barato, la junta de gobierno sancionó la ley de radiodifusión 22.285, vigente hasta nuestros días con leves modificaciones. Ésta fue diseñada por funcionarios del Poder Ejecutivo, con apoyo de las principales asociaciones patronales del sector.

Para llevar a la práctica la **ley 22.285** se crearon organismos como la Secretaría de Información Pública dependiente de la Presidencia de la Nación, destinada a orientar la programación de las emisoras oficiales e intervenir en la elaboración y actualización del **Plan Nacional de Radiodifusión**²⁰; la Secretaría de comunicaciones, que tenía todas las funciones de desarrollo y control técnico del sistema; y el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), organismo con funciones relativas a la administración, planeamiento y control de los servicios de radiodifusión.

Para **Ricardo Horvath**, periodista, escritor y directivo de radio Belgrano en los 80, luego analizar la situación legal de la radiodifusión argentina²¹, opina que "*la implementación del Planara marca el surgir de la concentración monopólica de los medios desde un ángulo legal, a partir de la licitación de las frecuencias que exigía la ley de radiodifusión.*"

²⁰ Luego de sancionar la Ley de Radiodifusión, se aprobó por Decreto N° 462/81 el Plan Nacional de Radiodifusión previsto por la ley, que consistió en determinar las frecuencias disponibles y a partir de allí llamar a concurso público para prestar los servicios haciendo uso de las mismas. Que posteriormente el Decreto N° 1151/84 dispuso la suspensión in eternum de la aplicación del Plan Nacional de Radiodifusión, lo que derivó en un verdadero congelamiento de la cantidad de prestadores, delimitando de ese modo la libertad de prensa y elección de los ciudadanos.

²¹ Horvath, Ricardo. *La trama secreta de la Radiodifusión Argentina*. Tomos I y II. Editorial Unidad y Editorial Rescate, Buenos Aires 1986.

La Unión Cívica Nacional presentó a los electores de octubre de 1983 un detalle de sus propuestas en el campo de la comunicación social. En diferentes párrafos de la plataforma partidaria se mencionaban las directrices a seguir en materia mediática, indicando la búsqueda de soluciones nuevas y transformaciones que les permitieran romper la falsa disyuntiva entre una total estatización de los medios de comunicación y una total privatización de los mismos²².

Al poco tiempo de asumir Raúl Alfonsín a la presidencia, se revisaron las concesiones de licencias de emisión de radio y Tv hechas por el gobierno militar entre 1981/1983, se intervino el COMFER –dado que su composición, dispuesta por una ley de facto no era acorde con las formas de representación democrática-y se dictó el **decreto 1151/84 que dispuso la suspensión del Planara** y del llamado a concursos hasta tanto se sancione una nueva ley de radiodifusión.

Esta norma resultó de capital importancia, ya que al no sancionarse una nueva reglamentación de la radiodifusión hasta la actualidad quedó prácticamente bloqueado el desarrollo legal de medios "de aire". Las pautas prospectivas que había elaborado el gobierno para la evolución de la radiodifusión, contemplando cierto crecimiento de la radio en FM y la televisión quedaron sin efecto, y en su lugar no se aprobaron planificaciones alternativas.

En la práctica las medidas quedaron a mitad de camino porque el radicalismo si bien suspende Planara, después no da el paso que era necesario: crear la nueva ley de radiodifusión. Horvath recuerda bien aquellos vaivenes que rodearon al proyecto de ley: *"Alfonsín creó el Consejo de Consolidación de la Democracia con personalidades de la cultura para redactar una ley de radiodifusión muy buena, pero el mismo Alfonsín nunca presentó el proyecto en el parlamento: Lo cajoneó. Fue muy marcada la injerencia de personas vinculadas a los sectores privados de la radio"*²³.

En Agosto de 1988, los tres candidatos presidenciales con mayores posibilidades de triunfo en las elecciones generales previstas para Mayo de 1989 (Carlos Menem, Eduardo Angeloz y Alvaro Alzogaray) se pronunciaron a favor de a privatización de las radios y canales de televisión administrados por el Estado, en el marco de unas jornadas organizadas por la Comisión Empresarial de Medios de Comunicación Independientes (CEMCI).

La situación irregular de la ocupación de las bandas de Frecuencia Modulada por más de 2000 radioemisoras que no tenían cabida en el estrecho marco legal tuvo un tratamiento más que errático durante la gestión radical, Ricardo Hoorvath sostiene que: *"si bien la mayoría de ellas no*

²² Noguér, Jorge, Radiodifusión en la Argentina, Bien común, Buenos Aires 1985.

²³ Entrevista realizada por los tesisistas. Agosto 2005

fueron sacadas del aire, hasta la llegada del gobierno justicialista de Menem no se había intentado una solución de fondo para permitir su existencia"²⁴.

Como tradicionalmente sucedió con los cambios de gobierno en Argentina, la política estatal frente a los temas ligados a la comunicación social fue redefinida a partir de la injerencia de nuevos actores políticos y sociales con la asunción del presidente Carlos Saúl Menem y sus hombres de confianza nombrados en el sector mediático. El gobierno entrante debía definirse frente a la necesaria reconfiguración del sistema público de radio y televisión, así como resolver las conflictivas cuestiones heredadas de la gestión radical.

Durante el primer mes de mandato del presidente Menem se tomaron medidas que formaban parte del clásico ritual de los nuevos gobiernos frente a las emisoras estatales: en cada una de ellas se establecieron investigaciones y auditorias internas, denunciándose públicamente presuntas irregularidades de los administradores, y sobre todo, haciendo hincapié en los crecientes déficits crónicos que las televisoras administradas por el estado venían arrastrando desde los tiempos del gobierno militar. Pero la problemática giraba en torno a como llevar adelante el proceso de privatización de todos los medios de comunicación estatales.

A fines de julio de 1989, el titular del Ministerio de Obras y Servicios Públicos, José Roberto Dromí anunciaba el cierre inmediato de las empresas en manos del Estado que fueran deficitarias y no prestaran servicios públicos esenciales.

Carlos Menem, aprovechando los primeros instantes de su presidencia y el apoyo inicial de la gente ante la nueva gestión, impulsó la privatización mediática.

En 1989 la vieja ley de radiodifusión heredada de la dictadura aun continúa vigente, pero surge una nueva norma que marcará el inicio de la privatización más feroz: **La ley 23.696 de Reforma del Estado, sancionada por Roberto Dromi**²⁵.

La implementación de esta ley le dio al Poder Ejecutivo la orden de regularizar los medios de comunicación existentes, pero el Estado sólo inscribió a casi la mitad de las emisoras de FM, sin abrir nunca el registro de las AM y de los canales de TV de baja y alta potencia, que habían comenzado a aparecer en diferentes lugares del país, como Salta, Misiones, Rosario, Gran Buenos Aires, etc.

En muchos casos se emitieron decretos que alimentan el negocio de unos pocos, como ocurrió con el "robo" de Radio Municipal, que Menem cedió a Daniel Hadad, una radio con grandes prestaciones que se vendió fraudulentamente.

²⁴ Entrevista realizada por los tesisistas. Agosto 2005

²⁵ Sancionada: agosto 17 de 1989 Promulgada: agosto 18 de 1989

En forma de respuesta a las fuertes medidas adoptadas por el ministerio de Economía y Obras y Servicios Públicos se desarrolló un movimiento para mantener en el aire a las emisoras. Muchos de sus integrantes eran los trabajadores nucleados en la Confederación Sindical de trabajadores de medios de Comunicación Sociales y Audiovisuales (COSITMECOS), más el fuerte apoyo de la comunidad artística nacional.

La postura sindical en el testimonio de Néstor Piccone, secretario de organización de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires, planteaba: "defendernos de la privatización, en el marco de la legislación actual, es asegurar para el futuro el rol del Estado como orientador de las políticas integradoras y federalistas que no se contradicen en nada por abogar y proponer, al mismo tiempo, a un sistema mixto (de radiodifusión)"²⁶.

Nunca la dirigencia democrática a cargo de la administración del Estado estuvo a la altura de la organización de la sociedad, ni en condiciones de poder frente a la presión de los multimedias y el capital extranjero (que ingresó por la ventana a los medios de comunicación nacionales). Además no pudo establecer los mecanismos necesarios a fin de convalidar el diseño que el pueblo se había dado al ocupar laboriosa y responsablemente el espectro de radio y TV disponible y desocupado, generando mas de 35.000 puestos de trabajo directos y mas de 20.000 indirectos, sin subvenciones de ningún tipo ni ayudas por parte del Estado.

En nuestro contexto socio-político, el hecho de que muchas emisoras de FM operen en forma "clandestina" no es algo buscado por estos grupos, sino el resultado que emerge de una situación injusta que niega el derecho a informar, y a estar informado de la forma más libre posible.

²⁶ Informe en Revista Crisis, Buenos Aires, 25 de Agosto de 1989.

La televisión y los jóvenes

Había programas que marcaban un modo, una tendencia, eran transgresores, atrevidos y desacartonados, por contrapartida, eran los más polémicos y cuestionados.

La perla de Bangkok y **Rock & Pop TV** eran los que Daniel Grinbank, director de la FM, ponía en la pantalla de canal 11 los domingos a las 22.30 con Lalo Mir, Mario Pergolini, Douglas Vinci, Boby Flores, Raquel Mancini y Lara Zimmerman.

Eran de entretenimiento, con el lenguaje que los jóvenes traían de su casa y los temas que a ellos como público potencial les interesaba: mujeres, música, juegos, concursos. Sobre todo al televidente masculino.

Se hacía la competencia del "Largo de pecho", que no era natación precisamente, sino competición de mujeres en bikini, donde el público masculino estaba en la "Tribuna del partido erecto" y votaban a las más voluptuosas. Había concursos de canto, en el que el peor se ganaba un tortazo en la cara. Se mostraban videos y trabajos de producción ya editados muy estilísticos y refinados; otros muy producidos con ingenio, mucha estética, y las novedades en video clips extranjeros, que eran más modernos que los nacionales.

Toda esta historia había empezado con Grinbank mismo en *Rock & Pop tv* presentando videos musicales. Se televisaban muchos video clips extranjeros, que contaban con una gran producción y montaje tecnológico en los procesos de edición, que todavía no se realizaban a nivel nacional, de hecho los líderes en esto eran los Estados Unidos y algunos países europeos. Por tal razón los programas musicales de tv adquirían especial atractivo. Luego Grinbank puso otros conductores y un contenido como en la radio.

En el diario **Clarín del 19 de abril de 1988** Carlos Polimeni firmaba un artículo donde hablaba de Grinbank y decía "*de empresario en crecimiento incontenible en el ámbito del negocio del rock, ha mutado en astro televisivo.*" El programa "Rock and pop" conducido por él iba de lunes a viernes de 18 a 19 horas. Su éxito aumentaba de a poco tras dos meses al aire, es decir había empezado en febrero del 88, y se debía a la diferencia que había entre comprar video clips y pasar uno tras otro, a hacer con ellos un buen programa televisivo de rock con especiales como los de Fito Páez, Soda Stéreo y Charly García.

Polimeni aseguraba que Grinbank reconocía no tener soltura ante las cámaras, pero que seguiría intentando llevar adelante la propuesta auspiciada a ojos cerrados por Pepsi.

La imagen que el artículo señalaba de Grinbank, era la de "*un Sofovich del rock, que se completa con un sello discográfico, una editorial, una FM y la agencia de organización de*

espectáculos que trajo a Sting, Tina Turner, The Cure, Los Ramones, por hablar de los más recientes".

La orientación a la difusión de los clips extranjeros, ratificaba la nota de Polimeni, se debía a la sorpresa que causaba en el momento, siendo que los nacionales, como dijo un productor de Grinbank "dan vergüenza ajena. Tuvimos que sacar cosas de GIT o ZAS"

"Grinbank, el zar del rock criollo" según Polimeni, tras su poco desacartonamiento en la conducción puso al aire a Pergolini, Lalo Mir y Douglas Vinci. Tras el resultado positivo de la fórmula, "Bangkok" pasó a tener su espacio también en tv, en "Radio Bangkok TV."

Los contenidos de estos programas eran atacados desde los medios y determinados sectores sociales. "La Nación" del 22 de julio de 1988, por ejemplo, criticaba su humor "atrevido y burlesco", y su tinte irónico y sarcástico, que "quedaba mal". Criticaba su contenido sexual y lo tildaba de ordinario. Reprochaba el uso del lenguaje "donde al hombre se le dice macho y a la mujer se la trata de mina", además del uso de otros términos "ordinarios", cuando no populares, ni de la calle.

La nota hace un contraste, como dice el artículo, entre los videos preproducidos, de calidad y "los espacios de presentaciones: juegos y concursos que muestran una actitud totalmente opuesta." Se está refiriendo a secciones como los partidos de volleyball brasileños con conducción de Douglas Vinci y Bobby Flores; noticiero gracioso; canciones en reparo por ejemplo a los hermanos Shocklender; el "Largo de pecho", donde las "minas" entraban a la pileta a concursar ante los gritos de los hombres.

El artículo del mismo diario del día 22 finalmente sentenciaba que "para ser original es necesaria la imaginación y eso es lo que escasea en el programa, y en general en toda la tv" El día 26 el mismo diario publicaba otra crítica en similar tono.

Frente a ellas el "Diario Popular" del 30 de octubre de 1988 elaboraba una nota con toda clase de respuestas donde Lalo Mir decía, como está titulada la nota "a los que nos critican les molesta el cambio"

Tanto él, Vinci como Flores decían que les molestaba a los críticos el cambio de código, el hablar como en la calle en Tv.

"No sé por qué se las agarran con nosotros" se sorprendía Vinci "Yo he visto a Bo Derek desnuda a la tarde y nadie dijo nada"

"Me parece que son mucho más terribles los certámenes Miss Universo" se defendía Mir "ahí se transa carne envueltos en lujos y hay otro tipo de intereses ocultos, y no este concurso en el

que lo único que hacemos es mostrar las tetas y sin obligar a ninguna de las participantes. De qué nos vamos a asustar, o acaso las mujeres no se visten así en el verano".

Mir continuaba *"hablamos como se habla en la calle. Hablamos de todos los temas y también obviamente de sexo. No nos molesta que nos critiquen, es normal que lo hagan cuando ven algo extraño"*.

Finalmente se levantaba el programa. Las alusiones eran que medía apenas 7 puntos de rating. El otro programa de Grinbank *Rock and Pop tv* medía 10 y estaba al borde del abismo... ¿o será que lo manifestaban a modo de presión para levantarlos? Ya estaba en duda el sistema de medición. Sin embargo las autoridades del 11 lo dejaron proseguir, pero con modificaciones, censuras y había también autocensuras. Fue perdiendo el sentido, el feeling con su público. Finalmente se levantó.

Otra que estaba en la mira, era Moria, por las palabras e intenciones de los diferentes sketches. Ya desde el comienzo se indicaba el tono subido que utilizaba.

Las propuestas eran también los programas de humor político. Sobre todo en los horarios nocturnos, que en vez de ser resúmenes de noticias, se presentaban con un formato cómico, pero para generar distensión, entretenimiento. Eran irónicos. Era el caso de "Notidormi" (no te duermas) de Raúl Portal, quien, desde la esquina de avenida de las Buenas Ondas y calle Sin Páldas, intentaba mantener despierto un rato más a la gente.

Otro hito de la tele fue "La noticia rebelde" de Jorge Guinzburg y Carlos Abrevaya. Se reían de las noticias, las parodiaban con toques de ingenio, donde a veces el espectador no sabía ciertamente dónde terminaba la noticia y dónde comenzaba el chiste. Iba por ATC desde el año '86.

Sobre su exitoso programa de los 80 **Jorge Guinzburg**²⁷ decía *"La noticia rebelde fue nuevo en muchas cosas. Fue la primera vez que se hizo un programa en vivo de humor, de un humor periodístico satírico. Había un equipo también de lujo, de hecho cada uno de los integrantes de ese equipo llegó muy lejos en los medios. Fue un programa muy fuerte, muy revolucionario. Creo que fue la primera vez que se hacía un reportaje no complaciente en la tele, la primera vez que desde la televisión se criticaba mucho también a lo gráfico y el periodismo gráfico, cuando esto se daba al revés, la primera vez en que los políticos fueron tomados en broma y a la vez criticados. Fue revolucionario"*.

Un punto de vista interesante sobre la vinculación entre la radio y la televisión y lo que esta última le aportó a la primera, es abordado por **Michael C. Keith**, profesor del Boston College de

²⁷ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Diciembre 2005

Massachussets, sostiene que hablar de radio AM o FM y su diagramación programática en diferentes épocas, es hablar de un contexto social y cultural. Sin eso, nada podría entenderse ni explicarse.

Keith aborda el tema históricamente, desde la relación radio - televisión. Niega algunos mitos que existen entre las dos. Para el investigador, no existe una relación negativa, sino más bien mutuamente beneficiosa. Incluso afirma que "la radio ayudó a que la televisión fuera posible"²⁸ y que el surgimiento de la televisión direccionó a la radio hacia un mayor contenido informativo y local, así como a la aparición de dramaturgos, poetas y creadores propios de la radio.

En épocas de FM casi netamente musicales, una apuesta por el contenido, era una apuesta al medio, era potenciarlo, experimentar, probar. Si los contenidos eran buenos y las producciones importantes, los programas debían tener éxito. Y la radio "de contenido" la tuvo. Surgieron nuevas personalidades en el medio, estrellas radiofónicas de trayectoria diferente a las personalidades del AM.

Según C. Keith la programación temática significó en una primera instancia una suerte de opción, de variedad a toda la propuesta musical. De hecho, se potenció, como le llama él, un "maridaje con las discográficas"

Había que hablar el lenguaje de la gente, aún más concretamente, el del público al cual se dirige el programa, manejar sus códigos.

²⁸ Publicación digital "Comunicación y Sociedad". Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación, España. <http://www.unav.es/cys/xiv1/rkeith.htm>



"A los que nos critican les molesta el cambio..."

Lalo Mir y los chicos de Bangkok defienden su propuesta de TV

Todo lo nuevo siempre provoca reacciones. De todo calibre. Con buenas y malas intenciones. Reacciones que muchas veces vienen acompañadas de presiones oficiales y oficiosas.

Y es lógico que así suceda, porque no todos pensamos, queremos, nos duelen y nos gustan las cosas de la misma manera.

Cuando a la gente de la Rock and Pop se le ocurrió promocionar ante cámaras un muy particular cuan húmedo concurso de belleza fuera del horario de protección al menor, llovieron críticas de las más displicentes y por supuesto, todas rayando la moralidad. Luego estos mismos censores hicieron extensiva su opinión en contra hacia el discurso de Lalo Mir en la tribuna del Partido Erecto. Y también hubo quienes le buscaron el menor detalle para calificar al programa de grosero y chabacano.

Pues bien, con todos estos argumentos, con Mario Pergolini en off, los chicos de la Rock and Pop pregonaron la libertad de expresión y el derecho a que cada uno viva y deje vivir...

"Si a la gente no le gusta, que no lo vea —afirmó Lalo—. Yo creo que a los que nos critican les molesta el cambio de código, y siempre que se cambia el código hay gente a favor y gente en contra".

Douglas Vinci es otro de los protagonistas de las noches del viernes —La Perla de Bangkok— y domingo por el canal de San Cristóbal y en su momento fue cuestionada su presencia por las antiguas autoridades de la emisora...

"Somos los enfants terrible. El pato de la boda. ¿Por qué se la agarran con nosotros? Yo he visto a Bo Derek a las cuatro del tarde desnuda en la televisión y nadie dijo nada".

"Me parece que son mucho más terribles —se sigue defendiendo Mir— los



Lalo Mir, Douglas Vinci y Bobby Flores contraatacan.

certámenes de Miss Universo, donde se transa carne envueltos en lujos y donde hay otros intereses ocultos, y no este concurso en el que lo único que hacemos es mostrar las tetas y sin obligar a ninguna de las participantes. De qué nos vamos a asustar, o acaso las mujeres no se visten así en el verano. Qué ve esta gente en las playas y en cualquier horario".

"Nosotros no sabemos nada —asume Vinci— y lo decimos. Hay muchos comunicadores, no solamente en los medios de difusión, cualquiera en la calle, que tampoco saben nada, pero no tienen la suficiente humildad de decirlo".

"Hablamos como se habla en la calle. Hablamos de todos los temas, y obviamente también está el sexo. No nos molesta que nos reten, es normal

que lo hagan cuando ven algo extraño", dice Mir.

Cuando la inquietud tiene que ver con su televisiva inclinación partidaria, Lalo se pone serio y reflexiona...

"Se preocupan por este partido y se olvidan de que hubo partidos que trajeron desgracia. Y ¿cuántos hablaron? Hay políticos que se la pasan mintiendo... y ¿quién los critica? Lo que se quiere es crear una conciencia en la gente, que ésta es una nueva manera de decir las cosas en los medios de comunicación. Hace algunos años estos medios eran todos monopolizados por el Estado y siempre se trabajó con un sistema paternalista sobre los medios de difusión. Es terrible que se preocupen por nosotros cuando existen tantos problemas mayores en el mundo".

"A los que nos critican les molesta el cambio" Diario Popular del 30 de octubre de 1988

La ironía y el sarcasmo

La ironía y el sarcasmo eran componentes de los programas que cargaban sus contenidos de entretenimiento vinculados a la política y vida cotidiana. Era la clase de humor que usaban también en la *Rock & Pop*. **Jorge Guinzburg**²⁹ sostiene "El humor ayuda a descomprimir situaciones que son difíciles de tratar. Hay muchos tipos de humor, pero siempre determinados usos favorecen al tipo de producto que uno trabaja. El humor de por sí acerca en el trato, rompe el hielo. Con el humor se puede tener un acercamiento a temas delicados, animarse a llamar por el nombre lo innombrable. Yo creo que es la mejor herramienta para quitarle lo más horroroso justamente a lo horroroso y volver a ponerle nombre".

Sobre el humor ácido, ese sarcasmo utilizado en sus reportajes comenta "Yo soy menos agresivo de lo que era, sin dudas. No es lo mismo poner las energías en las críticas, en buscar el chiste ácido, como antes, que en trabajar otro tipo de propuesta. Yo hoy no podría hacer en la televisión el reportaje que hacía en **La noticia rebelde**, porque a la gente que entrevisto la conozco, tengo un trato, muchos son amigos, entonces no me podría permitir un manto de agresión que antes no me importaba. Antes no los conocía. No me lo permitiría yo mismo. Me refiero siempre a los reportajes, porque hoy un programa como -La noticia rebelde- podríamos hacerlo perfectamente, pero no el reportaje violento como lo era entonces. Necesitaría para los reportajes a gente joven, que no conozca a quienes hoy son mis amigos o conocidos".

Otro personaje del mundo del espectáculo, de un humor esquizoide, filoso, **Claudio Morgado**³⁰ coincidía con Guinzburg sobre el concepto de humor. "Hay muchas definiciones de humor y dependen también de la clase de humor que le guste hacer a cada uno. Pero hay una por ahí que alguien dijo, que el humor es tragedia más tiempo. Por ejemplo lo decía Chaplin, cuando uno ve por la ventana a un tipo que pisa una cáscara de banana y se cae, al que ve, le puede causar gracia, pero para al tipo que le pasó fue una gran tragedia de la que por ahí se puede reír de verdad, más allá de cómo sea su humor, al otro día cuando se acuerde. Cuando uno se pone a hurgar hay hechos que realmente le causan gracia. Cuando pasó el tiempo suficiente como para que esa herida cicatrizara, a partir de ahí, uno se puede reír".

Coincide con Guinzburg en cuanto el aporte del humor al periodismo es que "por ejemplo el humor en las grandes notas periodísticas, es la primera forma de nombrar las cosas que no se pueden nombrar. El humor hace que yo pueda salir de esa situación de pánico mediante algo que

²⁹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Diciembre 2005

³⁰ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Mayo 2005

sea gracioso, mediante un procedimiento que rompe el hielo y lo innombrable pueda tener nombre. Así también se pueden tratar temas actuales delicados, claro"

También el humor ya se sumaba a la noticia para parodiar, amenizar o ridiculizar, como el programa de Tato Bores, más político de lo que fue *La noticia rebelde*, por ejemplo.

El *humor* servía como medio para soportar las situaciones que vivía el país, para reírse de las situaciones de la realidad nacional, pero no sin una construcción crítica. Esa crítica mezclada con humor daba la resultante sarcástica. Eran épocas de muchas rupturas sobre un modo muy formal de producir en los medios. Primaba la innovación, la experimentación, la osadía.

Los políticos por su parte, en este contexto de mayor soltura, buscaban "*ampliar su audiencia y sentar fama de antisolemnes*" tal como enunciaba una nota en el diario **Página 12 - 5 de agosto de 1987** y continuaba "*hay mecanismos que convierten a la política en espectáculo*" Es el debate que se entretiene por su mayor participación a diversos programas de televisión, donde "*ya no utilizan un lenguaje, un registro político, sino que ceden al registro del humor*". Sus programas además eran de los que más se parecían a la revista porteña tanto por los musicales como por los esquemas humorísticos empleados.

La "Cultura almidón": lo permitido, lo aceptado

Gran parte de la sociedad entendía el concepto de **cultura** exclusivamente emparentado a sus manifestaciones más clásicas, más rígidas, principalmente en los medios difusores estatales. Allí la música tenía que ser la orquesta, lo clásico, el tango y folclore; los programas, todos de aprendizaje e informativos. De lo contrario era objetivo de críticas.

Por ejemplo "**La nación**" del **10 de marzo de 1988** en su editorial cuestionaba a canal 7 por su poca seriedad y populismo, tras disturbios en sus instalaciones en la presentación de "Los Fabulosos Cadillacs" donde hubo peleas y detenidos.

Como decía el diario *"debido a los desbordes de quienes se excitan ante cierta música que pareciera diseñada para desatar los impulsos primarios. A esto suele sumarse la ingesta de bebidas alcohólicas y drogas que ejercen un efecto multiplicador sobre el descontrol de sus consumidores"*.

Sociedad y cultura son dos conceptos ligados. La **cultura** trasciende lo político y económico. Cultura son las costumbres en una sociedad, sus tradiciones, modos, gustos y preferencias, sus distintas creaciones intelectuales y también físicas, como arquitecturas y artes. La cultura es la reunión global de los componentes social, económico, político, civil, artístico, arquitectónico, que integran la sociedad.

En este sentido es que Emmanuel Kant sostiene que *cultura* es el conjunto de creaciones que el hombre realiza. Cultura es todo lo que el hombre hace. Son las creaciones incluso morales y religiosas. Todo lo que el hombre creó durante siglos y le ha servido como modo de vida y para satisfacer sus necesidades espirituales. Para Kant el hombre vive en tanto produce sentido de las cosas que realiza, lo cuál justifica su existencia.

A lo largo de la Historia el término "cultura" fue variando su concepto. En la Roma antigua significaba "cultivo de la tierra". El romanticismo alternó luego una diferencia entre ella y el término "civilización". Derivaba también del latín. Era lo opuesto a barbarie, a salvajismo, primitivismo. Era el "cultivo interior de la intelectualidad". Se refería concretamente al hombre educado, de buenos modales. Claro que esto según los parámetros del modelo hegemónico dominante. Según la cultura hegemónica. Es decir, se podía diferenciar entre una persona culta y otra inculta.

Esta idea de "subcultura" se mantiene erróneamente presente, sobre por ejemplo los hippies, artesanos, la subcultura de los músicos nocturnos poetas urbano, de la pobreza, de los bajos y lo marginal.

Esto había sido utilizado en el ámbito del evolucionismo de las Ciencias Sociales, cuando eran como los dialectos de un lenguaje.

Hoy en día las nuevas corrientes teóricas de las Ciencias Sociales lo desecharon por completo. En tal sentido "cultura" implica ante todo un concepto respetuoso de todos los hombres, sin dar lugar a ningún tipo de discriminación.

En todo caso pueden entablarse diferencias culturales entre los pueblos, entre las sociedades, pero sin dar lugar a las reflexiones de superioridad de una sobre otra, como en las tempranas épocas de una América aborigen "salvaje" para los europeos por el solo hecho de tener una vida, una cultura diferente.

Para la Antropología la cultura incluye a las instituciones, los canales de poder, hegemónicos como la escuela, la familia, el Gobierno, las leyes. La entiende como una permanente producción colectiva de significados con constantes modificaciones.

En televisión no todos los ciclos eran polémicos ni prototípicos del, como se explicó, prejuicioso concepto de "cultura chatarra". Continuando el recorrido por las propuestas televisivas más paradigmáticas de aquellos años, puede darse cuenta de que había muchos programas diferentes. Eran ciclos culturales como "La bonita página" en ATC del autor Ismael Hase en el que se escenificaban temas musicales de todos los tiempos como "Chorra" o "Garufa"; ciclos de unitarios como los de canal 7, temáticos, por ejemplo, sobre la vida de Discépolo, este hombre que vivía en los márgenes de la tristeza y la alegría, eufórico-depresivo, con miles de anécdotas como para refrescar y matizar la propuesta a los televidentes; o "Los siete locos" de Tomás Eloy Martínez para hablar de literatura, espacio a críticas, entrevistas y comentarios, y otros que intentaban ser culturales innovando en el aspecto tecnológico y temático, como "La aventura del hombre" por el 13.

"El monitor argentino" era un programa cultural en 1988 con el poeta y hoy crítico televisivo Jorge Dorio y el periodista y escritor Martín Caparrós. Los dos, centralmente, hombres de las letras, de las palabras, se adaptaban para incurrir en tele.

En contrapartida a los programas objetos de crítica, se proponía ser literario, musical, de cultura en general. Era innovador televisivamente, incluía visuales modernas, efectos. La composición audiovisual era exótica, original.

Se servían de la tv, como una forma de ver de lejos aquello que tocaba de cerca, les interesaba difundir la cultura, pluralizarla acercándola a la gente, que pudiera verse de cerca y mantenerse latente en el medio más masivo.

La televisión estaba en un gran auge. Los programas de la radio, se adaptaban, ya se vio con *La perla de Bangkok*, también Alejandro Dolina incursionaba en tv en *La barra de Dolina*, en 1988. Pese a que contaba con la participación de Guillermo Stronati y dirección artística, buscando la mayor originalidad posible, de Caloi, nunca sobrellevó la propuesta como en la radio. No tenía esos "crescendos" que lo caracterizaban.

Otro tipo de propuesta que no pasaba desapercibida ni ileso, era la del sexo, también en 1988. *Polémica en el amor* realizaban Virginia y Rolando Hanglin por canal 11 a las 20 hs. *Qué sabe usted de sexo* iba por América con Betty Elizalde y Horacio Carballal.

Los dos ciclos eran para adolescentes. El primero más desinhibido, con participación del público mediante líneas abiertas. El otro, un poco menos, pero más en profundidad. Los dos eran amplios, permisivos. Pero las críticas los trataban de libertinos y entendían la prevención y cuidados con promoción sexual.

Del '84 al '88 el tema seguía siendo un tabú. Cuatro años antes se publicaba "controversia sobre adolescencia y moral" en **La Razón del 12 de Noviembre 1984**. El artículo trataba los desencadenantes que hacían levantar el programa "Déjalo ser" de Any Ventura por ATC, por cuestiones como la carta de un juez nacional que decía, casi ordenando "el programa incita a la sexualidad y cosas por el estilo" y otra serie de presiones y cuestiones internas, de quines, ante todo, entienden a canal 7 como un canal cultural, en el sentido tradicional.

En tanto *Radio Bangkok* se reía el tema sexual con sketches, por ejemplo de un niño que se iniciaba, experimentaba sensaciones y preguntaba a sus padres recibiendo falsas respuestas disparatadas del "tabú". Por otra parte, Pergolini daba clases cómicas por radio de cómo masturbarse, en su nocturno "Malas compañías".

Por supuesto, desde principio de década también existía otro tipo de humor, más familiar, es decir, para los niños y sus padres. Dentro de esta oferta con códigos distintos a los utilizados para un público joven, se daba cuenta también de parodias a distintos ámbitos de la vida cotidiana y sus personajes, con exageración y gracia.

Una lista de rating de la **revista Somos del 4 de julio de 1980** permitía entrever la posición de programas como: Calabroma (ATC) en primer lugar; Teatro de humor (9) en tercer lugar; Tato vs Tato (13) en séptimo lugar; Pinky y la noticia (13) décimo lugar... entre esos puestos hay ubicados programas de humor "sano" como "Las aventuras de Piluso"; "El show de Balá"; "Rosa de lejos".

En esta publicación Juan Carlos Calabró explicaba el éxito de su programa: *"Tenemos un sketch para cada miembro de la familia. Por ejemplo el Contra, o la parodia que Máximo Rigor hace de Guillermo Nimo, están destinados a los adultos. Lo del "Disco Sound" es para chicos de 13 ó 14 que empieza a ir a bailar. Después aparecen el Llanero solitario o Batman y Robin al final de cada bloque, eso para los más chicos... por supuesto que mi nena por ejemplo se aburre con el Contra, pero sabe que más tarde o más temprano hay algo para ella."*

Calabró asegura que *"hay que hablar como habla la gente y hay que hacer personajes con los que la gente se identifique. El Contra gusta porque en los cafés hay cuarenta contras"*.

El humor familiar tenía exponentes claves como Luis Landriscina, que iba por canal 13 todos los domingos. **La Razón del lunes 22 de Julio DE 1985** titulaba *"Landriscina ennoblece el humor provinciano en tv."* Recreaba personajes de provincias. Se vestía de gaucho, de mecánico. Manejaba los códigos de un humor provinciano por medio, básicamente, de la narración que era su fuerte. Era un gran cuentista.

En 1988 ya era reconocido Minguito, un muchacho de barrio, que jugaba a los dados con sus amigos del café, se juntaba con los de la vuelta y maneja la Santa Margarita.

Otro tipo de humor con personajes o situaciones reconstruidas, eran los que aparecían años más adelante, mediados fines de década. Allí los personajes eran diferentes, pertenecían a otro sector social, aparecían la prostituta, el travesti, el linyera... entonces eso ya hacía que las estructuras fueran muy diferentes y el público otro. Se agregaba el contenido de "realidad y verosimilitud", la gente participaba, era protagonista, contaba su propia vida, sea lo que fuese cada persona, ya podía hacerlo con libertad, sin ataduras, sin censuras, sin juicios morales que le pesaran y sin sentir vergüenza.

Los recursos empleados eran similares en los dos casos, pero trabajados, construidos como significaciones de mensajes distintos.

Las tecnologías

La democracia implicaba la fuerte participación de la gente incluso en los medios. Los programas empiezan a interactuar con ellos, a darles aire. Tenían éxito las propuestas de dispersión y entretenimientos. Así como las chicas lo hacían en "La perla de Bangkok" otros en Susana. "Las chicas sólo quieren divertirse"... y los chicos también.

Las tecnologías eran analógicas, no digitales, las radios pasaban discos o casets, no había cd. Una anécdota de algún problema tecnológico, como para ilustrar el contexto, es la historia desde sus inicios de los juegos telefónicos de Susana Gimenez. Los diarios del año '87 de los meses mayo y junio daban cuenta de ello.

Cuando Susana todavía estaba en el 7, el programa de indiscutible éxito causaba inconvenientes al servicio telefónico de la ciudad. Desde las 13 hasta las 14.30 era muy difícil comunicarse desde la Capital y el interior de Buenos Aires, así como hacia el interior de las provincias.

La gran cantidad de llamados locales y de larga distancia que recibía el programa producía el desborde en todas las centrales telefónicas, provocando la saturación del sistema y afectando la vida útil de los equipos.

El director de ENTEL de entonces, Nicolás Gallo, declaraba que algo tendrá que cambiar en la producción del programa para solucionar el inconveniente. En total 7 mil televidentes intentaban comunicarse al programa.

La posible solución era hacer las llamadas desde el programa, al público, designados al azar o por concursos, para suprimir los llamados al programa. Y así fue. Susana Giménez pudo volver a hablar por teléfono.

Años previos al boom telefónico y la saturación de líneas, en SEGBA pasaba algo similar, pero al revés. A las 00.00hs terminaban todos los programas, no había tv por cable, apagándose juntos un millón y medio de televisores, afectando la maquinaria energética de la central, puesto que, en un lapso muy pequeño se liberaba una enorme cantidad de electricidad. Los tableristas se volvían locos. Debido a esto SEGBA auspició "Cine sin cortes", logrando que millones de televisores continuaran encendidos.

Revistas e historietas

Las revistas de historietas en la década del 80 fueron un eje central en cuanto a manifestación artística de consumo cultural joven. Su rol fue clave, porque en ella se reflejaban temáticas políticas, sociales y contextuales.

Una de las que más hondo caló en el género fue la revista "**Fierro**," que se dedicó netamente a las historietas, ya que hasta ese momento sólo eran parte entre otros contenidos. Es decir, la historieta no tomaba vuelo por sí misma si no era dentro de otra propuesta más general. Eran un contenido, más dentro de una revista.

Las publicaciones en general que salían en los 70 y en unos iniciales 80 no eran críticas en su circuito más comercial. Eran totalmente obsecuentes, seguidoras de la política oficial como **Gente**, donde por ejemplo, publicaba una columna que la escribía un profesor de Filosofía llamado García Venturini, que venía de la ultra derecha y se había formado en tiempos de Onganía. La dictadura debió apelar a esas figuras, porque la inteligencia argentina, los intelectuales, estaban muertos o exiliados. En el país quedaban algunos escritores encerrados en sus casas como Beatriz Sarlo, que estaba dirigiendo **Puntos de vista**, otros se habían ido al interior, al campo de concreto, pensando que nadie los iría a buscar y que los servicios de inteligencia no tenían tanto fundamento en esas zonas.

Con la democracia las revistas se pluralizan en cuanto a temática. La gente pedía los números por encargo, porque no había tanta variedad ni cantidad como fue en los 90.

Ha lo largo de la década de los 80 la diversidad de títulos y permitía que los jóvenes encontraran revistas etarias: femeninas, masculinas, musicales, deportivas y de historieta nacional.

Desde mediados fines de los años 70 y principio de los 80 todas las revistas tenían fuerte ligazón a lo que era la exitosa propuesta de "Humor". Tales los casos de la revista "**Humi**" o "**Súper Humor**" que le hacían clara alusión. La segunda, por ello muy probablemente, de bimestral acortó su tirada a mensual.

Anteriormente a su dirigencia en "Fierro", el gran historietista y creador Juan Sasturain había sido Jefe de Redacción justamente de "Súper Humor," cuya idea inicial era que fuera de historietas en su totalidad, pero la "contaminación" de "**Humor**" hizo que perdiera espacio, frente a la inserción de notas de actualidad, misceláneas, comentarios, reportajes.

La gran apuesta de "**Fierro**" era hacer una obra netamente de historietas con los mejores creadores nacionales y nuevos que encontrarán allí también un importante espacio.

La revista no se apropiaba de los derechos de autor, es así que Fontanarrosa, Trillo, Mandarinina hacían una historietita nueva y podían publicarla en distintos países, en distintos mercados.

En otro ámbito menos comercial circulaban los llamados "**fanzines**". Eran revistas que los amantes de las historietas producían "artesanalmente". El término proviene de "fan" aficionado; "magazine" revista. Se trataba de un producto casero, independiente, de vanguardia.

El estilo proviene de los Estados Unidos. En la Argentina los fanzines más conocidos eran "**Sinergia**" (enero 1983) "**Nuevomundo**" (septiembre del mismo año) y "**Cuasar**" (enero de 1984) Luego "**El péndulo**" más tarde llamada "**Minotauro**".

Estas publicaciones se expandieron desde 1984, dada la cantidad de artistas con ímpetu de expresión, aunque no necesariamente excepcionales.

Estéticamente eran revistas de bajo costo de imprenta, de publicación bimestral y en blanco y negro en muchos casos. Dadas las circunstancias, no primaba la venta sino la expresión artística, la búsqueda de un espacio. A sus realizadores no les servía tanto más como hobby que como expresión artística circulante, ya que no les constituía un negocio redituable, al contrario.

Los temas de cada uno eran muy plurales. Por ejemplo "Nuevomundo" se plantaba como bandera de una ciencia ficción nacional. Había predilección por los textos directos y sin complicaciones.

"Potencial" era un espacio para adolescentes; "Sinergia" se dedicaba a publicar textos experimentales y traducciones del italiano, francés o alemán. "**Vórtice**", publicaba lo clásico, sin descuidar obras nacionales.

Estas revistas no se vendían en los kioscos ni canales de distribución convencional, sino de mano en mano muchas veces por sus propios creadores, eran de comercialización subterránea,

Ediciones Récord, ya de las comerciales, publicaba historietas en las que el eje era la aventura por la aventura misma, sin una lectura política de entrelínea, social o religiosa.

La revista "**Súper Skorpio**" era distinta a "Fierro" en tanto su contenido sobrellevaba la aventura por la aventura misma, frente a las historietas de la segunda, ficticias, pero basadas en cierto trasfondo político, social, económico.

Más allá de la aventura por la aventura misma, en el mundo de las historietas la realidad de cada país, de cada época, quedaba reflejada de un modo u otro. Básicamente los personajes cambiaban su perfil, sus luchas, sus búsquedas, desde los temas de importancia general que son los que interesan, o ambientan sus ficciones en alguno de ellos para hacer una historietita temática.

Es así que cada personaje tenía su historia, su estética, su momento de creación y auge. Los personajes cambiaban o eran más o menos populares según las épocas.

El semiólogo Magariños de Moretín, en la revista "Noticias" del año '87 expresaba *"Clemente me asusta. Es un personaje que tiene rayas en su cuerpo, del tipo con el que se representa la ropa de los presidiarios. La falta de manos y las rayas indican de alguna forma toda una situación social del argentino que recurre a la ironía como forma de defenderse. Esa falta de manos tiene que ver con un momento que estamos viviendo desde hace ya algunos años y es la oposición total a las características de otro popularísimo en la década del 40, que ahora ha perdido un tanto de vigencia: Patoruzú."*

Magariños continuaba: *"Patoruzú está rodeado de un contexto social, la buena relación entre el estanciero y los peones, la sinceridad del hombre del interior, que ya no funciona en nuestros días, pero que de todos modos plantea otra clase de actitud, es vital. En cada caso aparecen las manos de Patoruzú para trabajar, para mover, para empujar, para solucionar con ellas todos los problemas que se presenten. Es decir, antes la mayoría se identificaba con Patoruzú, ahora con Clemente"*.

Uno de los grandes defensores y prestigiadores de la historieta fue Juan Sasturain. La revalorizaba como parte de la literatura y no como una mera "prima pobre" suya, a lo Jauretche, intentando aparentar lo que no es.

Era subestimada acorde al tradicional pensamiento entre que era cultura y que no. Así como fue marginado el tango y el folletín, lo estaba siendo la historieta. No era digna de estudio ni prestigio porque la literatura eran los libros, de las bibliotecas y librerías. En cambio las revistas eran de los kioscos. Eran algo menor.

Modos despectivos de entenderla eran los términos "narrativa dibujada" o "literatura dibujada", sin ser conceptualizada claramente, sino conjugada por estos dos elementos: narración o literatura y dibujo.

Siempre fue diseñada para un público masculino, ya desde el uso del lenguaje, las tramas. La heroína era sexy porque respondía a la demanda de los hombres. La verdadera heroína, personaje, recién aparece a fines de los 90 en todos los ámbitos del arte.

El cine y el teatro

Comenzaban los años 80 con una cinematografía muy golpeada de la década anterior, al igual que todas las manifestaciones artísticas. La devaluación de la moneda incrementaba los costos de producción y el valor de las entradas. Muchos realizadores y productores se encontraban exiliados. Por otra parte la censura imperante cerraba el telón de antemano a cualquier intento creativo.

Con la democracia comenzaron a correr buenos aires en cuanto a producción y contenidos mediáticos. Hubo reestructuración artística replanteando temas y modos de llevarlos adelante.

La democracia se recuperaba en sus ámbitos sociales, culturales y políticos. El Gobierno de Alfonsín había relegado en cargos culturales a respetables figuras de la cultura como Luis Brandoni en la Asesoría Presidencial de temas de Cultura, o Pacho O'Donnell, como Secretario de Cultura de la Municipalidad de Buenos Aires.

Estaba vigente una Ley de censura cinematográfica. Ya llevaba treinta años. Fue abolida y reemplazada por otra votada en el Congreso la 23052. A partir de entonces el INCAA empezó a calificar las películas por edades como modo de resguardo de su contenido frente al público, pero de ninguna manera mediante la censura. Se establecieron las categorías: Apta para Todo Público, Apta para Mayores de 13 años, 16 y 18 años, quedando prohibido cualquier tipo de corte en la cinta, salvo expresa aprobación del propietario de los derechos intelectuales.

El diario **La Nación del 20 de marzo de 1984** señalaba *"De esta manera, se pretende asegurar el debido respeto por el pluralismo ideológico y religioso de la sociedad argentina, con el único objetivo de establecer la aptitud de las películas para ser vistas por menores o para prevenir a los adultos de su contenido."*

Manuel Antón fue el funcionario designado por el Gobierno Nacional para repuntar el cine. Lo primordial era establecer lazos con las industrias cinematográficas de mayor desarrollo, las realizaciones de coproducciones. El vínculo se estableció con las cinematográficas europeas. Del año '84 al '88 se estrenaron 130 largometrajes

El modelo de realización estaba inclinado al "culturalismo" a lo europeo, pero también hacia el "industrialismo" modelo norteamericano vinculado a lo comercial y al entretenimiento. El 40 % de las películas lo eran. El director exitoso Enrique Carreras rodó las exitosas "Rambito y Rambón"; "La galería del terror"; la saga de "Los colimbas se divierten" todas con Porcel y Olmedo. Ese era otro rasgo de las "comerciales" contar con grandes figuras de la pantalla. En el caso de los teatros, se requerían grandes figuras de los telones para conseguir el anclaje popular deseado.

Eran manifestaciones que demostraban en muchos casos como recurso, la metáfora o alegoría para dar cuenta de la resistencia y las épocas oscuras del dolor. Así se llevaron a cabo largometrajes como "La noche de los lápices" (Héctor Olivera, 1986) o las coproducciones como la argentino alemana "La amiga" en 1989, "Cuarteles de invierno". Aparecieron directores de protesta como Pino Solanas con "Sur," que era el nombre de un proyecto de organización nacional que se oponía a los instaurados por los militares, por eso esta denominación desborda y excede a lo meramente anecdótico de esta película.

Otros recursos que fue experimentando el cine fueron: el racconto, como en 1985 en "Los días de junio" de Alberto Fisherman.

A medida que avanzaban los años la sociedad cambiaba radicalmente. Ya la música no tenía las mismas temáticas que la década anterior ni musicalmente sonaba igual, los libros se escribían de otro modo, se decían más cosas. Los chicos también encontraban su lugar en aventuras del cine nacional en películas como "Ico el caballito valiente" con célebres personajes como Hijitus, Larguirucho y el Profesor Neurus.

Por otra parte tenía gran trascendencia el teatro de vanguardia, que funcionaba por ejemplo en el **Parakultural** con grupos como *Las Gambas al ajillo*, que todo lo trasgredían. Eran recurrentes las obras de teatro y realizaciones audiovisuales: largos, cortos con temática de la dictadura militar. Aparecieron los hermanos Korol con sus *grafitis* en la vía pública, firmados como "Los Vergara".

Adrián Korol³¹ explica que *"la movida cultural en los 80 no estaba ajena al contexto político. Había muchas manifestaciones que no tenían por dónde canalizarse, entonces se hacían lugar en los ambientes de cafés, conciertos o en pequeños escenarios, en el caso nuestro, en los grafitis, siempre buscando las grietas por donde meterse. Hoy las grietas ya se han abierto, las nuevas tendencias culturales van apareciendo con un acceso muchísimo más directo que años atrás."*

Después los Korol pasaron a la tv, a "La noticia rebelde". Se podría apreciar que *"transaron con el Sistema"* Adrián³² responde: *"Visto desde hoy me da ternura esa apreciación, pero en un momento la gente pensaba que hacer televisión era transar con el Sistema, pero no es menos cierto que casi todos también en aquel momento, más tarde o más temprano, terminaron haciendo publicidad para compañías telefónicas o para papás fritas, canales de televisión y no en -La noticia rebelde- sino en las tandas de la televisión del menemismo, por ejemplo. Nosotros siempre trabajamos con ironía buscando las variantes en el humor. El humor a veces da miedo a quienes no lo tienen, porque no saben qué hacer con él."*

³¹ Sus citas de entrevista realizada por los tesisistas Junio 2006

Segunda Parte

LA RADIO

“AQUÍ RADIO BANGKOK”

³² Sus citas de entrevista realizada por los tesistas. Junio 2006

1. LA RADIO

¿Qué es la radio?

Desde una perspectiva generalista, surgida desde lo más obvio e inmediato, la radio es un medio de comunicación masivo unisensorial que apela al sentido auditivo. Sirve para la difusión de música, noticias y tandas comerciales.

El concepto es acertado y preciso, aunque ligero, ya que la radio tiene mucha mayor complejidad. De modo que tal síntesis habla de "la punta del iceberg", que debe ser ahondado en análisis para comprender toda su magnitud y potencial.

Es el medio de mayor anclaje social, porque sus receptores se multiplican en la sociedad a raíz de su accesibilidad a nivel social, ya sea mediante el novedoso walkman en los 80 o los clásicos artefactos con parlantes, más plurales y abarcativos en cuanto a escucha.

Cumple las funciones de entretener, informar y educar. Siempre es factible que haya un receptor encendido en los hogares, en las oficinas, negocios y medios de transporte. Aún realizando otras actividades o desplazándose por la ciudad se la puede escuchar. A cada público le lleva distintas propuestas. Informa del deporte o del espectáculo, de las noticias diarias o de hechos que merecen un análisis. Todos pueden entretenerse con ella, escuchar la canción de moda o un tema inédito.

Ricardo Haye³³ postula que con todo eso, combate la ignorancia y forma a las personas, siendo un medio en lucha contra el analfabetismo, que la gente sin posibilidades de acceso al medio escrito, puede enterarse y aprender mediante el discurso oral.

Tanto como la música, es compañía afectiva, envuelve al oyente en un clima donde al escuchar él otras historias y al conductor, sabe que no está solo, que hay más personas a quienes le pasa afectivamente lo mismo.

³³ Ricardo Haye, "Hacia una nueva radio." Paidós, 2002, Buenos Aires.

Perspectivas de análisis

Según el investigador **Dennis Mc Quail**³⁴, se pueden distinguir tres teorías para lograr una conclusión de la radio. La primera teoría es la del sentido común; la segunda es la teoría de la operatividad o praxis, y la tercera es la teoría propiamente dicha. Cada una no se separa de la otra. Se complementan y van complejizando al objeto de estudio en su abordaje, para concluir en una concepción de fondo más acabada.

Desde el sentido común: Desde esta perspectiva la radio es aquello que el oyente interpreta. Parte de la idea que la gente en general, el público, tiene del medio: alguien hablando detrás de un micrófono, dando las noticias, pasando música o mensajes de los oyentes.

Es la idea inserta en el *imaginario social* a raíz de los tipos de programas y programaciones que más se escuchan. Sus estructuras cuando dan resultado son imitadas. Todos quieren tener éxito y adaptarse al formato "que pega": pasar la música de moda, la información por la mañana. De tal modo los programas empiezan a repetirse entre sí hasta que dejan de ser una innovación volviéndose prototípicos, convencionales.

Enfoque desde la operatividad Se basa en las concepciones de los pragmáticos desde su lugar de actores activos: realizadores, conductores, productores, técnicos, operadores. Su idea gira en torno a cuestiones de la profesión, del trabajo diario y la experiencia, de las prácticas empíricas.

Se la interpreta como instrumento, más que con la subjetividad y abstracción del abordaje teórico. Se piensa el medio desde su construcción y producción efectiva para lograr el efecto del mensaje en el público que se busca como destinatario.

La teoría propiamente dicha está constituida por análisis y reflexiones de teóricos de la Comunicación Social. Indaga el poder de abstracción del medio, más allá de sus modos prácticos de realización. Profundiza una mirada crítica sobre la construcción de los mensajes, sobre sus contenidos, sus modos inductivos, reflexionando a cerca de toda la gama que los genera y su recepción.

³⁴ Denis Mc Qual, "Introducción a la teoría de comunicación de masas" México. Paidós 1989

Mc Quail aclara, antes de proseguir con su análisis, que si bien el concepto de los medios, de la radio, no varía, ni varían sus funciones a lo largo de la historia, sí se modifican sus interpretaciones en cuanto a forma y contenido.

Cada espacio geográfico (zona o región: localidad, provincia, país) y tiempo (época) están determinados por una serie de expectativas, modas y tendencias que influyen en lo que se puede considerar son los medios de comunicación y su funcionamiento.

En cada etapa histórica, los avances tecnológicos, los modos de realización, alteran parcialmente el significado de la radio *desde el sentido común, la perspectiva pragmática y la teoría*. Es decir, hace cincuenta años, por ejemplo, el fuerte recreativo, la función de entretener de la radio, estaba dada en mayor medida por el radioteatro. Desde la televisión, ese aspecto cambió. Son esas las variaciones de forma y contenido a través del tiempo.

Durante muchos años **la perspectiva pragmática de la radio** la entendió como mero instrumento para determinados fines, influenciada por una situación temporal social, política y cultural determinada. Así por ejemplo para Lenin era, y fue utilizada, como medio de agitación y organización social hacia la Revolución. Para la corriente Funcionalista constituía una importante arma de control social y orden, favorable a la reproducción del sistema.

Teorías convergentes

Denis Mc Quail observa que el panorama se complementa encausando las tres vertientes previas, que convergen en causas mayores.

1. Primeramente se la puede considerar en términos de **distribución y recepción**. La radio es generalista, abierta, plural. No otorga un contenido concreto, puntual, como puede ser el caso de un libro o película, sino que proporciona contenidos múltiples. Otorga un abanico de opciones y variedades como "productos de un supermercado", es la imagen con que la ilustra Mc Quail cuando se refiere al medio en su carácter generalista.

La variedad está compuesta por la multiplicidad de **géneros**: informativo; interpretativo o de opinión; recreativo, y que a su vez se desempeñan alternativamente en diferentes **formatos**: noticias, boletines, panoramas, entrevistas, comentarios, documentales, dramatizaciones, adaptaciones.

2. Otro abordaje es desde la **dimensión política**. Son los **límites y condiciones** impuestos por las autoridades externas e internas del medio. Las legislaciones, las presiones gubernamentales o empresariales influyentes en la libre expresión, es decir, las censuras, problemas con las pautas publicitarias, prohibiciones legales.

3. **Dimensión de los valores culturales y sociales**. Es valorada acorde a sus funciones. Varía la gama en cuanto sus modos de difundir contenidos según el sector social al que se dirija. Cumple roles disímiles que son valorados, interpretados desde distintas perspectivas por sus oyentes. Es decir, los valores sociales y culturales son diferentes dentro de una misma sociedad y en distintos rangos de edad. El medio busca armonía con cada uno de ellos, complicidad, llegada, por lo tanto hay radios de todo tipo: grandes emisoras nacionales, comunitarias, zonales, rockeras, tropicales, folclóricas...

En este marco la **radio segmentada** se hace lugar entre la **generalista**, aún más, le acapara terreno, le suprime la variedad de "productos de supermercado" especializándose en uno en particular, dicho de otro modo, en una temática dada. Los años 80 marcan su apogeo pleno, considerando características de las audiencias como edad, sexo, ingresos, preferencias culturales, para diagramar un perfil de emisora con una programación en armonía en base a tales parámetros.

Los modos *segmentados* potencian su creatividad frente a los *generalistas*, sostiene Mc Quail, más rígidos y estructurados por la variedad de público que pretenden captar. Las radios segmentadas fomentan la creatividad, la libertad de imaginación para idear nuevas maneras diseñadas pertinentemente hacia públicos seleccionados. Le permite ahondar en un perfil de programación definido, de rasgos característicos.

4. Una cuarta vertiente para un concepto de radio, es la de ***las relaciones sociales***, en tanto se refiere al nivel de "distancia" (o nivel de llegada) entre la emisora y el público, y a su vez la vinculación entre los integrantes de ese público. Es una constante que varía dependiendo de la calidad del producto, mediante el profesionalismo, oficio, talento y carisma de sus realizadores. Puede registrarse una mayor afectividad e identificación, generalmente cuando los vínculos son más inmediatos, a partir de valores compartidos.

Investigadores como **Renato Ortiz**³⁵ y **Heriberto Murado**³⁶, trabajaron sobre la globalización y sus efectos, distinguiendo el ***espacio de lo local y lo global, entre la aldea y el mundo, y como emergente denominado por Ortiz como "glocal"*** producido por las influencias de culturas, casi siempre la dominante, la hegemónica, a lo largo de otros territorios que exceden los propios, una suerte de avance o "invasión cultural" como lo denomina Murado, sobre nuevas fronteras, que se hacen difusas, dejan de delimitar con la significación geográfica convencional, porque todo culturalmente va tornándose difuso, amalgamado, conviviente.

La FM que empieza a gestarse a mediados de los 80, segmentada: con tops de los temas preferidos, los más votados, responde a un modelo norteamericano de radio. Los cimientos, las estructuras de ese estilo de escuchar y producir radio, se imponen en Argentina. Esos modos, sus estructuras, exceden fronteras. Llegan al dial sus músicas, sus artistas, sus modas, como así también la influencia anglosajona en el resto de los consumos culturales y van adaptando los gustos y preferencias de los jóvenes en un gran mercado de juvenil.

La repercusión "invade" aún al pueblo más pequeño, a la "aldea" más menuda. Para una comunidad, el nivel de intimidad con la emisora "suya" sentida (emocionalmente) como propia por ser del barrio o pueblo, no es el mismo que con ninguna otra. Cada grupo o comunidad se identifica más con la que comparte sus valores, la más local, así como a nivel personal, por gustos

³⁵ Ortiz, Renato "Otro Territorio" Ensayo sobre el mundo contemporáneo. Colección Intersecciones. Unqui Buenos Aires 1996

³² Heriberto Murado. "Invasión cultural en América Latina" En Invasión cultural, economía y comunicación. Legasa. Buenos Aires. 1987

y preferencias, con la "segmentada" que trate los temas que más le interesen a uno. Por ejemplo para los gustosos del rock, la mejor será la de rock.

Las grandes emisoras nacionales hacen que de pronto una persona que vive en un pueblo serrano de Córdoba, o de Jujuy, tras escuchar una noticia de su pueblo en su radio local, escuche otra sobre un accidente típico en una autopista porteña. Es decir, los límites geográficos culturalmente se traspasan. Hay palabras, modos del habla, modas, formas predominantes de hacer radio, y principalmente contenidos de los "otros", *de otro lugar*, que se expanden y se instalan, creando una uniformidad o convivencia cultural. Por eso todo es vinculante especialmente por los medios.

En los 80 las pequeñas emisoras que van apareciendo en distintas zonas y comunidades, van hasta colmando el dial con los años. Sin embargo no refuerzan su capacidad de simbolizar y significar los hilos de su propio entramado político, social y cultural. Las frecuencias nacionales o provinciales: las grandes radios de ciudades capitales, que son las de mayor magnitud, favorecidas por las tecnologías satelitales y su poder económico, las convierten en repetidoras.

El autor español **Mariano Cebrián Herreros**³⁷ se refiere al papel de la televisión y que puede trasladarse a la radio de los años 80, con un fenómeno que en Argentina empieza a destacarse e influye en los *valores culturales* y en las *relaciones sociales* y es el papel de inmediatez que tiene la radio para cubrir noticias en el lugar mismo de los hechos.

La radio siempre llega primero, pero no a demasiados lugares, precisamente. **Cebrián Herreros** habla del rol de desplazamiento a la calle para seguir los hechos que son noticia y dar la primicia al instante, incluso que se fija en determinados puntos de la ciudad como Casa de Gobierno, Ministerios, Municipio, con móviles, para facilitarle las salidas al aire.

Ricardo Haya³⁸ es crítico en este sentido al afirmar que las radios nacionales no han salido a ganar la calle, más que en los programas matinales y en determinado modo, tampoco con firmeza. Acusa la dependencia a las noticias de las agencias, a los boletines de prensa oficiales, y sobre todo, a que el fenómeno se multiplique en ciudades o pueblos pequeños donde la función debería ser acercar lo propio, más que cumplir un rol de repetidores.

³⁷ Mariano Cebrián Herreros. "La información audiovisual". Madrid. Ediciones Forja, 1983

³⁸ "Hacia una nueva radio." Ricardo Haya, Paidós, 2002, Buenos Aires.

La radio como instrumento de difusión

Es una perspectiva instrumental, pragmática. Se la interpreta como transmisora de mensajes que tienen objetivos concretos. Se trata de un modelo de análisis que predominó sobre todo en América Latina hasta mediados de los años 70.

La comunicación se concibe bajo el esquema lineal: emisor – mensaje – receptor. Hay básicamente dos modos de hacer radio. El conductor habla, declama, declara, para una audiencia, o bien participa con ella, dialoga, comparte con su interlocutor.

Dos tendencias rigen esta concepción: la *funcionalista* y la *imposicionista*³⁹.

La perspectiva funcionalista la concibe como ejecutora de efectos, de reacciones, desde la concepción mediática: causa – efecto. Teoría de la aguja hipodérmica. Capaz de vender, convencer, provocar actitudes concretas...

La perspectiva imposicionista la confirma como medio de imposición ante la opinión pública. Manipuladora, ligada al poder, dominante de los grupos hegemónicos.

Trata la radio desde dentro de la radio, la radio por sus protagonistas, y acorde a ellos las funciones que para cada uno cumple acorde a la propuesta fundacional de la misma, ya sea una emisora comercial, comunitaria o local.

La radio como práctica significativa

Deja de ser un mero transmisor de contenidos, para convertirse en un espacio social protagonizado por diferentes intérpretes que producen sentidos y significaciones.

Deja de tener vigencia el viejo esquema lineal: emisor – receptor, donde uno es activo y el otro pasivo en el mensaje, con intercambio de protagonismos.

El **esquema de comunicación es circular**, como lo teoriza el investigador colombiano **Jesús Martín Barbero**⁴⁰. El mensaje circula en un esquema donde el emisor se vuelve receptor y a la

³⁹ Ricardo Haye, "Hacia una nueva radio", Paidós, Buenos Aires 2002. Recopilado del I Seminario-Taller Latinoamericano de Metodología de Investigación de la Radio organizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) en Bogotá, Colombia, 1991.

⁴⁰ Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, México, 1987.

inversa, donde no hay pasividad frente al mensaje, sino plena participación, producto de una permanente interacción.

Entre los diversos actores se ponen en manifiesto diferentes **competencias lingüísticas**⁴¹ en la producción del mensaje. Es decir, un comunicador o conductor no sería el más conveniente para insertarse en ámbitos que le son ajenos, donde la temática a desarrollar no es de mayor desempeño. En la competencia lingüística se vería superado, o cuando menos, establecería poco nexo, poco contacto con la audiencia. Su bagaje cultural no sería el más competente ante su interlocutor. La identificación debe ser lo más cercana posible. En la competencia quien está detrás del micrófono debe pertenecer o ser como del grupo temático al que adhiere la audiencia, conocer códigos, lugares, detalles importantes, de lo contrario pierde respeto, prestigio, admiración.

El concepto de *competencia* también se amolda al potencial con que se presenta y difunde una emisión. A cerca de cómo vestir el mensaje, con qué músicas y efectos, jugar, experimentar creativamente en cuanto a modo de expresarlo.

Este análisis permite reforzar la idea de que la radio además de negocio es productora y modeladora cultural. Pensarla como mero instrumento de difusión, es sólo una aceptación inicial. Constituye conocimiento en las personas. Dentro del esquema circular, el conocimiento, la cultura, se produce y comunica constantemente. El aporte es permanente.

La radio genera un sentido grupal, borra el aislamiento, genera cercanía e identificación. Socialmente da cuenta de diferentes demandas y también se encarga de la vida afectiva, sentimental, sensorial de las personas.

Se puede distinguir la función de estos mensajes⁴² entre **consumatorios e instrumentales**. Los primeros simplemente dan cuenta del contenido de lo que anuncian, aquello que expresan, lisa y llanamente. Los otros generan reflexiones o comportamientos variados, es una carga adicional junto al contenido. Son mensajes que movilizan a la percepción, los sentidos y la inteligencia.

Los mensajes que se construyen contienen significados, sentidos. Es decir *la radio como práctica signficante o experiencia cultural*, tal como lo expresan y estudian especialistas como **María Cristina Mata**.

⁴¹ Gutman, Pablo, "El mercado lingüístico". En: Sociología y Cultura, Grijalbo, México 1991.

⁴² Ricardo Haye, "Hacia una nueva radio." Paidós, 2002, Buenos Aires.

2. RADIO BANGKOK

Contexto radial y antecesores de "Radio Bangkok."

En los años 80 toma impulso todo un mercado orientado a los jóvenes en cuanto a consumos culturales. Si en radio, el rock sonaba cada vez más, y todo un mercado, una industria se gestaba en torno suyo, ese esplendor no se debía solamente al fenómeno Malvinas con la disposición militar de difundir toda la música en castellano, sino a todo un marco de fuerte producción cultural, incluso musical, lógicamente.

Aparecieron varias productoras y compañías discográficas pequeñas y medianas. En la televisión también se multiplicaban las propuestas, como en todos los rubros comerciales, dedicados a los jóvenes. Es decir, *"empezaban a palparse datos de la economía argentina que comenzaban a pensar también en un mercado de jóvenes, desde todos los frentes y se va remarcando cada vez más porque da grandes resultados. Esto antes no había pasado"* explica **Jorge Dorio**⁴³ Ya existía el Parakultural, Chabán había empezado con Cemento. El mercado estaba en expansión.

"Rock & Pop" fue una radio que surgió en ese contexto, en agosto de 1984. Hasta ese momento no había una radio exclusivamente de rock. La clase de programas, como "Radio Bangkok" surge el 26 abril de 1987 cuando la gerencia dejaba atrás una etapa musical para cargarse de programas con fuerte producción, con contenidos temáticos, para competir en el dial, ante la falta de solvencia técnica contra la de monstruos como FM Rivadavia, Aspen, Horizonte, FM 100, que eran líderes y emitían con una calidad técnica muy elogiada, contando con los equipos más sofisticados.

La emisora en su grilla se condecía con la actitud *rockera* de ser *rebelde al aire*, al eludir los modos clásicos como se estaba acostumbrado a trabajar, a ser desacantonados, decirlo todo, ser directos, hablar de música y no difundirla meramente. Los integrantes de "Radio Bangkok" eran *los rockeros de la radio*. Ellos iban a contramano de un modo de hacer radio, clásico y tradicional, destruían, deconstruían un estilo que era muy general hasta entonces.

Antecesores que puedan detectársele para marcar una referencia, un marco contextual, habían sido radio Del Plata y FM Rivadavia (FMR) Empezaron a tomar el rock como algo más continuo en su programación, con cierta identidad propia. Esos programas eran, uno "9PM" con

⁴³ Sus citas de entrevista realizada por los tesistas. Septiembre 2005

Lalo Mir y Elizabeth Vernaci en Del Plata, y en Rivadavia, Juan Alberto Badía junto a Graciela Mancuso.

Las propuestas en el dial, a nivel general, eran de programas que pasaban mucha música. En tanto "Bangkok" era revoltoso, turbulento. Quedó como un icono, un símbolo de un modo de hacer radio, informal, irreverente, fue algo que rompió los moldes y dio resultado.

En el sentido discursivo, sostiene **Alfredo Rosso**⁴⁴ que *"las otras radios pasaban rock como pasaban Luis Miguel. No tenían bandera, eran como barcos piratas, ponían las banderas de donde les daban los tesoros. Nunca hubo en la Argentina un apogeo de las radios de rock"*.

Antes de Malvinas (1981) Tom Lupo tenía apenas un micro de diez minutos que se llamaba **"El Tom Lupo show"** dentro de un programa de cuatro horas, durante el primer lustro de los 80. Era el único espacio que pasaba rock nacional. Cuando la situación se revirtió por Malvinas, la música en castellano se ancló firmemente en radio, Lupo lanzó **"El submarino amarillo"** donde dio a conocer bandas que en su momento eran nuevas y con el tiempo se transformaron en líderes en la escena nacional. Se emitió en Del Plata, de 22 a 2, en FM y AM simultáneamente. Continuó hasta finales de la década.

El programa tenía su fuerte en invitar artistas y pasar sus canciones. *"Vino un grupo muy tímido con un demo en inglés y hoy se llaman -Los Ratonos Paranoicos-"* cuenta **Lupo**⁴⁵ *"Pasamos un demo de un grupo -Los redonditos-, que no tenían disco todavía. El jingle nuestro lo hacía Soda Stéreo, que por favor nos pidieron si podían hacer el jingle del programa... Transmitíamos en Capital pero llegábamos a Purmamarca. Una vez llegó una carta de un oyente que decía: -tengo que practicar el kamasutra con la radio para poder sintonizarlos bien- y decía -¿quiénes son esos que se llaman Los redonditos de ricota?- así que cuando un grupo es bueno, aún sin imagen, pega ahí donde debe pegar"*.

Fueron los primeros en pasar demos en la radio; en hacer los primeros móviles de rock, desde estadios, que generalmente eran para deporte e informaciones diarias. Hasta competían con la televisión por el alto nivel de rating que alcanzaban, especialmente los miércoles, cuando se hacía el especial llamado "La música de los músicos", durante los cinco años. Todos los grandes músicos estaban invitados: Charly García, Spinetta, Nito Mestre... Se difundían algunas de las canciones que ellos escuchaban en sus casas. Los artistas contaban sus gustos y preferencias, explicaban su selección. Era como espiar el backup de los máximos referentes nacionales.

⁴⁴ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Junio 2005

⁴⁵ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Julio 2005

Se escuchaban artistas importantes para la historia de la música, los que siempre son buenos escuchar y aprender porque son los mejores, así como para un escritor es importante la lectura de los autores consagrados, que por eso son "grandes maestros".

Era un programa con preguntas de la gente, llamados telefónicos, anécdotas, de cuatro horas de duración y conformado por un equipo de producción que sumaba quince personas, algo inusual completamente.

Junto a "9pm" fueron los dos únicos que se transmitieron simultáneamente en AM y FM. Tenía un formato que bien podía ser, de hecho lo era, compatible en las dos bandas.

En esos años se produjo un pasaje de audiencias de la AM hacia la FM, que llevó contenidos, formatos y estéticas, del mismo modo que en su medida la FM influyó sobre la AM.

Para **Ricardo Haya**⁴⁶ lo más importante a resaltar, es el modo cómo se logra transmitir para cada audiencia. Para el investigador *"la FM es una modalidad en la modulación dentro de la amplitud o la frecuencia, entonces la FM sigue siendo un fenómeno radiofónico. Yo diría que no hay que dividir entre FM y AM, en todo caso deberíamos hablar de presencia o ausencia de contenidos, de presencia o ausencia respecto a que se hace en una y otra. Nada indica que la FM deba estar sesgada a contenidos musicales, ya Badía hacía programas que pudieran haber sido transmitidos también en AM"*.

Los programas que tuvo la FM eran como de AM en el sentido de que para sus realizadores igualmente, era hacer radio, independientemente de las frecuencias. Todos venían de trabajar en AM, no había mayores diferencias en hacer un programa en una banda o en otra, salvo el respeto por la música como lenguaje radiofónico predominante en la nueva banda y la ventaja en la calidad sonora.

Con el tiempo, por los gajes del oficio y el negocio, se fueron considerando muchos aspectos, sobre todo de características de audiencia en una y otra amplitud, para lograr una mayor definición en cuanto a tipo de programa y programación de emisora. La FM se dedicó más a un sector juvenil y adulto joven, buscando la agilidad e informalidad enunciativa, pero no hubo hasta mediados de los 80 con Rock & Pop, una emisora o un programa como "Bangkok" que fuera a romper directamente los moldes y le saliera bien, que con eso fundara un nuevo modo posible de trabajar la radio. Hay que tener en cuenta que el programa más ágil y animado seguía siendo "Rapidísimo" y en muchos casos las otras emisoras trataban de imitarlo o asemejarse.

⁴⁶ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Septiembre 2005

Ricardo Haya⁴⁷ destaca la época enunciando que *"en términos de pluralidad, si uno hubiera encontrado un muestrario variado de voces, hubiera sido distinto, pero cuando las voces se parecen todas entre sí, la radiodifusión en su conjunto parece más una letanía que se repite con un mismo discurso. Teníamos voces múltiples con discursos unívocos, y lo dicen varios autores consagrados como Armand Balsebre o Joseph María Martí, ambos, autores españoles, que la radio tiende a parecerse a sí misma 24 horas al día, durante los siete días de la semana, los 365 días del año y esto implicaba un debilitamiento de las emisoras y de la variedad de sus agendas temáticas y estilos"*.

Por ejemplo la mañana no presentaba variaciones, era de la AM, era de Larrea, Carrizo, Mareco, por lo tanto aventurarse en FM por la mañana para competir con una propuesta muy distinta era todo un desafío.

Luego en programas como **"Ciudad abierta"** con Mónica Cahen D'anvers, o **"Ciudad abierta 2"**, la versión vespertina con Aníbal Vinelli y Luisa Delfino, el lenguaje era más coloquial. Cuando Bangkok ya había pasado un tiempo al aire, el tipo de lenguaje, contenido, informalidad, fue incorporándose también en otros programas, claro que no por Bangkok, sino porque ya empezaba a trabajarse de esa forma.

Hasta ese momento, ciclos como **"El tren fantasma"** habían potenciado los recursos de la radio que estaba muy verbalizada. Otros casos fueron por ejemplo el programa heavy **"Cuero pesado"** con Daniel Aguilar, el "Caballero del Metal" que estaba por las noches en la FM Continental o **"La troupe"** que después apareció en Rock & Pop como **"Feedback"** con Mario Pergolini.

Si "Bangkok" iba a desestructurar un modo formal y correcto de hacer radio, para **Alfredo Rosso**⁴⁸ lo haría desde un bagaje incorporado de programas radiales anteriores. Dice: *"Bangkok no es un experimento aislado, yo creo que ese programa es un continuum, una continuación del legado que había dejado empezado en **El tren fantasma**, ciclo que cambia las formas, el registro de la radio. Daniel Morano no sólo cambió la música: metió el reggae, metió el punk; hizo de Omar Cerasuolo un locutor distinto, fue el primer locutor desacantonado, lo cual es irónico porque Omar es un tipo formal, es un locutor de saco y corbata. Bangkok rescata esa herencia. Es también lo que hacía un muy joven Roberto Pettinato en radio Del Plata con Graciela Mancuso en **La zona fantasma**."*

⁴⁷ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Septiembre 2005

⁴⁸ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Junio 2005

Sin embargo **Douglas Vinci**⁴⁹ discrepa con tal afirmación: *"Bangkok no fue la continuidad de algo, fue la ruptura de algo. El programa "El tren fantasma" era Cerasuolo, un disco, Cerasuolo un disco, Cerasuolo hablaba siempre del mismo modo. No había contenido. El tren fantasma era lineal, no había crítica. Nosotros gritábamos, nos tirábamos pedos, vomitábamos, o sea que no es la continuidad, es mentira. Bangkok fue la bisagra entre un modo de hacer radio y otro. Yo escuchaba "El tren fantasma" era un programa excepcional, si tengo que responder si volvería ahora, volvería ahora exactamente en el mismo formato y no te das cuenta de que hubieran pasado 25 años, porque no había grito, no había misterio. Nosotros pasábamos hasta la Mona Jiménez. Hubo un concierto suyo en el Luna Park y nosotros lo presentamos, cuando la bailanta era una cosa que no te la pasaba nadie. Nosotros pasamos esas cosas, "El tren fantasma" no hacía nada de eso"*.

El cuarteto de la Mona no tenía lugar ni oyentes supuestamente en esa radio, pero en un punto eso no importaba tanto como para no hacer excepciones, siendo que discursivamente cuadraba con el lineamiento general del programa y de la radio como matriz: traviesa, revuelta.

Similares situaciones ya habían sucedido. Un ejemplo, en radio Belgrano, en **"Sueños de una noche de Belgrano"** con Jorge Dorio y Martín Caparrós. Era un programa desordenado de dos entonces muchachos transmitiendo a la medianoche. Sonaba Mozart y jazz, rock y folclore, El club del clan, Violeta Rivas, Sandro. Eran desordenados también en términos radiales de conducción, para hablar se pisaban, se interrumpían, **Jorge Dorio**⁵⁰ recuerda que *"estaban los comentarios diciéndonos esto: -no puede ser, pasan temas de Sandro, tango, rock, esa porquería del Club del clan, a quién se están dirigiendo-... bien, para ellos hubo muchas malas noticias rápidamente, porque el programa estaba creciendo en audiencia precipitadamente, hasta que un día entró un "comando nazi" a la radio, esto pasó un 2 de abril que estábamos haciendo un programa sobre la guerra de Malvinas, entró un fascista armado a tomar la radio, fuimos a una comisaría, logramos el sueño del pibe que era salir en la tapa de Crónica y el programa se catapultó en términos de audiencia inmediatamente"*.

Había cosas que eran atrevidas, otras que eran osadas presentar, como el hecho que recuerda Dorio⁵¹ de cuando *"una madrugada conozco a una dama dedicada a hacer la calle. Era una mina muy maquillada, de falda corta, la llevo a la radio. -Hola ¿cómo estás? ¿Cómo te llamas?- -Sheila-, -ahá Sheila y a qué te dedicás-, -soy prostituta-, -dónde trabajás-, cuenta esto... -cuándo empezaste?- -Cuando salí de la colimba-, dice, entonces se hace un silencio, un silencio"*

⁴⁹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Noviembre 2005

⁵⁰ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Septiembre 2005

⁵¹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Septiembre 2005

de muerte en el estudio. El operador que estaba alzado con lo que había visto, esas piernas y ese traste, se pone muy serio y esta tal Sheila empieza a contar que se llamaba Alberto, ponele, un travesti. En ese momento solo contar esto nos valió protestas de grupos por la familia, multas..."

"Bangkok" no salía de una galera. Sus integrantes eran muy creativos, con gran talento, cuidaban tanto forma como contenido, le encontraron una vuelta distinta a cómo comunicar haciéndolos realmente novedosos y eso les permitió el éxito y reconocimiento histórico. Hacían lo más loco y transgresor que haya habido en radio anteriormente. Es decir, tomaban algunas cosas de algunos anteriores programas, en el sentido de que no eran un punto de inicio completamente nuevo, mucho de lo que hacían jamás hubiera pasado antes ni por casualidad, pero tampoco de ninguna manera manifestaban una linealidad, en términos progresivos, como lo planteaba Rosso, así como "Malas compañías" no puede decirse que era una suerte de continuación de algunos capítulos de "Una noche de Belgrano".

La música como matriz de la Frecuencia

Si bien el duelo por el liderazgo es entre emisoras privadas, las difusoras pioneras fueron las estatales. *Radio Nacional* llevó adelante los primeros intentos en esta frecuencia en los años 50, estableciéndose regular en 1967. *LS Municipal* también fue pionera, en los primeros años de la década de los 70.

Con la FM el torrente de música invade los hogares, comercios, colectivos, taxis, supermercados, y millones de peatones que van con su walkman. La "frecuencia de la música" endulza los oídos de la gente y le pone nítidas melodías a sus días.

La Nación del 2 de noviembre de 1986, publicaba un extenso informe especial titulado "La guerra de las FM" Daba cuenta de la magnitud del negocio puesto en marcha por múltiples mecanismos cuidadosamente trabajados, ya desde la selección musical en los distintos horarios, hasta los distintos grupos de fans que se habían armado, y sobre todo en la pelea por la torta publicitaria. Si en líneas generales la frecuencia era de la "música" y se evitaban demasiadas palabras, las publicidades tampoco podían desvirtuar a tamañaza vedette, de modo que para realizarlas se apelaba a la creatividad.

La Fm se caracteriza "no sólo por la música sino por la forma que se encara la comunicación con el oyente. A través de determinadas voces, del lenguaje elegido y hasta en el modo de organizar la publicidad" decía el artículo. Era el panorama varios meses antes de que comenzara "Bangkok", el 26 de abril del 87, y que se mantuvo similar, salvo por algunos rotundos cambios de estrategia, como la *Rock & Pop*. El informe periodístico citaba a los principales directivos de las emisoras líderes para que explicaran el éxito.

Miguel Ángel López Oyarce, gerente de FM Horizonte (94.3 Mhz) que transmitía las 24 horas, destacaba que era fundamental para la radio difundir los hits y los temas de épocas memorables, los clásicos, proporcionando información sobre tema y artista. "Al oyente le interesan mucho estos datos, una breve crónica, un suceso insólito relacionado, o un hecho notable. Lo importante es saber acompañar a quien busca en la radio un imaginario partenaire para sus tareas o el descanso".

La frecuencia era compañía anímica, afectiva, emocional, proporcionaba dosis de ritmo y balada, era sedante, despertar y compañera del transcurrir del día.

Del Plata Hits (95.1 Mhz) transmitía de 10 a 23 horas, para un sector adolescente de 13 a 19 años, el resto de la programación era la misma que para AM. **Rodolfo Fortuna, gerente de producción**, declaraba que "En este momento es muy importante el disc jockey como figura, es

quien pasa la canción y quien debe comentarla. Se pasan temas muy conocidos y populares, de ahí el nombre de la radio, se pasan "hits". Transmitimos música nacional o extranjera, con excepción de heavy metal que a nuestro juicio no tiene un mercado importante".

Raúl Stortoni era gerente de operaciones de radio Splendid (95.9 Mhz) explicaba que el éxito se incrementaba con el programa "FM Latina" de 8 a 18 horas con temas todos en castellano.

Ernesto Glustein, director de FM OK (95.5 Mhz) explicaba cómo se tenía en cuenta en la programación al público de todas las edades, considerando que la frecuencia es escuchada por niños, jóvenes y adultos. "La mañana es para el adulto" decía "la tarde es una mezcla un poco más fresca y la noche la dedicamos al joven y adolescente abarcando una franja desde las 22 hasta las 2 de la mañana."

Por otra parte, desde la última emisora en salir al aire **FM 100 (99.9 Mhz) Hugo Di Guglielmo, asesor de programación**, sostenía que lo más importante era la calidad y respeto por la melodía. Agregaba que la información es importante "a mi juicio el oyente no quiere vivir en una burbuja, la información debe ser muy breve y seleccionada" decía "cinco minutos por hora."

Láser 102 (102.3 Mhz) transmitía música pop internacional de todas las épocas. Su audiencia rondaba entre los 20 y 35 años de edad, para ellos la variedad musical.

Julio Moyano era realizador artístico de Inolvidable (103.1 Mhz) que emitía temas internacionales, algunos muy exóticos, otros muy conocidos. Se manejaba una amalgama especial. Decía Moyano "pasamos de Piazzola a un breve momento de música clásica, que luego se mezclará con algo brasileño del 50 ó 60." Su marco de audiencia era de los 30 años en adelante. Por otra parte, se enorgullecía de poseer una de las más grandes discotecas del país y anunciaba que el de las FM era un fenómeno en crecimiento que superaría en número a las AM.

Daniel Grinbank era gerente artístico de Rock & Pop (106.3 Mhz) con una audiencia de 10 a 35 años y de todos los niveles. Se autotitulaba pionero de una frecuencia netamente musical. "Este concepto a su vez provocó un cambio, una revolución e incorporó la programación homogénea, es decir, que el oyente encienda determinada emisora sabiendo ya qué es lo que va a encontrar y en nuestro caso eso ocurre las 24 horas." Agregaba "Yo creo en la cultura del ocio, del pasatiempo, del divertimento, por lo tanto para mí la FM tiene un fin cultural. Mi propuesta es ofrecerle al público buen rock, buen pop y diversión."

La guerra de las FM era por el ranking y por ende por la mayor porción de torta publicitaria, que se buscaba acapararla rápidamente, primero, y lograr retenerla, después. Las mediciones de IPSA sobre la audiencia radial y el sector FM, daban cuenta del importante fenómeno comercial

que implicaban: más del 50 por ciento del total del público radial. Los jóvenes preferían escuchar música por la calidad sonora, para grabarla y por una identificación con la emisora

La Razón del 4 de agosto de 1987 publicitaba, a media página, un gráfico de torta porcentual de los grados de audiencias por cada frecuencia modulada. La ganadora era *FM Horizonte* con un margen del 30 por ciento. Tomaba las mediciones de IPSA para destacarse, dejando demostrado que los resultados de las encuestas ya se manipulaban, se tomaban para fines publicitarios. Por supuesto había un sello de *Horizonte* y un comentario triunfalista.

El fin de este tipo de publicidades era dar cuenta de que existía un grupo mayoritario, un grupo mayor. Era para que las minorías aceptaran y aprobaran la propuesta de la emisora líder en audiencia, y por otro lado, que ese número continuara firme en la escucha. Buscaba generar en la sociedad la "sensación de pertenencia al grupo de máxima audiencia" al grupo de todos, al grupo ganador, que el minoritario se convenciera y se "subiera al carro ganador" al momento de elegir qué emisora sintonizar.

Hacia 1988 nueve de cada diez temas musicales eran en inglés y sólo *FM 100* marcaba una mínima excepción, pasando algún tema más que las otras, en castellano. Es decir el 90 por ciento de la música era en inglés. El sondeo estuvo hecho por IPSA y fue publicado en la revista "Humor" y retomado para un artículo en el **Suplemento joven del diario Sur en 1988**, sobre las nueve principales emisoras comerciales de frecuencia modulada, que de ellas, dos, Láser (Splendid); Aspen 102 (América) difundían concretamente su totalidad musical en inglés.

La Z95 era "El boom del momento" como titulaba el **Suplemento joven del Diario Sur del 12 de noviembre 1988**. Su secreto: mucha música para un target de 13 a 18 años. Una radio para adolescentes. Tenía los temas de moda, "buena onda", una cortina pegadiza que se puso de moda con la canción titulada "Marina" de un italiano llamado Rocco. IPSA también la midió en tercer lugar con una audiencia del 35% para agosto del 89. Era la radio de los "top" de los éxitos. La emisora donde las agujas de los artefactos radiofónicos podían quedar clavadas, donde siempre se iba a escuchar música y la de moda. Cabe destacar que la Z había empezado hacía apenas un mes, el 3 de Octubre.



Bernardo Bergeret, de Z 95. Abajo, radio en la calle, de fiesta, en primavera

Z 95, EL BOOM DEL MOMENTO

Sólo para adolescentes

Hace una buena cantidad de años, quizás unos 20, el programa **Domingos para la juventud** utilizaba como cortina el primer gran éxito del grupo llamado **Abracadabra**. **Domingo en Buenos Aires** era el nombre del tema, y **Bernardo Bergeret**, el de su compositor. Hoy, la cortina musical más utilizada por ese mismo programa se llama **Marina**, está interpretada por un señor italiano de nombre **Rocco** y miles de jóvenes la conocen porque la **FM Z 95** la convirtió en éxito. El director artístico de la radio, que es la frecuencia modulada de **Del Plata**, se llama **Bernardo Bergeret**.

El señor tomó la conducción de la radio el 1 de diciembre pasado. Ya tenía ese nombre pero la estructura era diametralmente opuesta a la actual. La medición de audiencia del mes de noviembre la reveló como la última entre sus pares. Hasta ahí llegó el marplatense **Luis María Stanzione** al frente de la radio, entonces—como hoy—bajo la batuta mayor de **Julio Moyano**.

A partir del 1 de diciembre y hasta hoy, la **FM de Radio del Plata** creció hasta ubicarse según

las mediciones de la empresa **IPSA**, en el tercer puesto del ranking general, llegando a tocar el segundo. Y en el **target** (o perfil de público específico, de **13 a 18 años**, está primera sola, con una porción de audiencia que supera el **35%**.

La **Z 95** se maneja básicamente con el esquema de **radio Top 40**, nacido en los Estados Unidos y diseminado inmediatamente en el resto del mundo. En ese tipo de emisora, la columna vertebral está compuesta por **50 temas o, mejor, 50 éxitos**, que se van renovando. Allí, según la bíblica revista **Billboard**—virtual marcapasos del mercado del disco—y aquí, también mirando a dicha publicación, y sumando los llamados de los oyentes y el tacto o la intuición que puedan tener los programadores para crear un hit.

Así, la **FM "impuso"** buena parte de la cantidad de los éxitos—música techno o no—que se vienen vailando en las discotecas de la Capital desde hace ya un año. "Aquí, sólo entran los hits", argumenta **Bergeret (46)**, quien desde hace años se mueve en el mundo del espectáculo a través de números tan eclécticos como "**La Zeta**", la organización de conciertos (**Mercedes Sosa**, **Milton Nascimento** y **León Gieco**) en Vélez, y **El encuentro del brasileño Ivan Lins** con **Gieco**, **Spinetta** y **Pedro Aznar**, con sólo dos de los suyos, la creación del grupo **Viuda e hijas de Roque Enrol**, o el manejo de los catálogos discográficos de **O Globo**, en Brasil y **ATC Producciones Fonográficas**, aquí.

Con un promedio de **1.200** llamados telefónicos diarios, con **30 mil** personas asistiendo al baile primaveral organizado juntamente con la **Municipalidad de Buenos Aires**, con pautas publicitarias a tope, con un **LP** al salir, que incluye buena parte de los éxitos de la radio, y con los datos consignados más arriba, podría concluirse que es éste, el de la **Z 95**, el boom radiofónico del año. Un boom veraniego, según muchos, que ya va a cumplir un año.

El tiempo pasa, nos vamos poniendo tecnos, dijo **Luca Prodan**. Y se murió.

Nacional FM (96.7 Mghz) le sirvió a su argentinísimo director **Julio Mábiz** para sacarse de encima algunos clásicos de la **Nacional grande (AM)** que tal vez le resultaban incómodos. Al menos eso se evidencia en el caso de **Una mañana para todos**, el programa matutino de **Omar Cerasuolo** que pasó a la **FM** para que **Susana Argañaraz** (histórica locutora de **Mábiz**) ocupara la mañana de **AM** con **Argentínos en acción**. También en **FM** está **Guillermo Fuentes Rey** con **La ventana**, otro programa que iba en **AM**; ahora su antiguo espacio lo ocupa **Andrés Percivale** con **Aire puro**. Hay varios espacios para la "cultura" y también otros para la música popular argentina y latinoamericana, pero nada con alguna "tendencia progresista". Según se comenta, **Mábiz** ordenó que en su radio, gente como **Silvio Rodríguez**, **León Gieco** o **Mercedes Sosa** no se deben difundir porque "son zurdos".

Este es el Sr. Ranking

Emisora	Oyentes
1. FM 100	3.073.000
2. Rock & Pop	2.658.000
3. Z95	1.480.000
4. Horizonte	1.135.000
5. Melody	805.000
6. Láser	675.000
7. Aspen	460.000
8. Inolvidable	445.000
9. Clásica	302.000

Audiencia neta de emisoras comerciales de **FM**. Datos de agosto del '89, de lunes a viernes, las 24 horas. Fuente: **Multimedios & Marketing**

M.P.

La *Rock & Pop* hacía su parte para ganarse los méritos. Su programación estaba constituida, según **Página 12 del 17 de noviembre de 1988**, de la siguiente manera: los sábados a las 22 hs con "Marcha" con la música de moda en los boliches, en los bailes. De lunes a viernes desde las 7 hs un espacio de la Secretaría de la Juventud de Capital Federal, para la difusión de sus actividades.

Luego "Monoblock" el informativo de la emisora. Después de las 24 hs "Scoop" un ciclo cultural del underground y los martes "Piso 93" una propuesta con temas clásicos para una audiencia adulta o joven adultos.

Mario Pergolini hacía "Feedback" con Ari Paluch desde 1º de agosto del 1985 en la FM de Radio Continental junto a Mario Pergolini, ciclo que en 1986 el ciclo pasa a la emisora FM Okey (que luego sería adquirida por Daniel Grinbank y varios participantes pasarían a formar parte de Rock & Pop). Al mes de empezar Feedback, sale al aire Radio Bangkok.

En 1989 la pareja formada por Pergolini-Paluch se había disuelto, en un ciclo humorístico nocturno llamado "Malas Compañías" y emitido por Rock & Pop, aparecía Eduardo de la Puente, con quien trabajaría durante mucho tiempo.

Dentro de este complejo entramado, "Radio Bangkok" venía por las mañanas y el mediodía desde el 26 de abril de 1986 hasta el 8 de septiembre de 1989.

Para IPSA iba primera con 34% de audiencia frente a FM 100 con el 26% seguida de *Horizonte*, *Láser* y *Aspen*. Las otras de fuerza comercial, pero con una porción muy menor de la torta publicitaria, el 4% eran *Inolvidable*, *Del plata*, *la 105*. La publicación salió en **La Nación del domingo 5 de febrero de 1989**. La frecuencia del rock y el pop se mantenía siempre entre las emisoras líderes.

El 8 de septiembre de 1989 *Rock & Pop* entraba en el período que se denominó *el tercer tiempo*, exclusivamente musical, como en una primera etapa, dando por terminado de forma abrupta todos sus ciclos radiales, en una decisión bruta tomada por Grinbank, que disgustó y enemistó de él a muchos de los conductores, según las declaraciones de época a distintos medios, de cada uno de los que quedaron sin trabajo de un día para el otro.

En una entrevista de Lalo Mir publicada en **Página 12 el jueves 28 de septiembre de 1989**, declaraba, siempre atinado y calmo, que "esperaba festejar los cuatro años de Bangkok el 26 de abril de 1990" y reconocía de la gerencia de la radio el hecho de que "se jugó en su momento, al darnos semejante espacio de libertad. Me doy cuenta de eso ahora, que me proponen -hacer algo

más tranqui.-"En cuanto a los méritos el programa decía: "logramos popularizar la FM, frente a quienes sostenían que la FM es sólo música. Bangkok enseñó a sonreír a pesar de la crisis. No fue una alegría tipo Portal, sino una alegría autocrítica. Nosotros quisimos retratar a los personajes del país."

Para establecer un contexto antecesor de programas de FM de los 80, hablados, con un potencial empleo de recursos y no meramente musicales, hay que remontarse a la AM de los años 70 y unos tempranos 80, para rescatar algunas experiencias de las que definían en líneas generales cómo era la radiofonía.

El periodista **Sergio Marchi**⁵² en su libro "**Cinta testigo**" entrevista a aquellos hacedores de radio, protagonistas centrales aún hoy, en una suerte de recorrido radial histórico de cada uno de ellos, del que puede generarse un claro **mapa contextual general**:

Las principales emisoras eran Mitre, Rivadavia, Continental. Los magnates de la radio eran justamente en *Rivadavia*, Héctor Larrea con "Rapidísimo", Cacho Fontana con el "Fontana show", Carrizo, Fernando Bravo en "Siempre Rivadavia" donde debutó el Negro Dolina, y el clásico del deporte "La Oral Deportiva".

Sergio Marchi cuenta⁵³ que Rapidísimo primero estaba en las mañanas de *Continental*. Ganó el premio internacional Ondas y Larrea fue a recibirlo. A su regreso ya no tenía trabajo. La directiva buscaba dirigirse a otro tipo de target, era su intención hacer una radio más ABC1, más pulcra, más atildada, más prolija. Ese perfil fue el que empezó a regir para marcar a la emisora.

En ese contexto Larrea pasaba a *Rivadavia*, donde permanecería durante veintiún años, desde el 11 de marzo de 1973. Iba de 15 a 18 horas y no competía con el "Fontana show" un monstruo de la mañana.

"Rapidísimo" era un programa con improvisaciones, que se daban durante el desarrollo de cada emisión, sostenidas por las estructuras centrales que ya estaban armadas o preestablecidas. Se sabía cómo empezaba hacia dónde se dirigía y cómo se desarrollaba el programa, en el medio, en el nudo, estaba la improvisación.

A mediados de los 80 Fontana retorna el aire, que había dejado, en *Rivadavia* con "Sexta edición" un noticiero, un ciclo distinto al éxito que había hecho allí anteriormente.

Si bien eran programas ágiles, dinámicos, eran distintos a los ritmos de la FM. Hasta las tandas comerciales adquirirían otra dinámica a la que fue adquiriendo en las FM. Las tandas eran leídas y más extensas.

⁵² Sergio Marchi, "Cinta Testigo." Editorial Sudamericana. Buenos Aires, Febrero 2002

En tanto la "radio femenina" maximizaba su potencial. Las primeras locutoras que adquirirían méritos por su trabajo eran Nucha Amengual, Betty Elizalde y Nora Perlé, cada una con su estilo, pero siempre en la línea de la seducción, del romanticismo, seduciendo desde el micrófono desde los años 70.

Mientras algunos programas funcionaban en la estridencia, a las mujeres les iba mejor en el semitono, como a Nora Perlé en el programa que duró dieciséis años "Las siete lunas de Crandall" auspiciado por Crandall, que vendía un número de productos que eran un éxito comercial, o Nucha Amengual, que era la más frontal sensualmente y directa en "La dama duende"; "Modart en la noche" o "Miss Ylang y su música" en radio Excelsior que a su vez Perlé hacía en continental. Allí había libreto, palabra, tenía un plus más allá de la música, un programa que hacía con Roberto Víctor Cicutta.

"El tren fantasma" funcionó entre 1975 y 1989, "cuando se detuvo"⁵⁴. Andaba de 2 a 5 y los sábados y domingos en trasnoche. Era muy poético, cuidado en el lenguaje. Omar Cerasuolo en todos sus ciclos guardaba distancia con el oyente que lo llamaba, no decía malas palabras, era muy "formal y cortés".

"Música Verdad" hacía Juan Alberto Badía y Graciela Mancuso en Rivadavia a fines de los 70. Competía con "Música de Thompson y Williams" y "Modart en la noche". Después Badía hizo "Imagínate: Flecha Juventud" que cambió el estilo de "Modart en la Noche" y "Música de Thompson y Williams", era la primera vez que los oyentes tuvieron participación y salieron a aire por teléfono, que elegían canciones. En el 83 en *FM R* Badía hizo "Piedra Libre" un programa de música, con el que la gente se identificaba mucho⁵⁵, por ejemplo cuando fue la muerte de John Lennon, Badía al llegar a la radio se encontró con la calle cortada, Maipú 555, donde actualmente es radio Nacional, con fans llorando, tristes por el trágico acontecimiento.

Marcelo Morano, manejaba la *FM de Rivadavia*, ahí trabajó con Aliverti luego de que él pasara por Continental, otro que se cambió ahí, como Larrea. Badía allí hizo "Verano con B" musical y luego cambió de temática, se volcó a la temática de actualidad, a la política, hizo "A mi manera" en Mitre.

Ya adentrados los 80 pasaron por radio Belgrano, aunque de corta experiencia, grandes figuras del medio, como Alejandro Dolina, Tom Lupo, Chino Chinén, Jorge Dorio, Martín Caparrós.

⁵⁴ Sergio Marchi, "Cinta Testigo." Editorial Sudamericana. Buenos Aires, Febrero 2002 Cita de entrevista a Omar Cerasuolo.

⁵⁵ Sergio Marchi, "Cinta Testigo." Editorial Sudamericana. Febrero 2002. Anécdota de entrevista a Juan Alberto Badía

En tanto, por las noches de la Rock & Pop, cuando ya "Bangkok" estaba en marcha Mario Pergolini y Eduardo de la Puente hacían "Malas compañías" con una sección de contactos de gente buscando experiencias que no eran convencionales escuchar al aire. Era una pareja buscando un tercero para trío, una pareja buscando otra pareja, una chica buscando otra, eso definía al programa, lo marcaba.

Otro componente a tono con la clase de contenido era el consultorio sexual, donde todo se encaraba con doble sentido. Consistía en responder cartas de oyentes, donde siempre las respuestas tenían el giro a lo irreverente y cómico.

Desde marzo del 88 Continental ponía al aire "Extraños en la calle" por las noches, de 22 a 24 horas, un radioteatro protagonizado por Juan Leyrado, Miguel Ángel Solá y Alicia Zanca. No tuvo la repercusión de los radioteatros de los años 50, el género ahora servía más como parte de un programa, a modo de reconstrucción, pero de ningún modo se sostenía a sí mismo.

Trama y audiencia

Armand Balsebre⁵⁶ sintetiza la función de la **grilla de programación** de toda radio, en la fórmula: previsibilidad y sorpresa. **Previsibilidad** de las audiciones que tienen incorporados rasgos propios, característicos y se insertan a un público definido y **sorpresa** por su contenido.

"Radio Bangkok" proponía un modelo cualitativamente distinto al de otras experiencias como las de Nora Perlé, Graciela Mancuso y el propio Badía. Era un modelo desenfadado, desestructurando el modelo de locutor canónico que proponía el Iser. Empezaba a quebrar con preceptos que parecían indiscutibles a la hora de ponerse frente a un micrófono.

Los integrantes del programa eran en conducción Lalo Mir, Bobby Flores, Quique Prosen, Douglas Vinci y los operadores Chino Chinén y Guillo García. Inicialmente los roles eran: conducción Lalo Mir, musicalización Bobby Flores y Quique Prosen. Luego se sumaría Douglas Vinci interpretando personajes cómicos.

Lalo Mir venía de hacer "9PM" en Del Plata. Con gran talento para la radio desde la conducción o desde "los fierros" como llama él a los trabajos de producción y edición desde la

⁵⁶ Armand Balsebre "El lenguaje radiofónico" Madrid. Editorial Cátedra 1994

consola, se involucra en la Rock & Pop tras el llamado de Daniel Grinbank para hacer un programa.

Conocía a Bobby Flores porque ya habían trabajado juntos, y lo vio en la radio con Quique Prosen cuando Grinbank lo citó. Ellos estaban como musicalizadores. Bobby era disc jockey, tenía una profunda cultura musical. Había trabajado en Radio Belgrano y en Del plata como musicalizador. En cambio frente al micrófono no tenía ninguna cualidad, todo lo contrario. Sin embargo Lalo encontró el modo de insertarlo al aire junto a Quique Prosen modificando así el esquema inicial de lo que iba a ser el programa con un solo conductor. Las de Bobby y Quique eran en un primer momento voces en segundo plano, eran compañía. Juntos se amalgamaban, hasta que pasaron también a un primer plano, pasando a tener tres personas que se disputaban el micrófono por salir al aire. Cada uno ocupaba un rol, por lo tanto tenían un discurso y un vocabulario particular.

Lalo adoptó la modalidad del locutor tradicional, un estilo correcto. Carlos Masoch, alias Douglas Vinci, era el último que se integraba. Es artista plástico y actor. Es el creador del logotipo de la radio. Era, en ese entonces, Director de Arte de la revista "Rock & Pop" y Director de Arte de "Discos", la productora de Daniel Grinbank.

Se conocía con Lalo de la noche porteña y a Bobby porque escribían en el mismo pasquín llamado "Twiss y grito" dirigido por Tom Lupo. En el programa empezó saliendo enlatado con un personaje que era un pastor evangélico, por eso su alias Douglas, un nombre común en Estados Unidos, que bien podía ser el de un pastor. Fue adquiriendo cada vez mayor participación y aceptación. Protagonizaba personajes cómicos, ya no enlatados sino en interacción con los conductores. Douglas era un gran creativo y uno más que pasó a participar delante del micrófono.

Debido al crecimiento del programa todos los integrantes centraron allí sus actividades, algunos abandonando otros trabajos como Vinci.

Al principio iban, según Bobby⁵⁷ porque era una propuesta de trabajo, les estaba dada la posibilidad, a ver si el programa podía funcionar. Todos tenían otros trabajos y dedicarse a la FM por la mañana no era de lo más tentador. Bobby cuenta que "en el primer mes no funcionó y Grinbank les puso fecha límite en los siguientes treinta días, dándoles, de todos modos, libertad para hacer lo que quisieran en ese mes. Empezaron a desestructurarse cada vez más, probando varias variantes, total terminarían, pero finalmente ese sentido de rebeldía y de hacer cualquiera dio resultado y el programa empezó a prender en la gente"⁵⁸.

⁵⁷ En entrevista realizada por los tesisistas. Noviembre 2005

⁵⁸ Emisión radial "Rock & Pop 20 años", durante el aniversario de la emisora, www.fmrockandpop.com. Buenos Aires 2005.

En la operación técnica trabajaban Alberto "Chino" Chinén y Guillermo García. Lo operaban utilizando "más de las dos manos de siempre" como dice **García**⁵⁹, con tres fuentes de sonido, que eran caseteras. No existía la tecnología digital. Los casets debían estar en punta y había uno para cada efecto o con cada música, para lograr agilidad de trabajo en los operadores, y credibilidad y calidad sobre los oyentes. Los "radioteatros eran una guerra, en una radio que era bastante modesta en ese momento" cuenta **García**.⁶⁰ "Trabajábamos a los manotazos, por ahí por agarrar un caset tirábamos tres".

Bangkok era un micrófono abierto donde todos podían hablar. Eran ellos principalmente y varias voces más por detrás, que eran de los invitados o de quienes iban al programa a decir algo.

Empezaron a incorporarse participantes que quedaron un tiempo como personajes. Uno de ellos que hacía todo tipo de sonidos con la boca y se le ocurrían las más disparatadas situaciones, era Mc Phantom. El Ruso Vereá vendía discos a radios, boliches. Una vez decide sentarse y participa con un radioteatro sobre una agencia de viajes de turismo a Irak, nada menos, que estaba en guerra y era un peligro.

Bangkok causaba gracias, hacían sketches, tenía personajes, utilizaba efectos, potenciaba los modos estéticos de hacer radio. **Lalo Mir**⁶¹ lo explica. "Una cosa fue la novedad, otra cosa, no creo que haya pasado por los efectos, eso tiene que ver más con la forma que con el contenido. Era un discurso nuevo, era una nueva manera de hacer radio, no porque la hayamos descubierto nosotros, se emparentaba más con los grandes programas de magazine de la AM incluso antes del proceso como -La gallina verde-o -Rulos y moños-, por ejemplo. Hubo un proceso más desaforado, mucha gente frente al micrófono. Había un panorama más teatral, donde parecía estar escuchándose una mesa de café, más que un programa de radio."

Uno de los principales sketches era "La brigada ENTEL" Consistía en una serie de episodios disparatados de los técnicos de la empresa telefónica, cuando la gente los llamaba para solucionar sus problemas. Por ejemplo, el episodio comenzaba cuando subían al auto, desde allí una sucesión de hechos disparatados como chocar cosas, tirar un ciclista, quedarse sin nafta, perderse en la ciudad, hasta llegar a la casa y hacer destrozos, o pelearse con el perro, o encontrarse con la dueña, una extranjera.

"Había una situación pautada sobre la cual después se improvisaba, cosa que se hace mucho en el teatro" cuenta **Lalo Mir**⁶² "Había unas coordenadas hacia dónde ir, en todo caso la

⁵⁹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Octubre 2005

⁶⁰ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Octubre 2005

⁶¹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Diciembre 2005

⁶² Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Diciembre 2005

improvisación estaba en el medio, pero sobre una serie de situaciones que sabíamos iban a ocurrir". **Douglas Vinci**⁶³ continúa "si improvisábamos era porque teníamos una química elemental que iba en dirección a un punto, a un objetivo, a un final que sabíamos, entonces estábamos todos dirigidos a ese punto." Y agrega "Parecería ser que decir la palabra improvisar, le quita profesionalismo o capacidad: -ah ese improvisa-. Entonces en vez de querer decir que lo acredita como artista, lo ensombrece. La improvisación tiene que ver con la capacidad y el grado intelectual que tiene una persona. Cuando uno improvisa tiene un background detrás. La gente cree que para hablar fumábamos porros, o tomábamos rayas de cocaína, lo cual es todo mentira. A mí me copa lo que dice la gente, porque le da esa cosa de mito al programa, pero no era así."

Los dos años anteriores de la Rock & Pop habían estado signados por la música. Todavía la mayoría de las FM lo estaban

Los motivos que alentaban a la radio musical eran:

1. Su calidad sonora le permitía mejor calidad que la AM, por lo tanto difundir música era muy atractivo a la "mirada" de los oídos. Atraía a un público joven.

2. La música era la apuesta más fuerte en cuanto a relleno de programación. No era una modalidad sólo a nivel nacional, sino también en Europa y Estados Unidos.

3. Era una actividad redituable por sí sola, sin necesidad de gastar en grandes producciones o contratar a periodistas, musicalizadores, productores y locutores que llenen la programación.

4. Avanzados ya los años 80, comenzaban a difundirse programas de diversos formatos musicales en el dial. Cobraba vigencia la segmentación de contenidos temáticos, para atraer y centralizar mayor audiencia.

5. La FM se instala desde sus orígenes, por su calidad sonora, como soporte de un lenguaje global armónico, modulado, que es la música. Se sostiene sobre una base de envoltura emotiva, con presencia extensiva que convierte su difusión en parte significativa del entorno sonoro social.

El público suele ser muy amplio y variado. **Umberto Eco**⁶⁴ elaboró una distinción receptiva aplicable a los diferentes formatos capaces de producir un mensaje al adentrarse sobre la teoría de la cooperación interpretativa y nociones de autor y lector modelo.

Eco profundizó la distinción entre *receptor modelo* y *receptor empírico*. Trabajó con las *categorías de lectores*, interpretando que los mensajes se recibían mediante libros u otro formato gráfico.

⁶³ Sus citas, de entrevista realizada por los testistas. Noviembre 2005

⁶⁴ "Hacia una nueva radio." Ricardo Haye, Paidós, 2002, Buenos Aires.

El **lector modelo** es el que interpreta y valora un mensaje de la manera esperada por el escritor o científico. Comparte la posición tomada por el autor, se identifica con ella. Incluso es capaz de realizarle críticas y actualizar la investigación. Es un lector intelectual, ideal, especialista. El **lector empírico**, por otra parte, es el "consumidor" entendido en un sentido más general, de "mercado".

La aplicación conceptual volcada a la radio, adapta al lector modelo en *oyente modelo*. Es la audiencia que cada programa supone tener. Frente a este perfil basado en la subjetividad, se encuentra el de *oyentes empíricos*, que abarca la integridad de quienes escuchan también la audición.

Más allá de la cantidad de público, la variedad existe. Cada productor, periodista, locutor, tiene un perfil de oyente al que está transmitiendo, al menos un mínimo esquema mental. Para potenciar ese público ideal, se deben considerar en **la construcción del mensaje** características significativas para tal tipo de público.

Los mensajes deben estar caracterizados, según aclara **Rodrigo Alsina**⁶⁵ por **marcas discursivas**:

1. Jergas y modos determinados
2. Estilos precisos: determinado género musical, ritmo
3. Publicidades de productos o servicios acordes a las propuestas e intereses de los contenidos del programa y su audiencia
4. Variedad de subcódigos: ideológicos, estéticos, afectivos, que tienen sentido en un grupo, pero en otros no.
5. Tematización remitida a intereses puntuales, sin desviarse a cuestiones demasiado colaterales de menor interés.

Rock & Pop hacía del público un actor más, en ese momento era muy importante porque la opinión de la gente, su participación, se limitaba a llamados telefónicos para pedir un temas musicales o mandar saludos.

Felipe Pigna⁶⁶ sostiene que en su discurso "le hablaba a un tipo de joven de clase media ilustrada, pero después fue bajando la categoría social. Al principio había que entender lo que se decía. El otro público juvenil se sentía expresado en la FM clásica, con más música y menos palabras".

⁶⁵ Rodrigo Alsina, Miquel (1989). *Los modelos de comunicación*. Ed. Tecnos. Madrid, 1995.

⁶⁶ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas

"Bangkok" en una primera etapa, tenía la intención de hacer creer que transmitían en castellano desde Tailandia. Decían mal la hora, los datos del clima, inventaban noticias. Era toda una serie de metáforas, que desconcertaban al oyente distraído.

Apelaba al surrealismo, todo podía ser, deliraba, se hablaba de actualidad, pero simulando ser otro país, una realidad paralela, pero muy a la argentina. Transmitía desde un lugar muy lejano y a la vez ciertamente con códigos muy arraigados, muy locales.

Allí sucedía lo mismo que en Argentina, lo que la hacía una gran parodia. "Bangkok" era el país de la parodia argentina. El nombre del ciclo rimaba con rock y pop, tal como lo cuentan frecuentemente Lalo y Bobby, de modo que hubo también un juego de palabras que permitió hacer canciones a modo de promos y jingles del programa cantadas por Lalo, como "*Hola señora, hola señor, aquí llegó Radio Bangkok...*" con la que empezaba el ciclo desde marzo de 1988, tal como cuenta Lalo Mir en su *blog* el 6 de agosto de 2006.

Cuenta allí Lalo que cuando hacía radio en Chile en el verano del 88 "*uno de mis operadores en Radio Concierto era Jorge Méndez. Méndez era un muchacho joven, muy despierto y muy creativo, que tenía a su cargo una Grabadora Fostex de 8 pistas en cinta de ¼, una verdadera "máquina" para la época. Tarde, por la noche, después de todo lo demás, cuando casi no quedaba nadie en la radio, volvíamos con algún trago y alguna vitualla y nos poníamos a jugar*"⁶⁷.

No sólo constituía una parodia nacional actual, sino a toda la década anterior también, cuando para saber lo que pasaba había que sintonizar, por ejemplo, radio Colonia, de Uruguay. "*Mis padres habían comprado un receptor para escuchar onda corta, que en la época de la dictadura era la única manera que uno tenía de enterarse que pasaba, porque sintonizaba radios de otros países.*" Cuenta **Adrián Korol**⁶⁸ y prosigue: "*escuchaba radios de Holanda, España, La Habana, Moscú o Alemania, que tenían sus cadenas en castellano y de repente daban noticias de Argentina, y así de pronto en radio Netherland, en el servicio latinoamericano uno podía escuchar en los años 77 ó 78 a las Madres de Plaza de Mayo, que acá ni existían*".

Una vez acostumbrada la audiencia de "Bangkok", ya interpretado el juego, la participación del oyente era activa, llamaba y cuando se volvía recurrente pasaba a ser un "personaje" más, tenía características, rasgos que lo definían como tal, dejando saber de antemano a los conductores con quién iban a conversar: podía ser con un "contra", el "calentón" o el "desforado."

⁶⁷ <http://weblogs.clarin.com/lalomir/>

⁶⁸ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Mayo 2006

Una vez la directiva sancionó a Bobby porque dijo algo que le disgustó a Daniel Grinbank, como consecuencia no pudo entrar a la radio por unos días. Entonces se las rebuscó para salir igual, pero desde un teléfono de la esquina. Hacía un personaje risible, combativo, imponente, prepotente, llamado "Cacaquián" una mezcla de Dartagnan y caca.

El ciclo conformaba una gran simulación en todos los sentidos. Tenía un Ministro de Economía, un Primer Ministro, un Ministro de Culto, era toda una saga. La gente participaba. Se lanzaban consignas como que el primero que llegara a la radio con dos huevos fritos, por ejemplo, se ganaba entradas para algún buen show ... y llegaban los oyentes con huevos fritos. "Y eso era novedoso" comenta Douglas⁶⁹ "no como ahora que es todo fashion, ya no se hacen esas cosas".

Podían haber existido programas con contenidos similares en otras radios, tal vez clandestinas y de corto alcance, porque en las más potentes ya se sabe que no, tendrían que haber sido de muy corta experiencia o que fueron clausuradas, pero quedaron en el desconocimiento por tal motivo, sin dejar archivos ni grabaciones para revalorizarlas. Fue Bangkok, en su emisora, la que quedó como icono, como un modelo distinto de hacer radio, porque la administración de Daniel Grinbank la manejaba como una empresa. Se decidió por tal tipo de programación y la llevó adelante pese a las multas muy costosas del COMFER y a todo tipo de críticas. Rock & Pop tenía sponsors muy importantes a diferencia de otras FM que pudieran haber optado por un contenido similar, apoyo que les permitió sortear los obstáculos económicos. Como dice Lalo reiteradamente: estuvieron en el lugar preciso en el momento indicado. Por supuesto que sin el talento y la capacidad de todo el grupo nada hubiera sido posible.

La **radiofonía** constituye un medio de **comunicación masiva**. Está dirigido a un *público* extenso, diverso y anónimo.

La comunicación masiva está organizada por la utilización de sistemas complejos para la elaboración de mensajes que se desean enviar.

El *universo* (concepto de la estadística entendido en este marco como público global dentro del territorio de emisión de la radio) sea potencial audiencia de cualquier programa. Hay elecciones de dial. Las radios están categorizadas, sectorizadas, fragmentadas a determinadas **audiencias masivas** como destinatarias, a un *grupo*, por ejemplo: *los jóvenes*.

Cada programa inserto en ella se dirige específicamente a un *subgrupo* de la categoría, por ejemplo una radio para jóvenes tiene un programa específico punk, otro de pop rock y de otras ramas, abarcando de este modo a la categoría en general. Cada programa en particular y radio

⁶⁹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Noviembre 2005

en general procede distinto de acuerdo a la propuesta radiofónica, la naturaleza de la audiencia, las experiencias de comunicación y el funcionamiento operacional.

Las audiencias: características

1- Rasgos que permiten entender a la radio como medio de comunicación masivo

Públicos extensos y pequeños

Se refiere a una *población* expuesta a un mensaje determinado durante un período de tiempo, de modo que el interlocutor no puede comunicarse puntualmente a cada radioescucha.

Públicos heterogéneos

Los contenidos de los programas están perfilados a un público diverso, no homogéneo, que ocupan distintas actividades, profesiones, roles, de diversas edades y gustos, de distintos pensamientos, religión y posición sociocultural.

Público anónimo

La categoría *anónimo* supone una audiencia que no tiene contacto personal con el comunicador y que en general no lo tuvo nunca. Pero aparte del comunicador, su mensaje, su programa, está dedicado "a quien le interese".

2- Propósitos de la comunicación masiva en radios juveniles

Según Robert K. Merton (1957), el trabajo del hombre es para alcanzar diversas gratificaciones y logros. Sin embargo muchas veces se llega a un derrotero inesperado, todo puede terminar en resultados positivos: *funciones*; o negativos: *disfunciones*. Aún, en los dos casos, pueden ser *previstas* o *imprevistas*, o presentarse de manera *manifiesta* o *latente*.

Según las teorías de Merton, Harold Lasswell (1948) y poco tiempo después, Charles Wright(1963), para la Comunicación de Masas (destinada a cualquier público), hay cuatro propósitos que el comunicador tiene que tomar en cuenta:

- a. La supervisión del ambiente o manipulación del mensaje.
- b. La concordancia de las partes de la audiencia o preparación de la respuesta.
- c. La transmisión de la herencia social y cultural.

d. El entretenimiento.

La supervisión del contenido o manipulación del mensaje

Es un mecanismo doble del manejo de la información o contenido temático a difundir. Es, primero, la *recolección* de información y contenido, y luego su respectiva *distribución* para que sea ordenada y pertinente de emisión según los públicos, de acuerdo a las secciones y los programas de radio.

La primera parte, supervisión, es efectuada por periodistas, cronistas, periodistas especializados, musicalizadores, enviados especiales, informantes espontáneos, rescatadas de medios, agencias de noticias etc

Del contenido global recolectado, se separa y ordena para difusión en función del criterio de los productores generales de cada programa, considerando la línea editorial del medio, los temas según gustos y preferencias del público destinatario y con qué grado de importancia serán presentados. Se cuida, muy probablemente, los intereses que quienes invierten en el medio, los publicistas. Una radio para jóvenes, separará sus contenidos musicales e informativos según respectivo tarjet de audiencia.

Los recortes de información y estructuras de contenidos son abordados como *manipulación*, porque se difunde solamente una parte de lo *supervisado*, siempre hay un recorte, y tiene un tratamiento particular, subjetivo. Por ejemplo, se puede recolectar información de un mega-evento de rock y tratarlo de distintas maneras.

Esta actividad tiene aspectos *funcionales* y *disfuncionales*.... Los mismos son:

Funciones:

a. Circulación de información referida a *acontecimientos* y *noticias* del ámbito (por ejemplo rock, cine, comentarios de lugares para el fin de semana) que interese a los jóvenes.

b. Aviso de desventajas para el público... crítica.

c. Confiere prestigio a quienes permanecen actualizados e informados.

d. Otorga status. Una difusión favorable puede aumentar la importancia de una obra, artista o evento

e. Refuerza normas, marca tendencias morales, de conductas... es una función dada por el refuerzo del control social sobre cada miembro de una sociedad, al mostrar a luz conductas desviadas.

Disfunciones:

a. Información malinterpretada y mal elaborada, que puede desencadenar disgustos en la audiencia y rechazo.

b. Una permanente exaltación y recurrencia a uno o dos contenidos temáticos (musicales o noticiosos) pueden derivar en el agobio y rechazo

c. Los contenidos parecidos emitidos masivamente pueden generar apatía, por una equivocada sensación del radioescucha de conocimiento sobre el tema.

La concordancia de las partes de la audiencia o preparación de la respuesta

Es el análisis frente a la difusión de los temas *supervisados y publicados*. Es la editorialización, la postura frente a los acontecimientos. Funciona como formadora de opinión porque trasciende la crónica de los hechos, convirtiéndose en interpretación de la noticia. Una radio juvenil puede tener determinada postura, que difunde a modo de *editorial*, frente a temas políticos: por ejemplo, tratarlos con ironía, sarcasmo o temas culturales: por ejemplo, tratados con un lenguaje coloquial e insertando chistes.

Función:

a. La selección, interpretación y análisis de la noticia, significa un esclarecimiento y economía de tiempo para el público.

Disfunción :

a. Debilitamiento de la capacidad crítica de la audiencia, que toma como propia la opinión de un tercero

La transmisión de la herencia social y cultural.

Es valorada acorde a su identificación con su interlocutor. A la producción de un mensaje que pueda ser valorado, comprendido, interpretado. Se puede recurrir a costumbrismos, tradiciones, palabras, modismos, que puedan conectar con el escucha.

Las valoraciones culturales son distintas en diferentes grupos sociales. Es decir, los valores sociales y culturales son diferentes dentro de una misma sociedad, en distintos rangos de edad, en grupos de distintos gustos e intereses.

El medio busca armonía con cada uno de ellos, complicidad, llegada, por lo tanto hay radios de todo tipo: grandes emisoras nacionales, comunitarias, zonales, rockeras, tropicales, folclóricas... Puede registrarse una mayor afectividad e identificación, generalmente cuando los vínculos son más inmediatos, a partir de valores compartidos.

Función:

- a. Lograr el anclaje deseado con la escucha tras el uso de la terminología adecuada, los climas acertados, el tono debido a la hora de trabajar una producción.
- b. Empaparse del bagaje, el backup del grupo con el que se mantiene la comunicación.

Disfunción:

- a. Perder credibilidad; artificialidad en el enunciado; "desenmascaramiento" del emisor; amenidad al grupo que se dirige.

Con la FM la radio segmentada gana cada vez más terreno a lo largo de toda la década. La especialista **María Cristina Mata**⁷⁰ señala que la identidad de cada audición, responde a una jerarquía en los tipos de emisoras, entendiendo que el estilo de cada programa estará enmarcado, inserto, en el de la radio, dueña de un estilo global, general, que conforma una *matriz*.

Por su parte, **Jesús Martín Barbero**⁷¹ lo explica desde el sentido de anonimato en las grandes ciudades. "Los medios avanzan en una dimensión constitutiva de lo real. Diseña identidades... proyectan un imaginario desde la lógica de las industrias culturales, según las cuales la gente debe reconocerse en categorías y estereotipos de pertenencia. Son los moldes de la sociedad".

⁷⁰ "Ricardo Haye, "Hacia una nueva radio". Paidós, Buenos Aires, 2002. Extracción de Mata Cristina, María: Lo que dicen las radios. Ediciones Aler, Quito, Ecuador, 1993

El discurso radiofónico

Está conformado por cuatro componentes: **palabras; sonidos; música; silencios.**

La materia prima de la radio entendida como ingrediente, está conformada por una cantidad adecuada de cada uno los elementos mencionados, que permiten la creación e inventiva de los realizadores para el deleite y disfrute de los oyentes.

El arte radiofónico no es otra cosa que una combinación precisa, producida y editada, de los elementos del lenguaje radiofónico en dosis acertadas. No se trata de meramente la voz de un locutor sobre una música, sino un trabajo pensado con juegos de palabras, frases ingeniosas, mixturas donde las palabras son reemplazadas por efectos sonoros, temas musicales, silencios generadores de clima y sobre todo un discurso logrado, un mensaje destinado a un público.

En la FM predomina la *música*, claramente. En la AM la *palabra*. Sin embargo no debe haber excesos de uno u otro componente, ya que puede perturbar, "interferir" en el proceso comunicativo.

Los dos elementos restantes: *sonidos* y *silencios*, resaltan como recursos expresivos indicando referencia, contexto, ambiente.

Muchos de los programas hechos por jóvenes en radios comerciales o clandestinas en los 80, distaban de tener propuestas innovadoras y se imitaban a sí mismos siguiendo tendencias, tal como lo indican Haye, Balsebre o Martí Martí en sus obras, sobre el modelo de radio que se imita a sí misma "con múltiples voces y un discurso unívoco". Había muchos jóvenes trabajando como locutores, que conocían efectivamente el lenguaje radiofónico, pero no lo reconocían. La creatividad no vivía siempre buenos momentos. Muchas radios en los 80 estaban fundadas en propuestas débiles y vacías, discursos imitados y pretenciosos, poca cultura en general, falta de vocabulario, jergas y excesiva musicalización.

Los programas exitosos debían su fortuna al talento y a una buena pauta publicitaria. En la mayoría de los casos, sin ella, nada era posible.

La imagen sonora

El investigador en Comunicación y especialista en radio, **Ricardo Haye**⁷² llama **Producción radiofónica expresiva** al arte de describir y situar en radio al oyente sobre una situación mediante la dramatización por ejemplo, o un móvil desde el que se escuchan los sonidos ambiente.

⁷¹ Ricardo Haye, "Hacia una nueva radio". Paidós, Buenos Aires, 2002.

⁷² Ricardo Haye, "Hacia una nueva radio". Paidós, Buenos Aires, 2002.

La credibilidad en radio se gana con una buena producción expresiva. Con ella se potencia el efecto. Impacta. Ya desde **Aristóteles**⁷³ se sabe que *"vale más elegir cosas naturalmente imposibles con tal que parezcan verosímiles, que no las posibles si parecen increíbles"*.

El español **Armand Balsebre**⁷⁴ emplea el término **proxémico**, que es la ciencia que estudia la noción de proximidad desde la perspectiva de la Comunicación *"la voz amiga del locutor que nunca hemos visto, pero que cada día irrumpe en nuestro espacio íntimo connota una determinada distancia psicológica entre locutor y oyente"*.

El concepto funcionaba con "Bangkok" en tanto los códigos, la articulación discursiva, les daba el suficiente anclaje local, para comprender que toda la simulación de transmisión desde el Oriente se trataba de una metáfora. Era interpretado justamente por ese sentido de proximidad, pese a su simulación de lejanía. Si esa lejanía, ese orientalismo hubiera sido cierto, hubiera llevado también aquella idiosincrasia y muchas cosas habrían resultado difíciles de comprender, culturalmente ajenas.

Desde una *perspectiva antropológica*, para el investigador **Edward Hall**⁷⁵ la distancia comunicativa puede variar entre una distancia afectiva, contacto físico; personal, conversación entre dos personas; grupal, varias personas; conferencia, para disertantes o líderes de opinión.

La distancia conductor - oyente es de tinte mediático, por lo tanto, para cada caso, la atención puesta e intervención es particular.

La imaginación prima en la decodificación del mensaje y sobre todo sobre cierto tipo de mensajes ficcionados o de exteriores. Es el complemento idílico el que sugiere cómo son los escenarios y las situaciones.

Es más difícil para el oyente imaginarse el estudio de radio con sus realizadores en medio de una interpretación al aire, especialmente considerando que no todos conocen cómo se hace radio ni cómo son los estudios. Ni siquiera *"es elocuente lo que sale al aire"* tal como afirma **Lalo Mir**⁷⁶ *"porque muchas veces lo que decodifica el micrófono no es necesariamente lo que uno lo está viendo, como uno lo está viviendo"*.

A colación, puede darse cuenta de la anécdota cuando entra a la radio un grupo de teatro de choque, independiente y simula el asesinato de Lalo, frente a un **Guillermo García** sorprendido y aterrado⁷⁷ en la operación técnica, que nunca silenció los micrófonos. **Lalo** cuenta⁷⁸ que era un

⁷³ Ricardo Haye "La radio de Siglo XXI." Nuevas Técnicas, 2000 Paidós

⁷⁴ Balsebre, Armand: "El lenguaje radiofónico". Madrid, Ediciones Cátedra, 1994

⁷⁵ Ricardo Haye, "La radio de Siglo XXI." Nuevas Técnicas, 2000 Paidós.

⁷⁶ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Diciembre 2005

⁷⁷ Cuenta la anécdota, confesando que se asustó, en entrevista realizada por los tesisistas. Octubre 2005

⁷⁸ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Diciembre 2005

grupo que llevaba achuras, chinchulines, chorizos, sangre. Fue la simulación de la muerte del conductor en radio por un grupo asesino, pero teatralización al fin para hacer ahí dentro del estudio, para asustar a los integrantes del equipo, cuando no para impactar al oyente porque, según **Lalo y García**⁷⁹, no estuvo pensada, preparada para salir al aire, por eso seguramente lo emitido finalmente fue algo muy distinto.

Christian Metz⁸⁰ asegura que lo *icónico* puede existir por fuera del *ícono*. Es decir, la imagen por fuera de lo que se ve. Es aquello que se interpreta. En radio las imágenes sensoriales son sonoras o acústicas. Funciona la *sinestesia*⁸¹. Es la percepción de los sentidos provocada por la estimulación de uno solo de ellos. Por ejemplo un trueno estimula el sentido auditivo y estimula la imagen sensorial visual de imaginarse el relámpago.

Ya lo señalaba **Roland Barthes**⁸²: "*todos los sentidos pueden mirar, e inversamente, la mirada puede escuchar, oír, probar*" Es la potenciación de los sentidos. La radio se basa en potenciar el sentido auditivo para generar percepciones. Se potencia como medio multisensorial.

Es decir, la radio apela a las sensaciones a la emotividad, a las formas de ocurrentes maneras. En este sentido el Comunicador **Sergio Armand**⁸³ figura a la radio como "*lienzo sonoro*" ilustrando la realización de radio como un arte donde los colores del sonido y los silencios matizan y pincelan sobre el blanco lienzo, a gusto y encanto de sus creadores.

Un formato explotado en Radio Bangkok era la dramatización o radioteatro. Eran cómicos, a tono con el género de entretenimiento al que prescribía el ciclo. Se hacían en vivo, durante las horas de emisión. Realizarlo constaba de dos fases: espacio en vivo y bloques grabados.

Las partes grabadas referían a toda la artística, musicalización y elementos sonoros que estaban listos para ser utilizados en el momento preciso. En tanto el vivo implementaba los componentes narrativo-dramáticos, las voces. Ese era su modo de trabajo, no llevaban a la radio un producto ya armado, que les habría permitido un mayor trabajo de edición y calidad, pero perdía en la instantaneidad del vivo.

En ese sentido, los operadores cobraban un rol relevante junto a los protagonistas, al imprimirle calidad estilística al producto. El operador vivía el programa como un "primer oyente" tenían la función de seleccionar las canciones para los diferentes momentos del programa, crear climas, acompañar las dinámicas de funcionamiento. Podría llegar a decirse que su función se

⁷⁹ Cuentan la anécdota, en las entrevistas realizadas por los tesisistas.

⁸⁰ Ricardo Haye "La radio de Siglo XXI." Nuevas Técnicas, 2000 Paidós

⁸¹ Sergio Armand "Radio: Lienzo sonoro." Editorial Grafo-K 2003

⁸² Ricardo Haye "La radio de Siglo XXI." Nuevas Técnicas, 2000 Paidós.

⁸³ Sergio Armand "Radio: Lienzo sonoro." Editorial Grafo-K 2003

vinculaba a la producción en tanto sabían que se buscaba para cada momento y quedaban relegadas en ellos las actividades.

Su trabajo en conjunto, su conocimiento respecto a que se pretendía lograr en el programa, su oído agudo y crítico les permitía complementar, reforzar, todo el trabajo para sostener una audición eficaz.

Bangkok se enmarcaba en el **género de entretenimientos**. La gente se reía. Había lugar para la diversión, la participación del oyente, para los juegos, comentarios ligeros, sarcasmo, sagacidad. Todas características del programa de entretenimiento.

También respondía a cualidades de "**programas musicales**" al contar con músicos invitados a estudio, cubrir recitales, entrevistas, difundir temas de discos poco conocidos, otros muy conocidos. Es decir, el "programa musical" no es solamente el que se dedica a pasar música durante toda la emisión.

La afinidad entre sus conductores permitía mantenerlo dinámico y ágil. El contenido de **actualidad** también cobraba gran importancia, dado que hablaban sobre lo que a la gente le interesaba socialmente, que eran los temas del día, los temas de la "*agenda setting*" de los medios. La hora de la mañana en que se los pronunciaba era un buen momento dada la importancia que siempre tuviera como franja dispuesta para informar. "*Bangkok*" no seguía un esquema clásico ni se limitaba a la opinión o columna, de hecho no hacían eso, pero parodiaban, ironizaban, con comentarios y distintas producciones las magnitudes de las situaciones que eran tema del momento, "*por eso eran surrealistas*" como lo define **Sergio Armand**⁸⁴.

Los diarios de época daban cuenta de lo ya entonces sostenían los realizadores mismos. El **diario Popular del 9 de agosto de 1987**, decía: "*un programa matinal que con buena música y artistas delirantes, desafía en ese horario a los espacios tradicionales*".

Lalo Mir, al respecto, resaltaba que "*desde la ficción produce efecto sobre lo real*" y continuaba. "*Empezamos con la idea de volcarnos más hacia el humor, una mañana rockera para que la gente se despierte, quebrar un poco el sistema de radio de la mañana, dedicado siempre a la política y a la información, que está muy bien, pero que le hacía falta una opción más fresca más distendida, para la gente que quiere divertirse y escuchar música*".

Sobre las cualidades del programa, el conductor comentaba que "*Bangkok no es un espacio marginal. Tratamos de hacer un programa popular con una onda marginal. Hoy están de moda las radios piratas y nosotros tratamos de sonar así. Algunas cosas que decimos pueden sonar marginales, obviamente hay un metalenguaje, pero no es cerrado y se puede entender*".

⁸⁴ En entrevista realizada por los tesisistas. Julio 2005

En cuanto a los ejes sobre los que se centraba el programa, Mir sostenía: *"Elegimos las noticias que nos parezcan más ridículas y en el contexto que las ponemos nosotros sugiere que es una irrealidad, es un poco el juego entre la realidad y la fantasía"*

En tanto al juego de transmitir desde Bangkok, era para parodiar la Ley de Radiodifusión, respondía, decía él, a *"causar diferentes clases de efectos. Hay gente que entendió el juego desde el primer momento, pero hay otros que se sorprenden. De pronto escuchan el programa en un colectivo o en un taxi y no saben qué radio están escuchando, qué onda están sintonizando, porque la hora no corresponde, la temperatura tampoco... Después de escucharlo un par de veces la gente entra en el juego"*.

1. Las palabras

Con ellas los enunciados deben ser claros. No debe redundar en detalles y explicaciones ante la falta de manejo conceptual en un tema. La verborragia extrema pierde el sentido y el énfasis del mensaje. **Mario Kaplún**⁸⁵ afirma que *"la redundancia jamás debe ser una repetición poco inteligente de lo que ya se dijo"*.

Tras una noticia, un fragmento de entrevista, un comentario, lo correcto es aportar siempre un plus, un agregado con perspicacia, agudeza, vitalidad. Siguiendo a Kaplún, sostiene que deben evitarse los textos escritos y las improvisaciones apuradas que descuidan datos dejados atrás por el olvido instantáneo. El comunicador o conductor para referirse a un tema puede tener un apunte ligero para que no descuide nada a la hora de tratar el tema, pero ante todo, debe tener claridad respecto a cual es su objetivo, un conocimiento profundo del hecho, incluso de casos previos, interpretación, poder de síntesis, capacidad de memoria y facilidad expresiva.

Los conductores-animadores, sobre todo de una avanzada en los 80 FM con contenidos, debían ser divertidos, amenos, ingeniosos, creativos.

Así como los sonidos opuestos: agudos y graves, para tensar o distender climas, así como las músicas opuestas: de suspenso o circenses, la voz se destaca por el timbre empleado, la entonación y pronunciación. De hecho es quizá el componente más importante, al menos convencionalmente, ya que es la base sobre la que se construirá toda la producción sonora rodeada de artística.

⁸⁵ Producción de programas de radio. Colección Intiyán, CIESPAL, Quito, 1978.

El discurso verbal, bajo el análisis de **Sergio Armand**⁸⁶, se divide en dos componentes: *forma y argumentación*.

La **forma** está dada por los estados y alteraciones en la voz, la emotividad, pausa o rapidez de enunciado, es el cómo se dice lo que se dice.

La **argumentación**, por su parte, valora sustancialmente el mensaje en su modo literario. Se respetan giros, códigos, jergas que el público entenderá.

Argumentación y forma coexisten. El uno sin el otro vacía de sentido la enunciación.

Radio Bangkok tuvo diversas multas del COMFER por insultos y demás audacias. *"El lenguaje informal existía en programas como -Sport 80- un deportivo de AM donde estaba Araujo, Niembro, Néstor Ibarra. Ellos habían empezado a incorporar dejar de llamar por usted al Presidente del club por ejemplo, para empezar a llamarlo por el nombre o el apellido directamente. Era un comienzo en cuanto al trato, en cambio después ya en otros programas hablaban a los gritos, se superponían, discutían, insultaban"* describe **Armand**⁸⁷.

Se pueden realizar diferentes enunciaciones discursivas ligadas a distintos tipos de razonamientos⁸⁸:

Razonamiento persuasivo: Está destinado a convencer a la escucha, a inducirla. Por ejemplo, los discursos científicos o argumentaciones de una autoridad o superior. Son los dichos de expertos o especialistas, las convicciones de líderes de opinión. Basado en las teorías de causa – efecto. Por ejemplo, hacer creer noticias falsas, como Pergolini proclamando la muerte de Phill Collins, primicia que se levantó en todos los medios y trascendió hasta que dijo que era todo falso.

Razonamiento dialéctico: es la exposición de dos o más argumentaciones, sobre las que se puede optar para convencerse y tomarla como cierta, es un modo más democrático.

Razonamiento retórico: No apela tanto al asentimiento racional sino emotivo del oyente, sobre la construcción discursiva que se le emite.

El lenguaje, en FM, era uno de los recursos para abarcar determinados target. El principal era la música, pero las palabras también hacían lo suyo. Empieza a haber todo un conglomerado de tráfico de nuevas palabras y *modismos*, que le pertenecen ante todo a los jóvenes, de ahí que

⁸⁶ Sergio Armand, "Radio: Lienzo sonoro". Editorial Grafo-K 2003

⁸⁷ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Julio 2005

⁸⁸ Sergio Armand "Radio: Lienzo sonoro". Editorial Grafo-K 2003

alguien se preguntara desde la Lingüística, *si la radio juvenil de los 80 implicaba una desfiguración del lenguaje*⁸⁹.

Hoy es generalizada entre los lingüistas la acepción de que es imposible desfigurar un idioma tan amplio, sin líneas precisas, con tantos *dialectos* y significados diferentes de iguales términos según los territorios y regiones. El idioma castellano, el español, tiene muchas caras, es uno de los idiomas más amplios. No se trata de una elaboración con fecha de vencimiento, al contrario, su estado es el cambio permanente.

Las palabras empleadas son un elemento de gran libertad que posee el ser humano, su uso es inalienable. Con él, se recorre el dial haciendo zapping y la gente puede entender, comprender de qué se trata cada propuesta, cada emisora, sabe cuándo un discurso le es destinado a cada quien. El uso del lenguaje es uno de los principales rasgos que denotan a las personas o grupos, en sus características o rasgos.

Acerca del idioma decía **Borges**⁹⁰ "es una tradición, un modo de sentir la realidad, no un arbitrario repertorio de símbolos". Las realidades van cambiando y el habla, el idioma acompaña esos cambios. Presionado, alterado, degenerado y transmutado, el español ha experimentado en los años 80, un momento de fuerte cambio a nivel general en la cultura de los medios masivos, un recambio abismal para algunos y prometedor para otros.

Con la segmentación, los diferentes grupos o *comunidades lingüísticas* se ocupaban de confirmar cada vez más, un sentido de pertenencia. En cada uno de esos grandes grupos, existían variantes, y así se iban confeccionando los grupos y subgrupos que formaban parte de esta multifacética red del castellano que componía la sociedad nacional en sus jergas, dialectos, modos costumbres y todas las posibilidades que el espacio les ofrezca. Tal es así, que por ejemplo dentro del rock, no era lo mismo el significado y el lenguaje de una propuesta punk, que otra rolling o hippie.

"*El lenguaje en radio es la columna vertebral del idioma que es capaz de mantener la sintonía y lazo comunicativo entre los oyentes y el medio.*"⁹¹ De ese modo el mensaje al aire llega al radioescucha y es compartido, porque es vinculante. Conforman un puente que es transitado en un ida y vuelta recíproco convirtiéndose en un espacio social, un espacio para quienes deseen sintonizar con el perfil de la propuesta.

⁸⁹ Eli José Bravo Raidi, La programación juvenil: ¿desfiguración del lenguaje?, Venezuela, en Congreso Virtual Cervantes. <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/ponencias/elibravo.htm>

⁹⁰ La programación juvenil: ¿desfiguración del lenguaje?, Eli José Bravo Raidi, Venezuela, en Congreso Virtual Cervantes. <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/ponencias/elibravo.htm>

⁹¹ La programación juvenil: ¿desfiguración del lenguaje?, Eli José Bravo Raidi, Venezuela, en Congreso Virtual Cervantes. <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/ponencias/elibravo.htm>

Para la lingüística moderna, el lenguaje es cambiante, modificable, ramificable. Por eso el valor de cada palabra y la negación de su sinónimo, según el caso, el contexto. En el programa de televisión *Radio Bangkok* no se referían a una "prueba de belleza" cuando mostraban a las chicas y a ver quién era más linda. Hacían la competencia divertidamente llamada "largo de pecho" y era a ver quién estaba más buena, mostrando los atributos de las "minas" de mejores "tetos" y no de mejores pechos, desnudas y no desvestidas.

Así también cuando en radio "puteaban" a un oyente o se insultaban entre ellos, estaban comunicándose, llegando, acercándose, estableciendo el concepto de *proxémico*, con el receptor.

Sin embargo, había dos críticas para el lenguaje de las emisoras de radio juveniles⁹²:

1. que era pobre
2. que incorporaba con facilidad, sobre todo desde los últimos años 80 comienzos de los 90, palabras en inglés.

1. Frente al primer reparo, la respuesta consistía en considerar la **competencia lingüística** del oyente y del emisor para asegurar una buena comunicación. Lo óptimo era la equivalencia comunicativa. Es decir, achacarles a las radios pobreza lingüística, era en cierto modo achacarle a los jóvenes su vocabulario. Salvo que la radio o emisora se presentara demasiado básica.

2. En las emisoras juveniles la música característica ya era el Pop y el Rock, que provenían, sobre todo, de Estados Unidos y Gran Bretaña. La introducción y permanencia del inglés al medio, se tornaba inevitable y el uso de algunos términos iba pasando a ser un modismo más en los modos del habla. La sociedad en general estaba influenciada por una fiebre importadora, donde todo lo importado era mejor que la "industria argentina", de modo que la **transculturación** del idioma se producía en términos más globales.

2. Los sonidos y el silencio

Los silencios y los sonidos no deben ser protagonistas secundarios. Sin ellos los mensajes adolecen de potencial. Son fuentes expresivas, guardan sentido, pudiendo ser por ejemplo dramáticos, acusatorios o reflexivos.

⁹² La programación juvenil: ¿desfiguración del lenguaje?, Eli José Bravo Raidi, Venezuela, en Congreso Virtual Cervantes. <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/ponencias/elibravo.htm>

Para **Ricardo Haye**⁹³ Los sonidos son los trazos y pinceladas de las imágenes que no se ven. Los planos sonoros van variando y adquiriendo funcionalidad principal de acuerdo a la trama o los desplazamientos a nuevos escenarios interiores o exteriores. La imagen puede dotar al público de neta referencialidad, en cambio los sonidos sugieren y dan lugar a la imaginación. Da cuenta del **paisaje sonoro** en tanto aparecen los sonidos que denotan la ubicación espacial de quien transmite, dan cuenta la dimensión de los hechos y los componentes que complementan la escena.

Cuando los sonidos se transforman en molestos, lo que hay son ruidos. Hacen interrupción en el oído del oyente provocando su malestar. Puede ser el caso de los sonidos ambientales no deseados, infiltrados.

A veces un silencio es más contundente y más duro que diez palabras. A veces también, según el discurso que se esté empleando un silencio mal ubicado corta la frase, pierde la convicción del comunicado.

El sonido debe ganar en referencialidad. Suaves sonidos de cubiertos y conversaciones amenas proporcionan el marco de una cena distendida. Otorga una imagen *icónica* auditiva de los sucesos. Un tren en movimiento da cuenta de una situación de viaje; luego puede llegar la bajada en una estación y el posterior seguimiento de la secuencia acorde a sonidos que vayan dando cuenta de las secuencias.

Rudolph Arnheim⁹⁴ al indagar en **los planos sonoros**, sostiene que la percepción de la distancia de dos fuentes sonoras, debe notarse por diferenciación en volumen. Es tal articulación la que crea sentidos.

Sostiene que generan un efecto de realismo como en el cine, al conjugar los sonidos y ruidos de los elementos visibles en la pantalla y los que están fuera de ella, es decir, *fuera de campo*. El concepto de espacio se divide en **espacio encuadrado** y **espacio global**, con elementos sonoros ambientales secundarios que pueden pasar al espacio encuadrado y adquirir protagonismo.

Los sonidos y efectos ofrecen un plus de color y amenidad, descomprimiendo la narrativa oral y conquistando al público. **Armand**⁹⁵ destaca la importancia del uso considerando **los registros del sonido**, que se sirve de códigos:

Códigos de reconocimiento: elementos que conforman una escena: agua corriendo despacio con sonido ahogado, agudo, goteras sordas, voces humanas con ecos, dan la sensación

⁹³ Ricardo Haye, "Hacia una nueva radio". Paidós, 2002, Buenos Aires.

⁹⁴ Sergio Armand, "Radio: Lienzo sonoro". Editorial Grafo-K 2003 Extraído de "Estética radiofónica" Rudolph Arnheim Editorial Gustavo Gilli. Barcelona, 1980.

⁹⁵ Sergio Armand, "Radio, Lienzo Sonoro". Editorial Grafi-K, Buenos Aires, 2003.

de un subterráneo o alcantarilla. Una sirena que se acerca al principal plano sonoro y sonido de tráfico, bocinas, dan cuenta de tráfico cargado que debe abrirse al paso de una urgencia.

Códigos convencionales: Son los que están fijados en *el imaginario social*, por ejemplo el ruido del rayo láser, o de una espada láser, o de cómo hablaría un robot o extraterrestre, aunque no pertenezca nada de esto al mundo de lo real, de lo verdadero, tales ya son las representaciones que se han hecho de los mismos y son dadas como ciertas.

Códigos nuevos: Ráfagas, zumbidos, percusiones de tensión, cuerdas punteadas de tensión para momentos de suspenso o sobresaltos.

En un capítulo de la serie de la Brigada ENTEL en una alegoría una metáfora del mundo real, descubren un submundo lleno de vicios, juegos y prostitución, con un particular glamour, mediante una serie de instalaciones y actividades que sucedían ahí abajo, en el submundo oculto, donde no se ve ni accede fácilmente.

La trama se sucedía en las alcantarillas, donde funcionaba un Casino que se podía jugar flipper con los medidores de luz; pasaban prostitutas; había barras de tragos; había una banda de música; hasta circulaba un crucero del amor...

Era una elaboración ficcional, con todos los condimentos. Los sonidos que ocupaban un primer plano eran las voces como con eco, para dar sentido de profundidad, de alcantarilla, de los protagonistas, que hablaban entre sí al lado del hombre jugando al flipper, un segundo plano sonoro generado por goteos y agua que corre y va siendo superpuesto por el motor de un barco, el sonido sigue creciendo, lo que se continúa hasta ocupar un primer plano. Es el crucero del amor que viene pasando y pinta un paisaje sonoro dinámico. Hay distorsiones de las voces de los protagonistas que les sirven para interpretar más personajes. Toda una puesta teatral.

Así eran todos los sketches. **Guillo García**⁹⁶ cuenta que debían tener de todo porque *"había de todo, como el Comando Margarita, que es la historia de un tipo de la Policía Federal que se entera su mujer estaba engañándolo, entonces el tipo obsesivo empieza a entrar a los telos y permanentemente hace eso"*.

La misma dinámica fue permitiendo que se incorporaran todo aquello que significara un aporte al programa. Cuenta **García**⁹⁷ que había que recurrir a lo más insólito. *"Eran ellos tres o cuatro adentro gritando, tirando cosas, ceniceros de latas contra los vidrios, era un gran quilombo, entonces cortar eso era muy complicado. Entonces inventé la bomba. Una explosión que intervenía cuando el chiste ya no daba para más. Era la salida y nadie te decía nada, porque el chiste no daba para más"*.

⁹⁶ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Octubre 2005.

También descubrió que desde la consola se podía salir al aire, mediante un botón que activaba un micrófono incorporado a sus controles.. Hasta ese momento en la radiofonía argentina no se acostumbraba que el operador saliera al aire cuando había conductores en la pecera.

Mucha gente transitó Bangkok, ya sea para participar con personajes o para hacer "algo" divertido e inteligente que pudiese encajar en el tipo de programa y en el gusto de la audición. Uno de esos "pasajeros" fue **Roby Krygel**, un muchacho que tenía un sampler, un teclado que hacía distintos sonidos al tocar cada tecla. Venía a aportar sonidos al operador.

Dice **Krygel**⁹⁸ *"yo llegaba, les explicaba más o menos que había preparado, de acuerdo a lo que ellos me decían con anticipación que querían hacer, y se hacía la puesta. Pero al final salía cualquier cosa, eran re despelotados, empezaba a pasar cualquiera. No me dejaban tirar casi nada de aquello que había preparado"*

El sampler emitía un sonido de baja calidad y menos complejo que el que se podía largar desde consola. El sampler *decodificaba al micrófono* un sonido que llegaba al parlante, el que percibía el oyente, un *código de reconocimiento o convencional* un tanto desvirtuado, de mediana calidad.

Boby Flores⁹⁹ quedó en la radio y ocupó cargos importantes hasta hace un año, fue Gerente Artístico. Sostiene: *"me he encontrado con curriculums donde ponen -Radio Bangkok- y yo ni me acuerdo de que hayan pasado por ahí, es que pasó muchísima gente"*.

3. La música

La música además de entretenimiento y compañía resulta clave para distinguir distintas clases de programas, o segmentos del mismo, incluso el tipo de emisora, a la velocidad fugaz de mini segundos en que haciendo zapping la mente revisa, identifica y decide si se queda o continúa moviendo la aguja.

Crea climas afectivos propicios, tanto para tratar temas sentimentales, como tragedias, o para variar entre un escenario u otro, para adaptar una noticia o una ficción, por ejemplo una percusión afro para dar cuenta del África, o batucada para ir al Brasil.

⁹⁷ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Octubre 2005.

⁹⁸ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Agosto 2005.

⁹⁹ Sus citas, de entrevista realizada por los tesistas. Noviembre 2005.

La música posee una función gramatical en tanto funciona como sistema de puntuación. La **cortina** es igual a punto, separación, pausa. **Ráfaga** como pausa menor. **Puente** cuando en vez de distanciar dos bloques o segmentos, aproxima dos temas por una similitud. Por ejemplo dos temas internacionales de procedencia árabe. En Bangkok algunas cortinas y jingles tenían música tailandesa.

Tiene la especial característica de ser idioma universal, por su capacidad sugerente e impactante, ya que excede límites y fronteras. No importa tanto el idioma y la procedencia musical en tanto se remita a la magnitud del efecto que se quiere provocar o estimular. Son múltiples las canciones extranjeras y sólo instrumentales aptas para aplicar cuando se tratan temas tristes, accidentes, o alegrías, festejos. Habla con su melodía o aspereza, con su suavidad o furia.

Cuando este lenguaje es protagonista central y exclusivo de un programa, por ejemplo un ciclo de jazz o de rock, entonces sí importa si será producción nacional o internacional, porque en base a eso se ofrece el producto a la audiencia.

En Bangkok "sonaban muchas cosas, pero también porque no teníamos otras" aclara **Boby Flores**¹⁰⁰. "Era la época en que si no comprábamos el disco cuando salía, no lo conseguíamos más y si se te rayaba el tema no lo escuchabas más. Era otro mundo, no había información, no conocíamos la cara de Eric Clapton, la gente no sabía si Bob Marley era negro o blanco. De vez en cuando una foto en un disco aparecía, pero, nada, eso y nada más".

Musicalmente había otras radios que sonaban muy refinadas como Horizonte o Láser, que además contaban con equipamiento "moderno." En cambio Rock & Pop era muy precaria en tecnología, todo parecía reciclado ahí, las antenas, las consolas. La administración de Grinbank no compraba discos por catálogos enteros como hacían otras radios, entonces decidieron hacer programas.

Los programas de música

Dentro de los parámetros legales, para ello deben seguirse algunas reglamentaciones previas:

1- Factor legal: Copyright. Es el resguardo del derecho de autor. Todos los discos llevan escrito: "Reservados todos los derechos del fabricante y del propietario de la grabación. Prohibidas total y parcialmente las reproducciones, radiodifusión y ejecuciones públicas". Sirve para proteger los derechos por separado de todas las partes intervinientes en la producción del disco: compositor, editor, intérprete, firma discográfica.

¹⁰⁰ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas. Noviembre 2005.

La ley está basada en la Copyright Act de Gran Bretaña en 1956. Sólo podrán difundirse canciones y discos completos con el apoyo de la Ley en tanto se efectúen los pagos adecuados acorde a la utilización que se hace de los discos.

2- Música en vivo. Las radios no deben pasar por alto su función de incentivar a los artistas mediante difusiones en vivo. La radio debe facilitarle oportunidades a los intérpretes de ser escuchados. Este tipo de difusión hasta puede resultarle beneficioso y comercial a la FM con una buena técnica de mercado.

3- Operación técnica. La música es arte y por lo tanto debe ser respetado. Esa imprescindible que los temas no sean cortados, que los anuncios de los discos y cantantes sean exactos, que los niveles de sonido sea correctos, también el enlace entre la palabra del conductor con la música.

Existen tres **tipos de programas de contenido musical**: Peticiones de discos. Programas de invitados. El programa del Disc Jockey

1. Peticiones de discos

Son programas que consisten en satisfacer los pedidos de los oyentes. Es un error creer que la premisa se sigue al pie de la letra. Los productores no piensan solamente en quienes han enviado una carta o han hecho un llamado por teléfono.

Es común que mucha gente llame pidiendo la misma canción, no por eso se emitirá múltiples veces el tema. Se seleccionará cuándo, cuántas veces al día, por ende durante la semana, así como tampoco emitirá al aire la larga lista de los nombres de todos quienes lo han solicitado y la lista de nombres a todos a quienes se lo dedican.

De este modo se responde a todos los oyentes evitando los pasajes aburridos como dar una lista de nombres cada dos minutos.

El conductor del programa puede trabajar acorde a consignas entretenidas a la hora de ofrecer el pedido de música, para dar vida a la función de entretenimiento o dar a conocer cuántas y distintas historias viven en secreto detrás de cada canción.

Las peticiones pueden ser acordes a cumpleaños, casamientos, aniversario, anécdotas que a su vez justifiquen el tema pedido; o en referencia a amores, nostalgias, amores perdidos, confesiones, reconciliaciones.

2. El programa de llamadas por teléfono

Tienen la particularidad de contener temas que respondan de forma inmediata a una consigna. Es un modo de hacer radio donde quien conduce no declara, declama, sino que interactúa con su público.

La crítica es que muchas veces es utilizado como relleno, siendo las comunicaciones muy diversas, sin cohesión ni contenido alguno.

Existe una gran pluralidad para llevar adelante este tipo de propuestas. Las llamadas pueden ser **contestadas al aire, sin filtros** y a juzgar por lo que se diga. Retención o **selección de llamadas** para establecer contacto desde la radio. Los temas varían desde aclaraciones de temas tocados, complementos, consejos, críticas, revelaciones personales. **Varias llamadas simultáneas** para establecer un diálogo.

El papel del conductor generalmente es el de mantener y animar la conversación y el nivel de los llamados en general. Es abrir un espacio para que la gente se apropie cada día según consignas específicas. Otras veces puede tomar una postura de asesor o pseudo psicólogo, aconsejando a la gente, que se refugia en lo que le pueda decir.

Para que no sea un mero programa musical bajo la excusa de que es de llamados telefónicos, el conductor debe conocer los temas de actualidad, tener pluralidad de discernimiento, conocimientos generales de cultura y espectáculos, interés por la gente y una producción capaz de asesorarlo para proponerle temas y salir al aire con algún oyente de quien ya sabe la propuesta de conversación y espera el llamado de la radio.

Bangkok tenía todas estas características de los programas de música. El del llamado por teléfono cuando la gente los llamaba, o ellos mismos simulando personajes, como Quique Prosen interpretando a Cacho de Castelar, se ponía al teléfono y simulaba ser un oyente, o Bobby interpretando a Cacaquián, o la amplitud de personajes creados por Douglas Vinci. El amplio conocimiento musical de Bobby les permitía no sólo satisfacer los pedidos de discos de los oyentes, sino además sorprenderlos gratamente con canciones y estilos distintos.

Apelando a la sensibilidad del oyente

Las autoras chilenas **Paulina Gutiérrez y Giselle Munizaga**¹⁰¹ enuncian que el mensaje concretamente *"permite operar en dos niveles: el de la racionalidad instrumental y el de la racionalidad expresiva"*. Es decir, elementos fundamentales en la constitución de sentidos y afectos en el mensaje, en una audiencia, en una programación.

Gutiérrez y Munizaga sostienen que la radio ante todo gana al utilizar un lenguaje que da cabida al sentimiento y la emoción, porque es aquello que genera identidad. Se trata de hilos sensibles que como contrapartida generan complicidad y sensaciones emotivas.

En este sentido es interesante citar como detalle de color un fragmento de "Exploración de hábitos de recepción radial" de la Facultad de Comunicación Social de Bucaramanga, Colombia, que dice que los saberes cotidianos, de la vida, son los que se van adquiriendo con el tiempo, con la experiencia, en el día a día, con las diferentes acciones en diferentes ámbitos y las relaciones inter personales. Están insertos en novelas, series, películas y por qué no en audiciones radiales. En las ficciones se refleja cómo los personajes siguen adelante, o no, ante cada situación adversa que se les presenta. En la radio puede potenciarse, al ser personas reales las involucradas, o incluso si de dramatizaciones se tratara.

Ricardo Haye¹⁰², escribe *"la comunicación radiofónica no puede consagrarse exclusivamente al raciocinio y debe contener la emocionalidad de la gente, programando no sólo mensajes de tipo cognitivo, sino también los que expresan contenidos afectivos y/o estéticos"*.

Un programa está conformado por conductores, columnistas y un grupo de producción y arte. Ricardo Haye, en su libro, lo figura como un *"cuerpo"* con *"espíritu"* que es la conexión interna, emocional, afectiva, entre columnistas, movileros y conductores, de forma tal que exista *"un sistema de enlaces"* que evite la vigencia de asuntos inconexos y dispersos, que no sensibilicen adecuadamente a la radioescucha.

La similitud de un equipo de trabajo en radio es a la de un equipo de fútbol, que para llegar al arco contrario, no puede hacerlo sólo con individualidades. El *"juego en equipo"* en radio es fruto de un estilo que uniformice una propuesta que genere armonía interna, que conforme solidez enunciativa y gane en el logro de creación de ese ambiente íntimo o no con el público, para incluirlo en el discurso y participación mediática.

¹⁰¹ Paulina Gutiérrez y Giselle Munizaga "La radio y cultura de masas" en "Comunicación y culturas populares en Latinoamérica" México. Ediciones Gustavo Pili, 1987

¹⁰² Ricardo Haye, "El arte radiofónico. Algunas pistas sobre la constitución de su expresividad", La Crujía 2004 I S B N:987-1004-60-5

Para lograr el clima más propicio para cada situación se recurre a los tres elementos del discurso radiofónico no se gana sólo con las palabras, también los efectos sonoros, articulaciones sonoras, aportan su cuota de afectividad, como la música misma.

La data viene desde las épocas de la música clásica, cuando compositores y teóricos desarrollaron "la doctrina de los afectos": el objetivo era lograr figuras sonoras que evocaran emociones.

Los compositores utilizaban escalas mayores y tempos alegres para transmitir alegría, escalas menores lentas para expresar tristeza y disonancias para evocar miedo o pánico. Cada una de ellas con sus propios sonidos, notas, tempos y estilos de canto característicos. Por ejemplo, para manifestar ira, ofrecían mucha coloratura, escalas rápidas y figuras sonoras punteadas.

Actualmente se sigue utilizando "la doctrina de los afectos". La mayoría de las personas pueden identificar en la radio una canción triste, alegre o que exprese enojo en pocos minutos. Con las producciones radiales en su totalidad sucede lo mismo. Cada programa puede ganar en calma o estridencia, según se emita de día o de noche, según el producto que se desee ofrecer.

Es fundamental la inclusión de estados de ánimos en los mensajes producidos, ya sean tristes o alegres.

El mito

El diario Sur del 28 de Julio de 1989 publicaba "La FM Rock & Pop festeja sus cinco años al aire con Elton John y Bon Jovi. A su vez, Grinbank aceitaba sus contactos para traer al país a Cindy Lauper, otra favorita de los hits votados por los jóvenes, Simply Red, U2. Eran los años en que los músicos internacionales llegaban al país.

El mismo diario, apenas dos meses más tarde, el **viernes 8 de septiembre de 1989** titulaba "Para Rock & Pop el sueño terminó. Hoy es el último día de la programación que la distinguió." Desde hacía tres años la radio transmitía programas con contenidos, a partir de este momento volvería a pasar sólo música.

El artículo, tenía mucha dosis de emoción y nostalgia. Decía cosas como "la radio comienza a jugar lo que se llama su -tercer tiempo- dejando atrás ¿un esquema? Que rompió los moldes de las FM de este país, a la vez que fue el producto más identificable con la transición democrática iniciada en 1983".

La nota hace un análisis de la segunda etapa con el período democrático del alfonsinismo, e intuye la tercera con la llegada del peronismo y el "control del micrófono"

"El elenco que muere entre acusaciones, ratings, desgastes y peleas parece irrepetible" dice.

La semana siguiente a la nota anterior este diario publica todo un informe especial titulado "El caso Rock and Pop". La bajada decía, en referencia al "segundo tiempo" de la radio "el estilo más exitoso de la FM argentina murió por decisión empresarial. El lunes, otra era comenzó. De las figuras aquellas sólo está al aire hoy Mario Pergolini."

Daniel Grinbank justificaba el levantamiento de todos los programas porque "la programación era un descontrol". Agregaba "perdí la manija de lo que pasaba. Dejé libre espacios que otros ocuparon y hubo anarquía"

Si bien la radio no estaba en los primeros puestos de audiencia, era "escuchadísima" según la nota, dato que se ratifica con las mediciones de rating de la época.

Grinbank aclaraba que "el modelo de la Rock & Pop se estaba agotando. Había achanchamiento, saturación. Sintonizar Rock and Pop ya no me producía placer, me aburría. Preferí cortar ahora antes que le pasara lo mismo a todos los oyentes".

Desde una perspectiva empresarial, el gerente decía "Es un negocio y si no rinde no hay auspiciantes. Este año voy a tener que poner guita que gané con otros negocios y no con esto".

Según reflexiones de esta nota, la radio gozaba de mala salud, ya los síntomas se multiplicaban: faltazos reiterativos de personal, extensión sobre el uso de la palabra, menor

audiencia, el fin del alfonsinismo como si eso marcara el fin de una etapa de "transición democrática" donde también terminaría un modo de comunicarse con la gente, de hacer radio.

Pero por otro lado la gran auspiciante, hermandad con la radio, la empresa Pepsi Cola, quería para los 90 ganarse la aceptación de un público más adolescente, y para ese fin destinaría millones en publicidades y auspicios. Grinbank, consultado en la nota del diario Sur, sobre si esta influencia determinaba la alternativa elegida, *respondía "Nuestro contrato dura hasta fin de año y no ha habido ningún tipo de reaseguro al respecto, pero me juego a la renovación de contrato, obviamente"*.

Todos los integrantes de Bangkok, que iba de lunes a viernes de 10 a 15 hs fueron despedidos por Grinbank. A Lalo Mir, se le había ofrecido un cargo artístico.

JOVENES

SUP

Y Mateos tocó, por fin, en Hollywood

Anoche Miguel Mateos cumplió con uno de los sueños de su vida: tocar en Hollywood, auspiciado por la MTV -la más grande teleemisora norteamericana vinculada con el rock- y con una banda de nivel internacional, al menos por lo que se desprende de las distintas nacionalidades de sus integrantes. Mateos se presentó anoche en The Palace, un boliche hollywoodense en el que han tocado Johnny Winter, Celia Cruz, Jimmy Cliff, que tiene capacidad para 1.300 personas y funciona además como discoteca y restaurante. Auspiciado por MTV Internacional como "el cantante de rock N° 1 del mundo latino", Mateos debutó con el francés Jean-Louis Monfraix en guitarra, Wade Biery en bajo (tocó con Joe Cocker y Men at Work), Joellen Friedkin en teclados (tocó con Freddie Hubbard y The Supremes), Jim Polac en saxos (trabajó con Dave Sanborn y Wang Chung) y el eterno Alejandro Mateos, que viene a ser el hermano menor de Miguel, por si alguien no lo sabe, en batería. Los volantes de BMG Music International que anunciaban el hecho daban, además, la oportunidad de ver a Miguel Mateos "en persona" en la tienda de discos Music Plus, 1440 Vine Street, Hollywood, California, a eso de las 6 PM del pasado 24 de agosto.

Para Rock and Pop el sueño terminó

Hoy es el último día de la programación que la distinguió



Detrás de esa puerta, el segundo tiempo concluye hoy

Quien hoy, en esta ciudad, pase al girar el dial por el 106.3 de su FM, no podrá mantenerse al margen de una programación que a lo largo del día marcará el fin de la FM Rock and Pop, tal como se la venía escuchando desde hace dos largos años.

A partir del lunes, la Rock and Pop comienza a jugar lo que se llama su tercer tiempo dejando atrás un esquema comunicacional? que rompió con los moldes de las FM de este país, a la vez que fue el producto más fácilmente identificable con la transición democrática iniciada en diciembre de 1983. Podría argumentarse, además, que se trató del proyecto radial más cercano, filosóficamente, al del alfonsinismo.

Al principio -si se hace algo de historia- fue la música. Corría enero de 1985 y una FM que embocaba canciones de a tres, separándolas por estilo, se convertía en el boom de la temporada. Después, los jóvenes Ari Paluch y Mario Pergolini llevaban su feedback desde FM Okey, como primer programa en vivo de la emisora. Ahí empezaba el segundo tiempo. Ya la emisora era líder.

A las 9.30 del 26 de abril de 1986, Lalo Mir, Bobby Flores y Enrique Prosen tomaban un café en un bar cercano para, media hora después, comenzar con Radio Bangkok, el programa número uno de la FM argentina.

Vinieron después, Malas Companías, Maratón, Monoblock, Piso 93, La Bolsa y los Gatos y más, poniendo a

una de las radios peores equipadas técnicamente del espectro porteño en el tope absoluto de esos mismos ratings que luego colaboraron a derrumbarla.

Imponiendo su ritmo a esa buena parte de la ciudad que la escuchaba, proponiendo también una terminología propia -trucho, hacete de abajo, etc.- y metiéndose desde el Barrio Norte hasta los colectivos de Quilmes, esta radio, que nunca representó un proyecto, se alzó con el emblema de medio-hecho-en-democracia y, más precisamente, con el de la FM parida en el reinado Alfonsín.

Ante la absoluta falta de proyectos e ideas claras, mucho menos una política, lo que descoló en la administración radical de medios fue, más que el hacer, el dejar hacer. Así, Daniel Grinbank y compañía, con una radio hacia la que confluyeron una cantidad de buenos laborantes y de amantes talentosos del oficio, sólo tuvo que dejar hacer. Mérito -en la Argentina, hoy- más que suficiente. La tercer etapa, la que nace con gobierno peronista es, se intuye, la del control del micrófono.

Podría decirse que la Rock and Pop murió. Que lo está haciendo hoy. Y decirlo sin desmerecer el trabajo de la gente que se queda para hacer desde el lunes una radio donde desfilará lo mejorcito del rock que aquí pueda escucharse. Sólo que el modelo que muere entre acusaciones, ratings, desgastes y peleas parece un irrepetible.

M.P.

"Para Rock & Pop el sueño terminó." Suplemento Joven, Diario Sur. 8 de Septiembre de 1989.

Vinci había dicho: "Se dio lo que se tenía que dar, sólo que se aceleraron los tiempos, íbamos a terminar a fin de año. Respecto a la actitud del empresario, me pareció incoherente sacar del aire un programa tan escuchado como el nuestro".

Por su parte, Flores declaraba a la prensa: "creo que el trasfondo fue otra cosa muy distinta. Estoy contento porque se confió en nosotros y entregamos un programa que va a ser mítico"

Mario Pergolini fue el único que "quedó por coincidente," como está escrito en la nota, por las tardes en el horario que estaba Ari Paluch. Sostenía Pergolini en la nota "yo coincidía con la conducción de la radio en que habíamos crecido, pero en desmedro de los más pendejos. Yo prefería un modelo de radio americana, rápido, hiper rápido.... -Malas compañías- fue lo mejor que me pasó en la vida, un programa basado en la comunicación con la gente".

Ari Paluch se encargaba de "Maratón" de 15 a 20 hs de lunes a viernes. Decía "A mí me hicieron otros ofrecimientos, pero la sensación era que me pasaban de coronel a cabo. Me ofrecían hacer todo el trabajo de producción artística, pero sin salir al aire. La otra posibilidad, era hacer micrófono en una radio chilena propiedad de Grinbank y una persona vinculada a Pepsi. Finalmente contesté que no. Grinbank me dijo: te vas por la puerta grande".

"El programa del viernes 1 de septiembre lo abro comentando que levantan el programa. Cae una lluvia de llamados. Saco algunos al aire, no podía hacer menos en una radio que siempre fue paradigma de la libertad. Vinieron a decirme que deje de sacar llamados al aire. No obedecí, por supuesto.

El lunes y martes saqué más llamados. Se pudrió todo. Entró el socio de Grinbank, Raúl Fernández, y me dijo que saliera del aire ya mismo, que yo no lo conocía, que era capaz de sacarme a patadas en el orto.

Después hablé con Grinbank, le dije que quien me sucedería, Mario Pergolini, es un bastardo de los medios de comunicación. Sabía que la radio que venía no iban a ser mejor que la nuestra".

La radio siguió su camino y el programa "Radio Bangkok" efectivamente se transformó en un mito. Diecisiete años después sus propios protagonistas lo justifican en las entrevistas para este trabajo y cuentan qué le aportó a la radiofonía.

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

"Se hizo mito porque murió en pleno éxito, tal vez, como Gardel, no con ánimos de compararme obviamente, todas las cosas que terminan en su mejor momento terminan prendidas al corazón, que aquellas que sufren una muerte lenta". **Lalo Mir**

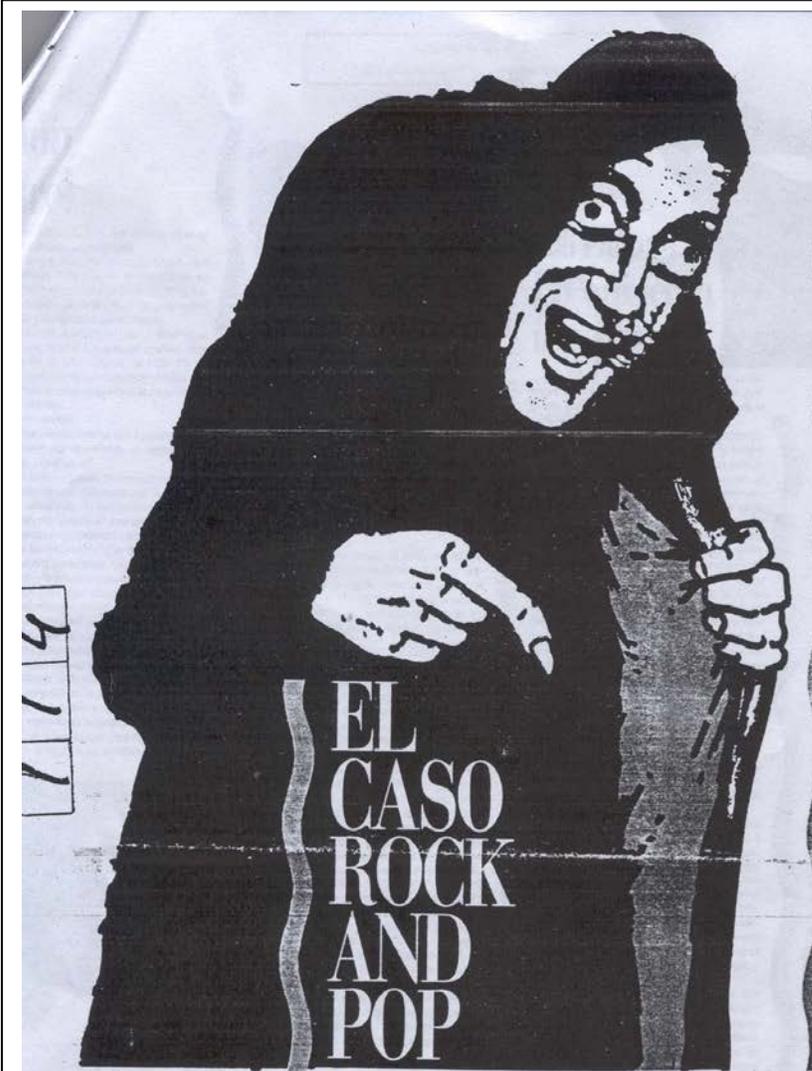
"En todo mito existe una mala memoria o una mala ubicación en la memoria y otra de las cosas que me pasa, es que cuando uno narra esto, hay que tener en claro, uno se acuerda de lo que quiere". Douglas Vinci

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

Flores lo confirma "Hoy la radio es como Bangkok, los noticieros son como Bangkok, la vida misma es como Bangkok, entonces hoy sería algo más de lo mismo, en general hay cinco desafortados peleándose por hablar"

Douglas Vinci afirma que de volver tal como fue sería aburrido. Sergio Armand es investigador y docente de la Comunicación, cuenta que "Yo le hice escuchar los radioteatros a los pibes y en un punto se empezaban a aburrir y me decían: -son muy largos- y sí, hoy ya hacen agua a los pocos minutos."

Lo cierto es que quedó como un programa emblemático y se hizo un mito.



DANIEL GRINBANK
La programa era un descor

“Yo soy el responsable absoluto de la caída de la Rock & Pop”, dice Daniel Grinbank, el creador y monarca de esa FM, y lo dice dos veces. “Perdí la manija de lo que pasaba. Dejé libres espacios que otros ocuparon, y hubo anarquía”. Paralelo detrás de su escritorio, en un piso 12 de Alem y Córdoba, entre los garbatos de su hijo y un cateo con sacarina, Grinbank se avino a explicar los motivos que lo impulsaron a cambiarlo casi todo, en una FM que ya no estaba en el primer puesto de la audiencia, pero que aún seguía siendo escuchadísima.

—¿Cuál es la explicación “oficial” del cambio?

—La oficial y única. El modelo comunicacional que proponía la R&P se estaba agotando. Había achanchamiento. Saturación. Preferí cortar ahora, antes de que fuera la gente la que se saturara, aunque hubiéramos podido seguir hasta fin de año. El primer síntoma de este estado de cosas lo tuve antes de que llegaran las mediciones que revelaron la caída de la radio: escuchar la R&P ya no me producía placer, me aburría. Sólo la sintonizaba por laburo, para controlar lo que estaba pasando.

—Eso es lo que hace al modelo comunicacional. ¿Y empresarialmente?

—La R&P es un negocio. Si las mediciones no rinden, no hay avisadores, no hay publicidad. Este año voy a tener que poner guita en, ima, guita que gané con otros negocios. Pero el cambio no tiene nada que ver con la reducción del presupuesto: si bien habrá menos personal, entre los sueldos que quedan, los discos, la compra de recitales y

EL CASO ROCK AND POP

El viernes pasado un estilo de Rock and Pop, el globalmente más exitoso durante los últimos dos años en la FM argentina, murió por decisión empresarial. El lunes, otra era comenzó. De las “figuras” aquellas sólo está al aire hoy Mario Pergolini. En esta producción, *El Tajo* corta por lo sano y convoca a varios que tenían cosas que decir, apuntando a que el rompecabezas cobre sentido en su dimensión final

Trabajaron para esta superproducción: Andrea Rabolini, Marcelo Pasquero

Monoblock, lección clarísima

Un disparo en la oscuridad. Ese fue todo. Monoblock nació como “el informativo de la Rock & Pop”. La idea era buena. Mas que buena, necesaria, en el páramo donde son reyes los tuertos Neustadt, Magdalena y otros. Empeño, la forma de concretarla fue, mas que difusa, torpe. Se suponía que Pergolini y Eduardo de la Puente producían-conducían, que Daniel Barceló y Divina Giusti ponían el toque tímpanístico, que Sammy Herman—el pibe, como periodista, es un gran militante de la Coordinadora— tenía a

damos Polimeni, Roxana Cortez conduciendo; Barceló, Herman y yo, más Panozzo Marcelo en la producción.

Hacer un informativo sin móviles, sin cables y —a veces— sin diarios era un imposible. Monoblock evolucionó desde aquel inicio, el 3 de octubre del '88, hacia un programa periodístico en el que se traducían las noticias para hacerlas decir lo que en verdad significaban y en el que, además, se traducían las incógnitas que uno compartía con el evento. Porque, ante Villa Martelli, ante los saqueos no quedaba otra que decir: “Acá nos están empaquetando a todos”, aunque no se pudieran aportar más datos que ese ardor en las tripas.

Daniel Grinbank pretendía que Monoblock apoyara la candidatura de Angeloz. Y buen para eso estaba Herman. Pero en la medida en que Alfonsín la seguía embarrando hasta límites impensables, no se podía tener la boca cerrada frente a los argumentos que pretendían que hasta el último pedo que Raúl Ricardo se tirara era lo mejor para la patria. Entonces venían las discusiones, y frente al micrófono. Para la causa radical y para el programa —arguján algunos— eso era malo. El tiempo demostró que eso era lo mejor para el programa, y para los oyentes, claro.

Hubo mañanas memorables. La del aniversario del golpe del '76, la del aniversario del asesinato de Rodolfo Walsh, la del homenaje a Olinicio Ameglio. La del lunes pos Martelli, cuando

posteriores a La Tablada, con los huevos puestos en la mesa. Las de los saqueos, cuando Molnar decía que detrás de la viejita hambrienta estaba el lobo comunista y Monoblock se explotaba sobre la única realidad que, a pesar de los esfuerzos del gobierno radical, ya no podía negarse: la del hambre de la gente. Recreamos *La Guerra de los Mundos*, y vino a vernos alguien que dijo ser “de Inteligencia Militar” para requerir datos sobre el “misterioso movimiento de tropas” del que habíamos hablado.

Hubo presiones con la excusa de la música (hasta de Liliana Herrero o Liliana Vitale, por ejemplo), de los fallos en que incurria cierta parte del personal, de la extensión de lo que se hablaba. Sobrevino el primer intento de levantar el programa, que se truncó cuando Grinbank descubrió que a los periodistas, para echarlos, hay que pagarles indemnización. Pero al tiempo vino el hachazo, luego de las elecciones. A los causales antedichos se sumó el del “exceso nivel de audiencia”.

Y vinieron las mediciones de junio, que demostraron que —con más de 100 mil oyentes— Monoblock era el segundo programa más escuchado de la radio, después de Bangkok, y al guien oyó a Grinbank admitir que, en verdad, el problema con la gente del programa residía en que éramos “inmanejables”.

Para estar en el aire, había que rendir plentía. Monoblock no lo hizo. Y va no está más.

Daniel Grinbank

“El caso rock and pop” Diario Sur, 15 de septiembre de 1989.

Tercera Parte

LA RADIO EN LOS AÑOS 90 (*Después de “Aquí Radio Bangkok”*)

La radio en los 90 después de "Bangkok"

"Radio Bangkok" había decaído en rating en el último mes que Grinbank decidió llenar su frecuencia de programas con contenidos. El ciclo marchaba bastante bien y con altos porcentajes en las mediciones, que se condecía con la radio siempre entre las tres primeras según las mediciones de época (siempre con el 30 y 40 por ciento de audiencia en la franja horaria), sin embargo no volvió a repetirse en ninguna otra emisora. Lo que sí se repitió, fue la fórmula, el modo de trabajar en radio.

Los nuevos programas mantenían el estilo de tres o más conductores, mesas redondas, todos intentando hablar a la vez, cargando los comentarios con ironía, preparando algún que otro sketch o pequeño radioteatro, haciendo aparecer personajes recurrentes y disparatados, hablando como en la calle, como con un hermano o amigo de confianza. "Bangkok" lo que hizo fue romper el molde, quebrar la estructura, descontracturar un modo de trabajar frente al micrófono, romper el hielo. A nivel general los 80 fueron eso, para que en los 90 pudiera haber un alto grado de libertad y soltura.

En el diario **Página 12 del jueves 28 de septiembre de 1989** Lalo Mir decía *"Nosotros logramos popularizar la FM frente a quienes sostenían que la FM es sólo música"*

El mismo conductor que había quedado sin trabajo, vuelve al ruedo, en la misma emisora, nada menos que un primero de mayo, en lo que denominó "Buenos Aires, una divina comedia". Fue en 1990 junto a quien demostró siempre serle una gran coequiper, Elizabeth Vernaci. Fue una vuelta al programa revista, comedia, como en los años 50 al estilo "La gallina verde", "Rulos y moños". Mir lo explicaba en entrevista al diario **Página 12 del miércoles 11 de abril** de aquel primer año al aire. Un programa con *"muchos diálogos, invitados conocidos o no, desde un taxista hasta u político, el tratamiento de la noticia del día, un tema profundo, un tema frívolo. Este será más formal, más prolijo; la protagonista será la ciudad de Buenos Aires"*. Para Lalo era como desmarcarse de lo que había hecho en Bangkok y emprenderla con algo diferente.

Los 90 son la década de la revolución digital. El cd reemplaza al disco. La nueva tecnología dinamiza el trabajo, otorgándole mayor agilidad y calidad a las producciones. Es la era de la segmentación. Si desde 1985 había empezado a perfilarse, ahora es estrategia madre para definir una identidad de radio. Matriz en la que debe insertarse la selección musical, los temas a tratar, los modos de abordarlos.

Una serie de artículos de época abordan la cuestión. Caben destacar algunos de ellos. Por ejemplo **El Cronista Comercia del 21 de mayo de 1990** resalta los éxitos de emisoras bien diferenciadas, a raíz de los distintos sectores de oyentes para cada una. Rock & Pop, Z95 (FM Del

Plata) Clásica y Aspen 102 (FM Radio América) que se debe a las preferencias musicales, siendo, como dice la nota, *"los jóvenes, amantes de la danza y el pop; los adultos que siempre idolatrarán a los próceres de la música universal, y los no tan jóvenes que prefieren la calma al atropello sonoro que aceptan los adolescentes."*

El artículo incluye un diálogo con Andrés Muir, director de programación de Aspen, en el que defiende la segmentación *"porque así cada uno tiene lo suyo"* y explica *"estamos dirigidos a un público determinado así como en Estados Unidos definen -adult contemporary- tratamos de crear un espacio musical en el que el público consiga tranquilidad."*

Aspen se dirigía a un grupo ABC1, el nivel socioeconómico más alto, con una programación de clásicos y grandes hits, retro. Las emisiones eran "Memories" con canciones de los años 50,60 y 70, "The clock and the moon" uno de los escasos ciclos con difusión de música New Age. Muir priorizaba *"acá no hay un solo disco, los han reemplazado los compact discs"* Todos los hits podían escucharse, no como antes que se rayaba un tema y no se podía volver a pasar.

Sin embargo no se potenciaba toda esa tecnología para hacer programas con contenidos. Daba resultado de este modo. En líneas generales toda la FM, esas siglas, continuaba siendo Frecuencia Musical. Todos los ratings, mediciones de audiencia y fenómeno de segmentación seguían explicándose en base a qué músicas preferían uno u otro sector del público.

El **Clarín del 22 de julio de 1993** publicaba un informe especial *titulado "La radio hoy: Los adultos prefieren noticias y los jóvenes música."* Está basado en la investigación del Buró Argentino de Radio centrado en el oyente, llamado "El oyente, todas las claves de la segmentación"

El trabajo fue diseñado con diferentes categorías para detectar resultados concretos: adolescentes, jóvenes con responsabilidades, jóvenes sin responsabilidades, adultos con hijos pequeños, adultos con hijos adolescentes, adultos sin hijos en el hogar.

El número arrojado para encendido de AM era de 4872650 personas, frente a 6530840 personas en FM, siendo en su mayoría jóvenes o jóvenes adultos. La suma de 1351940 oyentes enciende AM de 6 a 12 del mediodía y tienen más de 50 años; en tanto, para el mismo horario 867477 personas cuyas edades oscilan entre los 20 y los 34 escuchan la FM.

El resultado arrojado en cuanto a contenido buscado por la audiencia indica lo mismo que señala el título de la nota. En la FM, cuanto más música, mejor.

La nota señala:

Adolescentes: Prefieren FM triplicando en número a los que se inclinan por la AM. Justifican que la radio les hace más llevadero el estudio, los distrae y ayuda a dormirse. Siempre la preferencia es por la música.

Jóvenes sin responsabilidades: Escuchan en promedio 2.5 horas AM y 5 FM El 90 por ciento prefiere la música y el 10 por ciento el humor.

Jóvenes con ataduras: El doble prefiere la FM y la música.

Adultos con hijos pequeños: La proporción es 80 por ciento hacia la FM y 30 por ciento inclinado a la AM.

Adultos con hijos adolescentes: La radio les permite estar actualizados, escuchan una y otra frecuencia indistintamente.

Adultos con hijos jóvenes: Escucha más AM que FM. La preferencia es por las noticias y estar informados.

Adultos sin hijos e el hogar: Proporciones similares de audiencia para una u otra frecuencia, destacando también la importancia de las noticias y estar al día con los principales temas.

Es decir, pasar música continúa siendo la mayor tendencia en la FM de los años 90. En esa selección, sin embargo, no hay demasiada diversidad. Se difunden algunos géneros y ritmos generalizados, y los "otros" quedan excluidos, al margen. El discurso de estas FM es transmitir música comercial, la que está de moda, la que se puede tararear, bailar y es pegadiza. Ese es el discurso de estas radios y otra vez, como dicen los investigadores del medio, hay discursos y voces unívocas, iguales, que se repiten en todo el dial. La función es pasar música de acuerdo a las tendencias de las disquerías y el impulso publicitario de las grandes productoras.

Sin embargo hay canciones que superan la rima bonita y linda melodía. La música, como ya se analizó en los 80, también en los años 90 carga de contenido sus letras y es un importante difusor de ideas e ideologías. Construye una poética de valores, de protesta, de denuncia, social y otras sí serán más de confort. Sin embargo las FM comerciales, que hacen de hegemónicas y son imitadas, no les otorgan un contexto a tono con ese contenido. Sus estructuras no están armadas para ciclos con conductores que digan cosas como esos compositores.

LA FM DE 91.9 A 106.3

En el arco comprendido entre las frecuencias de transmisión de 91.9 MHz y 106.3 MHz doce emisoras se disputan, desde la Capital Federal, una audiencia aún no medida con precisión, pero que algunas empresas especializadas ubican en alrededor del cincuenta por ciento de los "consumidores" de radio. El consumo de FM, según sostienen algunos analistas, es más parejo que el de la AM. Acusa también "picos" significativos a lo largo de la jornada, pero el oyente de FM absorbe períodos más extensos de radio que el de AM, mucho más "puntual", sobre todo por las mañanas. Una enumeración de las FM que hay en todo el país no es fácil. Según algunos quejosos, el otorgamiento por los organismos competentes de las licencias solicitadas se demora injustificadamente. El lamento no se funda en datos concretos, pero lo cierto es -dicen- que hay emisoras de FM en el interior que están funcionando desde hace tiempo a la espera de la autorización correspondiente.

Frec. transmisión en FM (MHz)	Nombre que identifica en FM	Horario transmisión en FM	Depende de:	Frec. transmisión en AM (KHz)	Horario transmisión en AM	Estudios ubicados en:	TELEFONOS	Observaciones
91.9	Municipal	16 a 2	LS1 R. Municipal	710	las 24 horas	Sarmiento 1551 8°	40-6042 49-0453	
94.3	Horizonte	24 hs. horas	LR1 R/El Mundo	1070	las 24	Tte. Gral Perón 646 7°	33-9500 33-9705	
95.1	Del Plata Hits	10 a 23	LS10 R. Del Plata	1030	las 24 horas	Santa Fe 2043	824-5071 824-5074	de 23 a 10 tr. mismo pr. AM
95.9	Splendid FM	6 a 3	LR4 R. Splendid	990	las 24 horas	Arenales 1925 1°	44-1741 42-2788	
96.7	Nacional	l. a v.: 8 a 24 s. y d.: 18 a 24	LRA R. Nacional	870	las 24 horas	Ayacucho 1556	803-2011 803-2700	
97.5	FM O.K.	8 a 2	LR2 R. Argentina	1110	las 24 horas	C. Pellegrini 675	37-0360 37-0581	
99.1	N'nal (FM monoaural)	24 horas	LRA Nacional	870	las 24 horas			trans. igual prog. de AM.
99.9	FM 100	l. a v.: 7 a 3 s. y d.: 7 a 5	LR6 R. Mitre	790	las 24 horas	Mansilla 2668	961-1005 961-7010	
102.3	Laser 102	d. a j.: 7 a 2 v. y s.: 24 hs.	LR9 R. América	1270	las 24 horas	Juncal 989	393-1252 393-2597	
103.1	Inolvidable	7 a 4	LS5 R. Rivadavia	630	las 24 horas	Arenales 2467	824-1087 824-1088	
105.5	FM 105	24 hs.	LS4 Continental	590	las 24 horas	Rivadavia 827	34-7110 33-6719	
106.3	Rock & Pop	24 hs.	LS6 R. Bs. Aires	1350	las 24 horas	Av. Belgrano 270	34-1480 34-1582	
No posee transmisor FM.			LR5 R. Excelsior	910	las 24 horas	Arenales 1925	44-0241 42-4954	
No posee transmisor FM.			LR3 R. Belgrano	950	las 24 horas	Uruguay 1037	41-9595 42-9661	

Los 90 son los años del individualismo, del "sálvese quien pueda" de la soledad, "del uno a uno", frase que tan bien le queda en todos los sentidos, además del económico, como frecuentemente la sintetiza Felipe Pigna. Aquellas son las derivaciones sociales - individuales de una época de dólar barato que implica lujos, confort, exaltación, mucha estética personal. Son años de aceleración en los modos de vida, de producciones culturales clípticas, vertiginosas, de mayor desenvoltura e informalidad.

Las emisoras son segmentadas, el individualismo tiende a no terminar nunca en sociedad, a lo sumo, en sectorización, en grupos que se identifican con identidades marcadas. La sociedad tiende a ser una suma de grupos parcializados cada uno en lo suyo.

Desde el aspecto musical León Gieco sigue siendo uno de los músicos más críticos y comprometidos con la realidad social, posicionándose siempre en la Izquierda, cantando para el sector social golpeado, marginado, pobre, que es el que las termina pagando siempre. Haciendo canciones como "Salieris de Charly."

Otros músicos, como Charly García fundamentalmente, que tan bien comprende a los 90 como hizo con los 70 y se consagra una vez más por temas emblemáticos de una época como "Chipi chipi" sobre la soledad hasta la depresión y el encierro, muy figurativo y metafórico, donde habla de la "hija de la lágrima" del aislamiento. Dice "vivo bajo la tierra, vivo dentro de mí; yo no tengo un espejo, no tengo un souvenir; la lágrima me habla y está dentro de mí; yo sólo tengo esta pobre antena que me transmite lo que decir..." o cantando "Yendo de la cama al living" que dice "podés pasear en limousine... puedes ver amanecer con caviar desde un hotel y no tienes un poquito de amor para dar, yendo de la cama al living..." en toda su trayectoria dirigiéndose a esta clase de temáticas, de conflictos personales masivos de época, más que desde una posición ideológica como Gieco.

Fito Páez también aparece cantando con la vorágine de los tiempos "se me hacía tarde ya me iba, siempre se hace tarde en la ciudad... y a rodar y a rodar mi vida" o más adelante en los 90 con "Circo Beat" una parodia a la política por la impunidad y alevosidad. Desde Latinoamérica llegaban las voces cargadas de sentido antiimperialista, con el hip hop o el reggae, en grupos como El general, o Molotov.

Otros músicos habrían construido poéticas similares para sus canciones, pero la calidad de composición, la música generada de estos artistas, por ejemplo, los hacía sobresalir. Esas canciones y esos discos enteros son excelente música.

Es parte del fenómeno de los 90. Entre la radiofonía, entre las dos frecuencias continúa produciéndose una combinación de formatos. Sergio Armand en su libro "Radio Lienzo sonoro" hace una indagación particularmente de este aspecto.

El dinamismo precipitado de varios locutores hablando casi a la vez, la informalidad, más el desvergonzado estilo de la FM se traslada a la AM. "*Voces del Rock & Pop dominaban el espectro de aquel dial antes definido como más cercano a lo informativo*"¹⁰³

La FM de música, limpia, clara, adopta por un lado, la tendencia a lo Rock & Pop, con esos programas, incluso informativos, para jóvenes, por el estilo de construcción del mensaje, lenguaje, utilización de recursos, como lo hizo después por ejemplo "La Metro", y por otro lado, una camada de locutoras y locutores con las mismas voces, todos en la misma línea de enunciación, en una suerte de programación con ¿mucho música? siempre repetida y escasas palabras, dichas con una suerte de contentillo, en una especie de mcdonalización de la radio, para adolescentes. Así la FM de Continental se convirtió en FM Hit, FM 100 derivó en Cadena 100 y la Top. El empresario Daniel Grinbank las denominaría las Tres Marías. En ellas, sostiene Sergio Armand, "*sonaban voces muy parecidas que confeccionaban el estilo de una emisora que dialogaba con la personalidad de la radio, por encima de la individualidad de sus conductores*"¹⁰⁴. Era indistinto escuchar a uno u otro. ¿En qué contexto, qué podrían decir estas radios de las canciones de Molotov, o "La hija de la lágrima" de Charly? Pero no es menos cierto que la gente, y una gran proporción, querían escuchar sólo música tras música, sin que nadie le diga nada. Música a modo de compañía afectiva o como sonido de fondo para la tarea que esté realizando.

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

¹⁰³ "Radio: Lienzo sonoro." Sergio Armand. Editorial Grafo-K 2003

¹⁰⁴ "Radio: Lienzo sonoro." Sergio Armand. Editorial Grafo-K 2003

CULTURA

LALO MIR

Dando vueltas en el aire

Desocupado y aún sorprendido por la desaparición de Radio Bangkok, Mir confiesa que ahora no tiene nada para hacer.

(Por Eduardo Berti) "La mañana se puso aburrida, me dice la gente por la calle", cuenta Lalo Mir, conductor y locutor radial desocupado desde que el pasado 8 de setiembre el empresario Daniel Grinbank dio por terminado su programa "Radio Bangkok", que compartía en FM Rock & Pop, con Douglas Vinci y Bobby Flores. "Creo que la gente nos extraña. También confirmé algo que siempre pensaba, que el entretenimiento también es un servicio", dice este hombre de 37 años que recibió con total sorpresa la noticia del levantamiento y que esperaba festejar los cuatro años de Bangkok el 26 de abril de 1990. Ahora tiene un solo proyecto que le arranca brillo a sus ojos: un viaje en velero, de seis meses de duración, desde Buenos Aires a Francia. No obstante, antes de izar las velas Mir accede a hablar de Bangkok y de cómo vivió el súbito final.

—No estoy de acuerdo con que el programa hubiese cumplido un ciclo. Creo que estaba en plena expansión. La audiencia había crecido enormemente e incluso este año ampliamos más los niveles sociales y llegamos a gente que nunca nos había escuchado antes.

—Sin embargo, la Rock & Pop se apoyó en distintas mediciones de audiencia para explicar las razones del cambio.

—Lo tomo con pinzas, porque nosotros caímos en la medición de un mes en particular, creo que agosto, y no se puede tomar una decisión por lo que pasó en un mes. Parece una medida algo apresurada, más aún cuando las mediciones de radio reflejan tendencias, no datos específicos. No tomo en cuenta esos datos, pero Grinbank puede haber olfateado que señalaban el comienzo del ocaso de su radio. No sé... sospecho que existieron otros motivos.

—¿Cuáles?

—Creo que Rock & Pop se había convertido en una radio difícil de manejar, en un lugar con mucha gente opinando lo que quería, cuan-

do quería y como quería. Para alguien al frente de una radio eso debe ser complicado, o al menos inquietante. Supongo que los cambios, entonces, tuvieron que ver con una recuperación del poder. La radio estaba algo anárquica.

—Se mencionaron también probables motivos políticos. Se dijo muchas veces que Bangkok molestaba particularmente y que existían presiones para que suavizaran el tono...

—No creo que nos hayan levantado por razones políticas, aunque los trabajadores nunca tenemos acceso a las negociaciones más altas. Todos los políticos que conocí me elogiaron el programa. Salvo que fueran hipócritas, me aseguraban que estaba bien, que se divertían mucho.

—Algunos sostienen que ustedes opinaron contra el indulto antes de que se abriera el debate en la sociedad, antes aun de la marcha del viernes 8, y que esto causó algunos males. Incluso durante la marcha una voz insinuó desde altoparlantes que los habían levantado por esto.

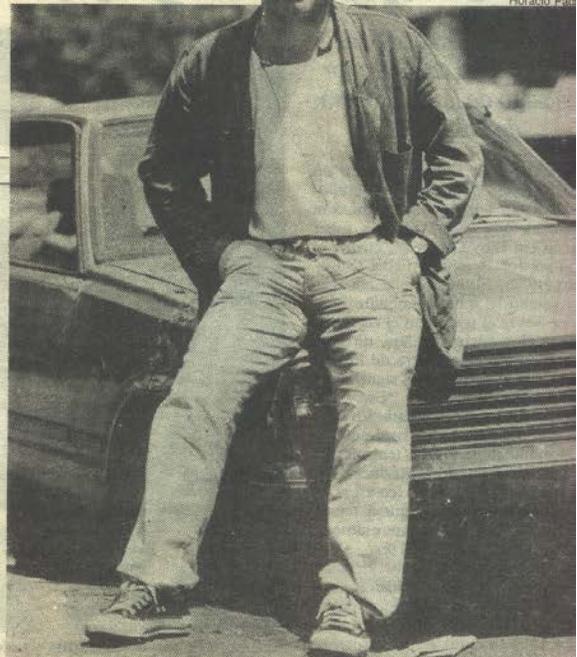
—Noooo... no podría decir eso. A mí también me llegó esa noticia sobre la marcha y hasta me pareció gracioso que Bangkok apareciera como adalid de la campaña contra el indulto. Hay gente mucho más importante que nosotros que también está en contra del indulto.

—¿Bangkok volverá con el mismo nombre a alguna otra radio?

—No sé... fue un nombre lindo.

—¿De quién es propiedad?

—Está registrado a medias entre nosotros y la Rock & Pop, pero supongo que no habría inconvenientes de arreglar el asunto y evitar las mezquindades. Recibí varias ofertas, pero ninguna para hacer "Radio Bangkok". Por eso no voy a dejar de reconocer que la Rock & Pop se jugó en su momento, al darnos semejante espacio de libertad. Me doy cuenta de todo esto ahora que me proponen hacer "algo más tranquilo".



Mir, sin trabajo y con vacaciones obligadas, pero en velero.

"Creo que la gente nos extraña y que la mañana se puso aburrida."

—¿Qué efectos creés que produjo "Radio Bangkok" en el medio?

—Nosotros logramos popularizar la FM, frente a quienes sostenían que la FM es sólo música. Esa es una norma que cae con el tiempo. Pero a mí me interesa más lo que Bangkok produjo en la gente, al enseñar a sonreír a pesar de la crisis. No fue una alegría tipo Portal sino con

autocrítica. Nosotros quisimos retratar a los personajes del país. Yo era un dictador, un maharajá autoritario. Transmitimos desde Tailandia para la Argentina, así como en la dictadura no quedaba otra que escuchar Radio Colonia para saber la verdad. La mezcla de dictadura y anarquía de Bangkok era como una síntesis del país.



Bangkok 2. Diario Página 12 el jueves 28 de setiembre de 1989.

La célebre en los 80 FMR (Rivadavia) que supo tener programas como "El tren fantasma" con Omar Cerasuolo, "Piedra libre" con Alberto Badía o "Entre nosotros" con Graciela Mancuso pasó a manos de Marcelo Tinelli y "empezó a sonar como radio Uno, que mantenía el código de conductores, rankings de música y oyentes que pedían temas telefónicamente"¹⁰⁵

Por otra parte Rock & Pop el material preproducido, las palabras están casi al mismo nivel de volumen que la música, en significación de que el rock es tan o más principal y potente que las palabras, donde el locutor debe elevar el nivel de voz. La radio tenía por las mañana un periodístico con Román Lejtman "Jaque mate" anteriormente llamado "Reporter", que iba de primera hora, con muy buenos resultados en cuanto audiencia, por el discurso que la emisora tenía con los oyentes, lo que quitaba esa imagen de cuco a un periodístico en la FM.

De todos modos las apuestas a programas temáticos, de contenidos, eran muy limitadas principalmente en las FM de locutores breves y música. Mucho más que informativos, elaborados discursivamente para jóvenes, no había. Tal es así que en Radio Uno, Ari Paluch era el único que se salía del estilo típico de la emisora, para hacer "La batidora" pero porque lo informativo daba resultados en cuanto a números en rating y la directiva lo dejaba trabajar. Incluso se trasladó al horario matinal. Luego pasaría a La Metro con otro nombre, lo tenía que cambiar, pasó a denominarse "El exprimidor". En tanto en la AM había programas como "El ventilador" con Jorge Guinzburg, Adolfo Castelo y Carlos Ulanovsky.

Sin embargo la AM seguía siendo la amplitud en la que el reportaje podía ser más largo, en la que el comentario podía extenderse, donde la editorial profundizaba y se tomaba sus varias pausas. La FM siempre tendió a ser más clíptica, musical y hasta frívola.

Son recurrentes las quejas y demandas públicas de que los grandes medios y las productoras más importantes presionan e influyen en los procesos de medición de rating, en detrimento de los más chicos o independientes, que son los mismos que efectúan dichos reclamos.

Los formatos de programas y estructuras varían acorde al público y horario del día en que se emiten¹⁰⁶. El programa informativo va generalmente en la franja matutina, desde la "primera hora" 6 de la mañana. Incluye noticias, flashes, entrevistas a protagonistas de temas centrales, tratamiento de tema del día, análisis, comentarios... El mapa radial se confecciona con ciclos como "Anticipos" con Eduardo Aliverti, "Magdalena tempranísimo" con Magdalena Ruíz Guiñazú, "Rompecabezas" con Jorge Lanata, "Puntos de vista" con Nelson Castro y os ya mencionados "La batidora" con Román Lejtman y "La batidora" con Ari Paluch

¹⁰⁵ "Radio: Lienzo sonoro." Sergio Armand. Editorial Grafo-K 2003

¹⁰⁶ "Radio: Lienzo sonoro." Sergio Armand. Editorial Grafo-K 2003

El magazine comienza a media mañana hasta el medio día. Incluye novedades informativas, flashes, informes especiales, humor, móviles, columnas: espectáculos, deportes, cultura,... "Tiempos modernos" con Jorge Jakobson y Oscar Gómez Castañón por Continental, "Hoy por hoy" con Néstor Ibarra por radio Mitre "RH Positivo" con Rolando Hangling.

Otro formato es el programa "del regreso" que trabaja con los temas que han salido de la agenda setting, que han sido importantes y ya no se tratan, en los que se busca adquirir un mayor grado de indagación en esos temas. Son programas como "Esto que pasa" con Pepe Eliashev, "De vuelta" con Carlos Varela.

Por su parte, los ciclos de entretenimiento y humor, con juegos, participación de los oyentes al aire, personajes, sketches, que eran la mayoría de la FM, muchos de Rock & Pop, que eran en buena parte también "programas musicales" con músicos invitados, entrevistas en vivo. Han sido clásicos "Enciclopedia del rock" o "Heavy Rock & Pop" Otro tipo de programas es el de conversación con el oyente, caso "Te escucho" con Luisa Delfino o "Rock & Sex" con Carla Ritrovato.

Los programas de noche eran más calmos, musicales, melódicos, casi siempre sociales, vinculantes, de compañía o culturales. "La hora 25" con Jorge Lanata era de entrevistas y voces de principales referentes de la cultura o "La venganza será terrible" con Alejandro Dolina, un programa de diván, intelectual, existencial. O lo que fue "Demasiado tarde para lágrimas" con Adolfo Castelo y Guillermo Stronatti, que combinaba humor, música, comentarios divagantes, personajes.

Lalo Mir dirigió FM "Del Plata" aunque los números del rating no lo acompañaron, una radio con propuestas disímiles en las diferentes horas del día. Hizo un programa que cada día se llamaba de un modo distinto: "Tutti frutti, Macedonia, El juguete rabioso, Cabeza de pescado y Radio Pirado". Trabajó mucho con Douglas Vinci, siempre fueron compañeros. Douglas empezó a dedicarse más a arte y a la pintura. Siempre fue un artista, divertido, el que cuando llegó a Bangkok empezó a aceitar el engranaje para darle ese giro de lío al programa.

Boby Flores hizo programas también con Douglas Vinci, de música en Municipal. Boby volvió a la Rock & Pop con un programa "Subí que te llevo" a las 6 de la tarde con Tuqui y la Turca Verónica Najmías. Tuqui quería que fuera delirante, de risa todo el tiempo, Boby prefería musicalizado. Después hizo "Levi's Midnight" con auspicio de Levi's donde se pasaba jazz. Para cambiar de emisora Flores pasó a Horizonte donde hizo "Algo con palmeras", Boby cuenta la anécdota en el libro "Cinta testigo" de Sergio Marchi. Él había sugerido "ponerle algo con palmeras"

y entonces le pusieron así, directamente "y todos celebraron" Luego hizo "Cuarenta flores y ningún balcón" hasta q volvió a la Rock & Pop.

También ahí "¿Cuál es?" sale con Mario Pergolini y Eduardo de la Puente. Un programa hecho con ideas que lleva cada uno día a día, cada uno prepara su tema y las reuniones de producción son minutos antes ubicarse frente a micrófono. Un programa como una charla de amigos en una mesa de café, o de vino, hablando de temas diarios, detalles rutinarios, como la apertura de los programas: la potencia de agua o no de la lluvia del baño; la confusión en la entrega de ropa de la lavandería o el beso del casamiento.

El operador participa de un rol importante, es un protagonista central en el cuidado de la forma, el ritmo del programa, además los operadores que trabajaron con Pergolini siempre tuvieron la palabra, haciendo personajes o pequeños aportes cómicos. Martín Codini, el operador, por ejemplo empezó a tirar música de Dyango, María Marta Serra Lima, cuando el chiste ya no daba más, y los conductores lo interrogaban al aire, frontales, justificó que estaba grabando unos casetitos para un salón de fiesta que tenía por las noches. Quedó como un personaje cómico. Lo defendían porque si podían poner Metálica, por qué él no iba a poder poner lo que le gustaba, y lo criticaban y se le burlaban y él seguía con su música.

El programa es uno de los precursores en trabajar con Internet. Cuenta Pergolini cuando se le pregunta, que la mayoría de los mails que le mandaban a la radio eran pornográficos. Un programa rebelde, frontal,

A pesar de las ideas generadas en la radio, los estilos se repiten hasta la saturación. Muchas veces los programas hechos por y para los jóvenes distan de tener propuestas innovadoras y se limitan a imitar las tendencias. Hay muchos jóvenes trabajando como locutores/conductores en las estaciones más comerciales de la radio, quienes conocen el lenguaje radiofónico pero no lo reconocen, la creatividad no vive siempre un buen momento.

Pareciera ser que en el contexto radial argentino los jóvenes en realidad no siempre saben qué hacer cuando están frente al micrófono, hay muchos interesados en participar activamente en la radio a modo de comunicadores, por ejemplo, pero no siempre tienen algo que decir.

Son argumentos que también pueden adaptarse a la situación de algunas emisoras en los 80, dada la poca originalidad, las propuestas débiles y vacías, los discursos imitados y pretenciosos, las propuestas pacatas y una excesiva musicalización, que se usa para tapar un "bache" creativo y profesional.

Son las principales características de los locutores, periodistas o "gente de hecho", gran parte de ellos jóvenes que actualmente trabajan en alguna estación de radio: **El oficio está devaluado.**

Eduardo de la Puente decía "Los 80 fue cuando se sentaron ciertas bases que permiten que hoy en día, a las 10 de la mañana, puedas hablar de gente pederasta cagándote de risa."¹⁰⁷ Porque si muchos programas tuvieran que volver tal como fueron, serían ingenuos, como Bangkok, su crítica y la rebeldía de sus integrantes serían excesivamente tímidos, "a lo que se dice hoy en la radio, seríamos unos nenes de pecho"¹⁰⁸ recuerda Douglas Vinci pensando en los 90 y en actualidad.

En los 80 fueron muchos los programas que permitieron dar cuenta de otro modo posible de hacer radio, de impregnar con esa libertad que se respiraba en la vuelta a la democracia el aire de la radio, sobre todo para dirigirse al oyente joven.

¹⁰⁷ Sergio Marchi, "Cinta Testigo." Editorial Sudamericana. Buenos Aires, Febrero 2002

¹⁰⁸ Sus citas, de entrevista realizada por los tesisistas

Conclusión

"Aquí Radio Bangkok" innovó en la década del 80 en cuanto al modo de trabajar la radio y marcó tendencia a lo que fueron los programas en los 90. Muchos conductores delante del micrófono, hablar con naturalidad, emplear el lenguaje, los modismos como en la casa, como en el barrio, como con los amigos. Pasar rock, ser rebeldes, hacer cosas disparatadas, fueron los ejes que crearon lazos con una audiencia de jóvenes principalmente.

Fue el programa que hizo principal énfasis en la producción y edición, rescatando para la comedia al radioteatro emitido en forma de sketch, que eran series como la Brigada ENTEL.

La rebeldía en la radio, la elasticidad de los límites, fastidieron a Grinbank que decidió terminar todo y volver a pasar sólo música. Años más tarde la FM Rock & Pop volvería a tener programas, pero ya muchos más recatados. Sin embargo las huellas de aquella anterior etapa la habría impreso un estilo desaforado, alocado, cómico, como Bangkok, que se repitió en otras radios durante los años 90.

Se cumplía como dicen los teóricos de la radio como Balsebre, María Martí, Haye, que la radio tiende a repetirse, a proponer voces y contenidos unívocos, discursos similares, tal vez por la lógica de rédito del negocio, lo cierto es que hubo todo un grupo de radios que tendía a parecerse a Bangkok, por eso hoy no sería novedoso si vuelve refinado y amoldado a los tiempos, porque ya se hizo, se hace y se explotó toda esa forma de hacer radio como en la Rock & Pop de los 80, como Bangkok concretamente.

En los mismos años 80, después de que empezara Bangkok, aparecieron ya otros programas similares en cuanto a características, que en la década siguiente y hasta hoy se fueron perfeccionando, amoldando al gusto de los jóvenes, en realizaciones más rápidas, dinámicas y entretenidas.

En los 90 sucedía que había programas hechos por y para los jóvenes y distaban de tener propuestas innovadoras, imitándose a sí mismos, siguiendo tendencias. Había, por un lado, muchos jóvenes trabajando como locutores en las emisoras más comerciales y otras que no lo eran tanto, que conocían el lenguaje radiofónico pero no lo reconocían, a veces más allá de lo que "venda" la creatividad no lograba el estallido que se hubiera deseado.

Muchas veces esos conductores no tenían nada que aportar, no tenían una identidad propia para sobreponer que fuera un discurso creativamente diferente a lo planteado en la década anterior. Era refinación de lo que ya se había hecho en los 80.

Son argumentos que también pueden adaptarse a la situación de algunas emisoras en los 80, dada la poca originalidad, propuestas débiles y vacías, discursos imitados y pretenciosos, poca cultura en general, falta de vocabulario y excesiva musicalización.

Eduardo de la Puente decía en "Cinta testigo" de Marchi *"Los 80 fue cuando se sentaron ciertas bases que permiten que hoy en día, a las 10 de la mañana, puedas hablar de gente pederasta cagándote de risa."*

Aquellos fueron programas que permitieron dar cuenta de otro modo posible de hacer radio, de descontractura frente al micrófono, de ruptura en cuanto a viejos modos de trabajar el aire, que marcaron un inicio que se fue perfeccionando y que no tiene fin.

Bibliografía

- "La radio de Siglo XXI." Nuevas Técnicas, 2000 Paidos, Ricardo Haye
- "Hacia una nueva radio." Ricardo Haye, Paidos, 2002, Buenos Aires.
- "Precisiones sobre la radio." Washintong Uranga y José María Pasquini Durán, Ediciones Paulinas.1988 Buenos aires Argentina.
- "Cinta Testigo." Sergio Marchi. Editorial Sudamericana. Febrero 2002
- "Periodismo actual." Nerio Tello. Ed Colihue 2000
- "Radio: Lienzo sonoro." Sergio Armand. Editorial Grafo-K 2003
- Denis Mc Qual, "Introducción a la teoría de comunicación de masas" México. Paidós 1989
- "Días de radio". Carlos Ulanovsky, Marta Merkin, Tijman Gabriela, José Paño, Espasa Calpe. Buenos Aires. 1995
- Nogue, Jorge, Radiodifusión en la Argentina, Bien común, Buenos Aires 1985.
- "Los géneros radiofónicos." Antología. Editorial Colihué 1995
- "Manual Urgente para radialistas apasionados." José Ignacio López Vigil
- "Días de Radio." Carlos Ulanovsky. Editorial Emecé 2004
- "La entrevista periodística." Halperin, Jorge; PAIDOS; Bs.As; 1995.
- "Clase sobre la entrevista." Giardinelli, Mempo UNLP; La Plata; 1991.
- "Qué hacer con la radio." Ricardo Horvath. Ediciones Letras Buenas 1994
- Armand Balsebre "El lenguaje radiofónico" Madrid. Editorial Cátedra 1994
- "Estética radiofónica" Rudolph Arnheim Editorial Gustavo Gilli. Barcelona. 1980
- "La trama secreta de la radiodifusión argentina." Ricardo Horvath. Ediciones Unidad
- "La Tribu, comunicación alternativa" Editorial La Tribu, 2000
- Kaplún, Mario, "Producción de Programas de Radio", Colección Intiyán, Ediciones CIESPAL
- Mariano Cebrián Herreros. "La información audiovisual". Madrid. Ediciones Forja, 1983
- Ortiz, Renato "Otro Territorio" Ensayo sobre el mundo contemporáneo. Colección Intersecciones. Unqui Buenos Aires 1996

- Heriberto Muraro. "Invasión cultural en América Latina" En Invasión cultural, economía y comunicación. Legasa. Buenos Aires. 1987
- "Breve Historia Contemporánea de la Argentina 2ª edición", Fondo De Cultura Económica, Enero 2001, Buenos Aires, Argentina.
- "Historia de la Argentina Contemporánea - de Peron a Kirchner", Marcos Novaro, Edhesa Febrero 2006
- "Historia Argentina Contemporánea", Miranda, Emilio y Colombo, Edgardo, Kapelusz
- "Argentinos 2 Siglo XX: Desde Yrigoyen Hasta la Caída de De la Rúa", Jorge Lanata. Ediciones B, Rústica Publicación: Abril 2003

• ENTREVISTAS PROPIAS

INTEGRANTES RADIO BANGKOK

Lalo Mir, Boby Flores, Douglas Vinci, Chino Chinén, Guillo García, Roby Kryegel

INFORMATIVAS

Jorge Guinzburg, Felipe Pigna, Adrián Korol, Tom Lupo, Alfredo Rosso, Jorge Dorio, Ricardo Horvath, Claudio Vivori, Ricardo Haye, Sergio Pujol, Raúl Barreiros, Sergio Armand, Claudio Morgado.

Bibliografía de archivo del Eje Contextual

- Revista Somos del 4 de julio de 1980
- Clarín – 10 de julio de 1983
- La Nación del 20 de marzo de 1984
- 12 de NOVIEMBRE 1984 LA RAZÓN
- LA RAZÓN DEL LUNES 22 DE JULIO DE 1985
- PUEBLO martes 10 de septiembre de 1985
- EL INDEPENDIENTE, DE LA RIOJA DEL 1 FEBRERO 1987
- PÁGINA 12 - 5 DE AGOSTO 1987
- DIARIO POPULAR 21 MAYO 1987

- revista "Noticias" del año '87
- PÁGINA 12 26 JUN 1987
- LA PRENSA DEL 18 DE MARZO DE 1988
- 28 DE OCTUBRE DE 1988 EL CRONISTA COMERCIAL
- "La Nación" del 22 de julio de 1988
- "La Nación del día 26 de julio de 1988
- "Diario Popular" del 30 de octubre de 1988
- "La nación" del 10 de marzo de 1988
- DIARIO POPULAR 4 DE AGOSTO 1988
- ÁMBITO FINANCIERO 3 MAYO 1988
- CLARÍN DEL 13 DE MAYO DE 1988
- PÁGINA 12 DEL 27 MAYO 1988
- PÁGINA 12 - 8 JULIO 1988
- PÁGINA 12 - 21 DE ABRIL 1988
- 10 MARZO 1988 LA NACIÓN
- EL 3 DE ABRIL DE 1989 el diario LOS ANDES de Mendoza
- REVISTA TRAMPAS: La historieta
- Informe en Revista Crisis, 25 de Agosto de 1989, Buenos Aires.
- DIARIO POPULAR 12 DE MARZO 1989

Bibliografía de archivo del Eje Radio

- Tiempo Argentino - 20 de septiembre de 1985
- La Nación - 16 de junio de 1985
- La Razón – 2 de enero de 1986
- La Razón – 12 de marzo de 1986
- Clarín – 14 de marzo de 1986
- La Nación – 2 de noviembre de 1986
- La Razón – 4 de agosto de 1987
- Ámbito Financiero – 14 de agosto de 1987
- Página 12 – 22 de noviembre de 1987
- Página 12 – 31 de diciembre de 1987

- Página 12 – 30 de abril de 1988
- Página 12 – 2 de junio de 1988
- Humor – junio de 1988
- Tiempo Argentino – 20 de septiembre de 1988
- La Razón – 2 de octubre de 1988
- El cronista comercial – 18 de octubre de 1988
- Página 12 – 17 de noviembre de 1989
- La Nación – 28 de noviembre de 1989

Material de Internet

Datos contextuales sobre la radio:

- "Visión XX" Breve Historia de la radiofonía Argentina llegando hasta el surgimiento y apogeo de la FM.

www.oni.escuelas.edu.ar/olimpi99/vision20/radio.htm

- Análisis del rol de los diferentes medios de comunicación, en especial la radio, en distintos países del mundo.

www.sanmarcos.org.ar/.../sectores/polimodal/proyectos/PFI2001/Manipulacion%20mediatica/manipul.htm

- Historia del medio surgido dentro de la década del 80. Caracterización de la situación mediática y legal existente.

www.fmpalermo.com.ar

- EL RADIOTEATRO EN ROSARIO. DORADOS DÍAS DE RADIO

www.megafon.dialogica.com.ar/blog/archives/000021.html

- Radioteatro: La máquina de capturar fantasmas. JORGE B. RIVERA

www.revistacontratiempo.com.ar/rivera.htm

- Radios libres: la historia alternativa, Fuente: Agencia ConoSur
Autor: Ricardo González.

www.proyectoconosur.com.ar/Noticias/NoticiaMuestra.asp?Id=1698

- Blog De Lalo Mir.

<http://weblogs.clarin.com/lalomir/>

Material teórico sobre la radio:

- Ponencia de Elsa Moreno sobre los diferentes estilos de Radio Existentes en Europa.

www.unav.es/fcom/jornadas2000/Ponencias/Ponencia%20Elsa%20Moreno%20Final%20.htm

- Artículo sobre la Programación Juvenil en Radio a cargo del periodista Eli José Bravo Raidi

www.elibravo.com/lenguaje.html

- La radio que se produce en Colombia, Análisis de formatos, géneros y estilos, **Juan Fernando Muñoz Uribe.**

<http://www.saladeprensa.org/art536.htm>

- La radio comercial, La **radio** en la educación.

<http://cerezo.pntic.mec.es/~lalvar14/ec4aiv-12.htm>

- **Radio** Comunitaria ¿El nuevo camuflaje de la alienación? **Un enfoque local**, Jhon Fredy Nagles Soto Periodista Comunitario Juventud Radial Comunitaria – JURACO Neiva - Huila

http://www.planetapaz.org/comunicacion/comunitaria/Radio/nuevo_camufalje.htm

- La programación juvenil: ¿desfiguración del lenguaje?, Eli José Bravo Raidi, Venezuela, en Congreso Virtual Cervantes.

<http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/radio/ponencias/elibravo.htm>

- **FICHA: Radio FEUU**, Del libro Las Otras Radios, Alfredo Bouissa, Eduardo Curuchet y Oscar Orcajo, Editorial Nordan-Comunidad, 1998.

www.lateja.org.uy/elpuente/lasotrasradios/otrasfeuu.html

- Publicación digital "Comunicación y Sociedad". Universidad de Navarra, Facultad de Comunicación, España.

<http://www.unav.es/cys/xiv1/rkeith.htm>

Entrevistas a Realizadores de Radio Bangkok:

- ENTREVISTA CON LALO MIR, "Uno termina siendo una caricatura"

<http://www.revistalgn.com.ar/Entrevistas/lalo2.htm>

- Entrevista a Bobby Flores, "Flores para tus oídos".

http://www.losandes.com.ar/2005/0523/Especiales/Joven/nota147525_1.htm

- Los tres kamikazes atacan de nuevo.

www.pagina12.com.ar

- Un homenaje a los operadores de radio, la **historia también se oye**

<http://www.pagina12.com.ar/2000/00-08/00-08-29/pag27.htm>