

Radios universitarias: modelo para armar

Mary Esther Gardella

Un posible abordaje: desde dónde “mirar” la radio universitaria

La comunicación viene siendo desde hace tiempo pensada y re-pensada a partir de los cambios inscriptos como otras formas de hacer y utilizar la comunicación. Impulsada por las políticas públicas de empoderamiento de la comunicación que se dieron en nuestro país a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual¹ y su previa construcción social organizativa, fue posible la producción y recepción de mensajes necesarios y pertinentes para la construcción de sentidos propios, de identidades que marquen diferencias y establezcan distinciones.

Como práctica y ejercicio básico de interlocución y construcción de sentidos para comprender las relaciones sociales, se presenta así la necesidad de pensar una comunicación útil para el reconocimiento político de los seres humanos; esto supone que la diversidad, diferencias, distinciones y el conflicto agonístico en términos de Mouffe² (2015) son las condiciones democráticas por excelencia a considerar.

Esta posibilidad de reconocimiento político de los demás tiene sentido en tanto el sujeto con su historicidad y dinámica social, comprende precisamente el sentido de los hechos sociales que le permite construirse entre los otros, con sus saberes y desde sus haceres, como la experiencia de la sociedad en su totalidad.

1 La suspensión de Ley 22522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, fue uno de los primeros actos de gobierno del presidente Mauricio Macri.

2 Para Chantal Mouffe, no hay pluralismo por fuera de la aceptación del conflicto.

Como la mediadora de sentido, la cultura se presenta así como la dinamizadora de todo proceso de aprendizaje en donde la comunicación supone diálogo y confrontación... para configurarse colectivamente. Proceso que supone pensar a la comunicación como un dispositivo ella misma, en tanto crea las condiciones de posibilidad de la construcción de sujetos políticos y críticos. Cuestiones no menores al hablar de radios universitarias en tanto instituciones con anclaje tanto en lo radiofónico como en lo universitario en los que la categoría de sujeto es pensada como un sujeto instituido desde un contexto social de diferencias y pluralidades.

Ese contexto social de diferencias y pluralidades también lo constituye la radio universitaria al poner en público el diálogo y el conflicto como estamentos que no debilitan el entendimiento público, sino todo lo contrario, lo fortalecen. Esto es así porque la comunicación, una comunicación para el cambio social que es la perspectiva desde donde trabajan las radios universitarias, supone una comunicación para la interacción de sujetos políticos que supone instituirse en lo público como ese sujeto distinto y único pero entre iguales. Es decir, pensar una comunicación que desde el lenguaje y el diálogo restablece el reconocimiento político entre los sujetos.

En las radios universitarias, esta categoría es uno de sus principales objetivos en tanto insiste en que los aportes, reclamos o quejas que como ciudadanos tienen sus oyentes, no deben quedar sólo en eso, sino que deben justificar y dar las razones de sus reclamos, posiciones y creencias que como sujetos políticos tienen la obligación de esgrimir.

Las radios universitarias son así ese espacio de producción de sentidos en el ámbito de la vida cotidiana y en la trama socio-cultural de una comunidad. Producción de sentidos que construye oyentes-sujetos políticos y sitúa a la radio universitaria como el centro de luchas, tensiones, conflictos y oposiciones, pero también de negociaciones, integraciones, acuerdos y fusiones en relación a tres dimensiones que la instituyen:

- ⇒ la dimensión político-cultural de la comunidad en la que está inserta,
- ⇒ la dimensión político-cultural de la universidad de la cual surge,
- ⇒ la dimensión político-cultural de la concepción de lo radiofónico a la que responde.

Estas tres dimensiones no son estancas y separadas, sino por el contrario, se entraman, potencian, enredan y arman, en virtud de los contextos y del proyecto comunicacional de la radio. En el libro sobre Radios Universitarias de la Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas (ARUNA) establecimos que

La universidad tiene mucho por decir y por hacer no sólo desde el rol clave como actor socio-político en la democratización de la comunicación, sino también la validación de saberes que no surgen de su propio seno. Tanto una como otra situación ameritan ser pensadas como un campo de gestación de reflexiones y acciones orientadas a cuestionar las relaciones vigentes e impugnaciones; hay otras interpretaciones que disputan, cuestionan, ponen en interdicción las narrativas hegemónicas.

Si la universidad se erige así en este actor socio-político-cultural de presencia significativa para el horizonte de crecimiento de la comunidad donde se inserta, ¿qué rol le asigna y qué lugar ocupa la radio, “su radio”, en tanto institución claramente definida en virtud de pertenecer y surgir desde su propio seno? ¿Cuál es el proyecto político comunicacional desde el que se instituye esa radio como radio universitaria?³

La radio no sólo forma parte de la cultura de una comunidad sino que la constituye en tanto es una manera leer y escribir la cultura, al decir de Mata (1998), un estilo de vida, una forma de percibir la cultura, el corazón de la sociabilidad generando cierta proximidad

3 (Gardella, Villamayor, 2015).

emotiva y social capaz de hacer compartir y alternar hábitos culturales y habilidades técnicas puesto que como medio se ha involucrado no sólo en transformaciones internas sino también con los procesos técnicos y comunicativos generales y globales (Cebrián Herreros 2001).⁴

La conversación radiofónica/la audiencia radiofónica

La inmediatez e instantaneidad, el poder de sugestión y más allá del soporte,⁵ la sensación de permanente compañía, caracterizan la interacción radiofónica. Pero toda interacción radiofónica es configurada desde múltiples dimensiones que instituyen al proyecto político comunicacionales. Esa interacción es sostenida por la conversación radiofónica que hace a lo especificidad de lo radiofónico.

¿Cómo se habla en la conversación radiofónica? ¿De qué manera esa conversación se configura en la radio universitaria en la medida en que hay temas que se introducen, mantienen o interrumpen, hay turnos de habla que se organizan para el flujo conversacional de los participantes? Preguntas que habilitan otras relacionadas al rol de la radio como mediadora en la configuración de la identidad de los sujetos, en tanto quienes intervienen en esa situación comunicativa se reconocen a sí mismos y reconocen a los otros como participantes de la misma situación comunicativa.

Todo esto sin descuidar que esos interlocutores juegan un rol social-cultural que tiene relevancia en la conversación radiofónica porque, a su vez, dialécticamente, constituyen ese rol. Es decir: no hay conversación radiofónica por fuera de la audiencia que, a su

4 Cebrián Herreros apunta a que la convergencia externa y diversificación interna han exigido a la radio una recomposición en las estrategias de programación, producción, comercialización, organización teniendo como soporte las posibilidades de las telecomunicaciones tradiciones y los tratamientos informáticos.

5 Un interesante aporte sobre las particularidades del soporte lo hace Jorge Arabito para quien la radio está determinada entre otras cuestiones por el soporte funcional de la tecnología que la hace posible (2015).

vez, constituye esa conversación. El tema sería ¿cómo se integra a lo radiofónico ese despliegue conversacional que puede encontrarse en otros ámbitos de la vida social y discursiva?

Fernández plantea que son dos los procedimientos: el rigor en el cumplimiento de los turnos de conversación, que si bien son propios de la interacción cara a cara, en la radio se cumplen siempre conflictivamente —no se dicen oraciones demasiado largas, no se pisan los participantes, aun en la discusión, entre otras—; y la reintegración al discurso radiofónico como es la presencia constante de la edición de sonido, adjuntando, en paradigma, la presencia de ese respaldo institucional que controla, aunque sea parcialmente, la textualidad.⁶

De allí que sea importante para la radio universitaria, desde su fuerte marca de institucionalidad, desarrollar y crear las condiciones de posibilidad para la capacidad de dejarse atravesar, de ser permeable a la versatilidad del lenguaje de su audiencia que son las condiciones desde donde se producen programas, se deciden formatos, se hibrida géneros; se construyen otras formas de pensar, de hacer y de sentir radio.

Una de las formas que toma la conversación radiofónica es la programación que vincula y establece el contrato entre la radio y sus oyentes. En el caso de las radios universitarias es posible constatar que el eje predominante de ese contrato que toma forma de programación, es lo informativo.

Esta impronta construye un estilo particular donde las noticias, no importa su carácter, son consideradas un servicio a la comunidad: como esa obligación y compromiso de la emisora universitaria de brindar información y facilitar los temas de actualidad a su audiencia.

Largas conversaciones sin interrupciones ni preguntas a destiempo, conductores que articulan y regulan los móviles como única entrada disruptiva de la conversación entre los mismos, sueles ser algunas de sus características presenciales. Así como también palabras y frases altamente convencionalizadas para el tono formal, con temá-

6 (Fernández, 2012).

ticas donde no abunda lo coloquial sino la información más general que parten de los boletines informativos cada media hora. En una palabra: sobriedad tanto en el vivo como en el grabado. Esta especie de retórica reguladora y articuladora, resulta de una suerte de capital simbólico en la pugna por ocupar el espacio público. Capital en pugna que excede a la radio puesto que lo juega con ella y desde ella, la misma universidad. Y lo hace fundamentalmente con sus contenidos informativos, que van más allá de la impronta de actualidad.

Es sabido que en los discursos radiofónicos adquiere gran importancia el contexto a la hora de ordenar los contenidos de la emisión radiofónica. Éstos no se ordenan al estilo de la prensa escrita respecto de la novedad o de lo noticioso, sino en relación con bloques temporales más amplios que no necesariamente varían de un día para otro. La caducidad semántica de un mensaje radiofónico depende la vigencia del interés de los oyentes (Moragas 1980). Por lo tanto sus contenidos no varían aunque lo haga el contexto de emisión. Esta particularidad toma dimensiones significantes en la radio universitaria porque prevalece el análisis y la reflexión por encima de la actualidad del hecho. Esta particularidad adquiere importancia vital ante la liviandad con la que se abordan algunos temas en otras radios, y coloca a las radios universitarias en ese lugar del deber ser necesario para la memoria, historia e identidad de una comunidad.⁷ Otras veces, muy por encima de considerar si el interés de los oyentes se mantiene activo, abordan temas propios de las lógicas y ritmos de política universitaria por ejemplo,

7 En su práctica docente, una residente invitó al hijo del genocida Antonio Bussi a una charla con los estudiantes de una escuela de nivel medio de la ciudad de Concepción, al sur de la provincia de Tucumán. Ante el repudio de organismos de derechos humanos y de la propia Secretaría de Derechos Humanos de la provincia, la residente explicó que quería construir opinión en sus alumnos, bridándoles todas las "campanas" existentes. Radio Universidad Tucumán fue uno de los pocos medios que aportaron análisis crítico, argumentos, historia y memoria para desarmar la falacia de la residente, sin descuidar el lenguaje radiofónico ni la audiencia que construye y desde la que se instituye.

que suelen tratarse en extensión, más allá de una audiencia poco empapada de estos temas.

Otra particularidad de la conversación radiofónica en la radio universitaria está en relación con cómo se cumplen los roles que exceden la mera pertinencia profesional. En ese sentido es de notoria significancia el rol del locutor o de quien conduce los programas. Si bien en toda radio este rol está marcado por el afán de mantener la conversación radiofónica y hacer que esa conversación no decaiga y se mantenga, más allá de los géneros y formatos que van entrando a la programación, en la radio universitaria presenta algunas particularidades. No es, por cierto, el locutor alegre y dicharachero de la radio comercial y aun de la radio comunitaria; su rol se construye desde la seriedad del deber a cumplir, de la responsabilidad que asume al informar, de la obligación que siente a opinar o decir algo sobre lo que considera que debe hacerlo. El sujeto comunicante cumple así un rol decidor en las representaciones que configura en la percepción de los oyentes. En el caso de radios comerciales estos contenidos tienden a estandarizarse con un locutor o conductor que relativiza y no profundiza temáticas porque quiere provocar sensación de estabilidad y equilibrio. En las radios universitarias existe interés por categorías que son propuestas para pensar y reflexionar como los derechos y deberes ciudadanos, la honestidad de las personas, el llamado “bien común”. En ambos casos, opera en los oyentes un sentimiento de credibilidad y simpatía (Cebrián 1995).

Por lo mismo, la conversación radiofónica que incluye cierto grado de improvisación, no supone en el caso de radios universitarias variaciones informales que supongan incorrecciones lingüísticas; se constatan estructuras lingüísticas propias del lenguaje coloquial como repeticiones, muletillas, palabras comodines pero que no afectan el lenguaje culto y educado de quienes son sus interlocutores.

Sin embargo, como el discurso oral como acción entre individuos, se manifiesta en lo radiofónico como ese sujeto comunicante que pone en escena a un enunciador que, a su vez, constituye un destinatario y como ese destinatario ha sido creado, a través de una

imagen, por el propio enunciador, en la medida en que coincida esa imagen con lo que proyecta el otro el acto de comunicación habrá tenido éxito. Entonces, ¿cómo y de qué manera se produce este acto en la radio universitaria?

Las audiencias no consumen radio, ni ningún medio, eligiendo entre las mejores opciones, sino que buscan espacios dónde sentirse representados o interpelados desde ciertas formas políticas, culturales, estéticas de entender el acontecer cotidiano. Este camino la radio fue la primera en iniciarlo, ya que el lenguaje radiofónico, de gran proximidad al diálogo cara a cara y al lenguaje coloquial no escrito, supone construcción emotiva que se da por la identificación del oyente con el locutor o conductores. Pero ese oyente que le gusta oír y escuchar, ahora más le gusta ser oído y ser escuchado. Por eso el locutor o conductor trasciende con su intervención mediática la dimensión personal para convertirse en símbolo. Contribuye a convertir los actos individuales en hechos sociales; sin saberlo conscientemente, apela a la construcción de retóricas, juegos con la palabra y las imágenes visuales y auditivas, recrea situaciones de forma exagerada para que el oyente se sitúe en ellas y se identifique.

Ahora bien, hay identificación porque hay proximidad sensorial; la voz se convierte en un signo de la expresión humana y se le habla a un oyente concreto, no a una audiencia. Sin embargo, la radio universitaria insiste en hablar para una audiencia en general y no a un oyente concreto. Los indicadores de la proximidad emotiva y social de la radio están dadas por el predominio de lo verbal o vocal, el rigor de la dicción, el grado de formalización del lenguaje, los aspectos del ritmo, la prosodia y silencios, los formatos fónicos, el forzamiento del tono y timbre, el respeto de los turnos de intervención, la riqueza de la información fonoestésica, la creación de empatía, el derecho de comentar o criticar.⁸ Cuestiones todas que no tienen que ver precisamente con los contenidos, que pareciera

8 (Durante Rincón, Pineda de Alcázar, Prieto de Ramos 2005).

constituir la mayor preocupación de la radio universitaria al auto erigirse como fuente del saber y el entendimiento.

De todas maneras, no se exige del diálogo que establece la conversación radiofónica con las particularidades propias del contexto radiofónico: hay programas que comienzan y terminan, hay géneros que instalan a la palabra de una u otra manera, hay roles profesionales. Pero, sobre todo, se trata siempre de que no falte esa palabra pública, que es la palabra a ser construida y conquistada, atrapada radiofónicamente para hacerla volar hacia el aire y desde allí descubrir otros pensares y decires colectivos. Esta mediación ubica a la radio en un lugar privilegiado en la vida de las personas. Vida cada vez más complejizada y conflictiva en tiempos donde la comunicación ha dejado de ser una cuestión de medios y de mediaciones, ya que articula dinámicas culturales y procesos sociales que atraviesan a toda la sociedad. En esa articulación, la radio universitaria es claramente un actor político-socio-cultural que se instituye no sólo desde la comunicación, sino también desde los saberes que por fuera de la academia construyen sus oyentes.

Como campo de interacción, desde la perspectiva de Bourdieu, la radio construye audiencias; configuradas por sujetos que llevan a cabo propósitos y tienen objetivos de diversos tipos, es posible pensarlos como sujetos sociales unidos por un ámbito de significaciones como es la radio, que adquiere sentido en un contexto situacional determinado. La interacción en el proceso comunicativo entre la lógica de la oferta programática y los usos sociales de los productos comunicativos, está mediada por el tipo de programa, pues en ese lugar hay un modo particular de reconocerse del sujeto ante sí mismo y ante los demás. La programación radiofónica ha de ser un espacio propicio para convertirse en dispositivo que permite que una audiencia se transforme en público al construir sentido crítico.

¿Cualquier programación es propicia para esta operación? Ricardo Haye interpela en cada congreso, jornada o escrito que lo convoca acerca de la importancia de programaciones que no descuiden la estética radiofónica

La radio necesita diversificar sus estructuras de producción, agregando formas nuevas a un repertorio estilístico demasiado acotado. Es preciso que asuma el riesgo de las audacias expresivas, que confíe más en el potente efecto evocador de los sonidos. Su alta capacidad icónica y la referencialidad que pueden alcanzar en la imaginación de los oyentes no permiten explicarse sencillamente por qué la radio no ofrece paisajes sonoros.⁹

Compartiendo que la radio es exponente de la cultura de la cual forma parte y configura, como dice Mata, es importante pensar en las audiencias como los sujetos activos ubicados socio-culturalmente como sujetos históricos con sus propias experiencias y vivencias, que forman parte y configuran una comunidad emocional e interpretativa. Habría que insistir en los dos términos: emocional e interpretativa para dar cuenta del excesivo matiz racional con que muchas veces interpela a su audiencia la radio universitaria.

Esta racionalidad desconoce que dada su particularidad sonora y la capacidad para generar imágenes sonoras/sensoriales, la radio crea un vínculo especial pues permite valorar y rescatar la importancia de lo afectivo y sentimental, la esperanza, la fantasía. ¿Por qué tendrían que estar por fuera de la radio universitaria los sueños, el placer de vivir, la alegría de las pequeñas cosas, la vivencia de los logros cotidianos? ¿Por qué tendrían que estar por fuera la creatividad no solamente que el lenguaje radiofónico propicia, sino que es una respuesta frente a los problemas, desafíos y oportunidades en tanto se puede relacionar a la originalidad con lo útil, lo valioso y lo pertinente.¹⁰

Para Alfaro (1990) la radio genera tres tipos de mediaciones: personales, sociales y políticas. Quienes la escuchan, se constituyen en

9 Sensibilidad, inteligencia e imaginación es lo que dice Haye hay que producir en la conversación radiofónica (2015).

10 Para López Pérez (1995) de la Universidad Central de Chile, la creatividad tiene una dimensión social, otra subjetiva y también una dimensión cultural, que es la que permite especificar el contenido del fenómeno creativo.

personas sociales y políticas a través del diálogo en su vida cotidiana personal y su relación con los demás, a partir de una escucha radiofónica que le permite construir un “nosotros” como colectivo social y político. Ese colectivo de identificación en la radio universitaria no queda claro si es un “nosotros los universitarios” o un “nosotros los oyentes de radio universidad” que los incluye y sostiene.

Las experiencias cotidianas y si se quiere, personales, que son dejadas de lado en la radio universitaria, son puestas en la radio como “medio que media” en el saber colectivo del nosotros por lo que adquiere otra impronta que genera solidaridades, identificaciones, reconocimientos, diálogos, debates, consensos que permiten emprender acciones comunes de desarrollo social y transformación social.

Estas experiencias cotidianas no siempre están presentes en la radio universitaria y cuando lo hacen, los tonos y matices, inflexiones y ritmos radiofónicos propios del decir del saber, generan distancias, ajenidades, des-involucramientos, valoraciones menores en relación con otros tópicos que se abordan desde el saber-saber.

A través de la radio se producen procesos comunicacionales que definen identidades culturales y relaciones sociales y hasta políticas (Camacho 2001). Estos procesos suponen, en las radios universitarias, la gestación del reconocimiento de una identidad desde diversas dimensiones o ámbitos comunicativos complementarios que tienen que ver con roles de locutores-conductores o de ofertas de la programación, más que con particularidades del proyecto comunicacional-político que la sustenta. Por lo mismo, estas relaciones de construcción de audiencia están configuradas por la relación de los conductores con sus respectivas audiencias y toda apropiación que ésta hace de una determinada situación comunicativa lo hace desde esa relación “personalizada” si se quiere.

Parecería una obviedad pero se hace necesario insistir en la particularidad de la radio como el medio más cercano al modo en que las personas establecen las relaciones afectivas en la conversación de la vida cotidiana, aunque su discurso no sea más que una construcción textual discursiva mecánica y que la oralidad de la radio recrea

la instancia conversacional cara a cara. Se genera un momento que a juicio de los oyentes, parece de cercanía, de credibilidad. Se sienten protagonistas de los hechos. Los oyentes hacen suya la comunicación radiofónica en su contacto diario.

Pero esa proximidad emotiva en la radio no viene dada como lo hacía antes por la identificación del oyente con el conductor o con una determinada emisora que lo mantiene agradablemente acompañado durante sus actividades de rutina. No lo es porque los propios términos de identidad y comunidad van cambiando como construcciones histórico-culturales situadas. Y porque además como dice Bosetti

Las generaciones actuales son testigos y partícipes de un profundo proceso transformador en el cual todos los valores de la cultura, en su acepción más amplia, están sujetos a revisión, a cuestionamientos y oportunas re semantizaciones. Los nuevos instrumentos científicos y tecnológicos están imponiendo profundos cambios estructurales en la composición de la sociedad, en el rol del Estado y en los contenidos de la justicia y de la libertad, en las funciones y los alcances de la educación y seguramente, de la universidad.¹¹

No se trata, por tanto, de gustos diferenciadores que segmentan programaciones u ofertas programáticas. De hecho la radio universitaria no puede construir segmentos de audiencia pensando en pertenencia universitaria. Estas segmentaciones muchas veces naturalizan dependencias, *enclasan* a grupos y personas, categorizan y condicionan la escucha, de manera que se refuerza el concepto de que las cosas son como son en cuanto al orden social que se reproduce y que, por lo tanto, se espera controlar y disciplinar.

11 (Bosetti, 2015).

Lo radiofónico y el oyente a construir

La radio no sólo está viva sino que tiene plena vigencia. Y José Luis Fernández aporta otra mirada a esa presencia cuando dice que

esa presencia social de la radio, no justificable por ningún peso coyuntural, sólo puede deberse a una profunda ligazón con la vida social con la que se articula. Y no debe confundirse esa ligazón con la habitual nostalgia que genera el recuerdo de su existencia, los recursos a la imaginación por la falta de imagen o las diferencias superficiales con otros medios (por ejemplo la inmediatez y rapidez de la presencia de la radio frente a eventos noticiables, está francamente en competencia, en la actualidad con la televisión).¹²

En esa ligazón con la vida social con la que se articula, la audiencia es un elemento que desvela a productores, conductores y hacedores de radio en tanto no se trata de alguna cuestión de capturarla o ganarla, sino de situarla en relación con el proyecto político comunicacional de la radio. Cuestión que excede ampliamente a la limitación que supone el carecer de imágenes que no sean auditivas y a la potencialidad creadora que esto mismo supone. El tema es la presencia de la radio en la vida diaria de una comunidad y de quienes integran esa comunidad. Al configurar audiencia, surgen las preguntas que obligadamente hay que hacerse: qué es estrictamente escuchar radio; quienes son los que la oyen y quienes la escuchan; qué tiempo se la escucha; pero sobre todo, qué se escucha y como procesa la audiencia lo escuchado. Estas cuestiones permiten distinguir la escucha atenta de la escucha distraída en tanto la primera es la que tiene intención de escuchar y, por lo tanto, entiende y comprende lo escuchado, no así aquella que es oscilante y no registra

12 (Fernández, 2012).

por lo tanto del mismo modo lo que escucha.¹³ Particularidades que hacen a la intimidad de la radio, a la pasividad placentera de la escucha y el efecto de compañía que genera mientras se realizan otras tareas. Para Fernández, y desde el abordaje discursivo que lo caracteriza para el estudio de la radio,

El oyente es construido en el cruce de dos dimensiones disímiles: la de la individualidad de la voz (pero también de la ejecución de un instrumento musical y la de un momento por definición irrepitable al estar *en directo*) y la de una socialidad genérica (tal vez, más que genérica, generalizante) que parece resumir un cierto momento de la cultura en la que se desarrolla la emisora que, con frecuencia pero no siempre, suele ser la del oyente.¹⁴

Desde otro lugar y entendiendo que no se construye audiencia sin programación y que ésta, como diálogo y conversación, responde al proyecto político-comunicacional de la radio, Diego Ibarra señala que las variables que conforman las preguntas en relación con la audiencia a construir, y muy especialmente en las radios universitarias, tienen que ver con:¹⁵

⇒ El contexto social en tanto instituciones y organizaciones que lo conforman y con las cuales la universidad trabaja en

13 Para Fernández, hay mucha más radio de la que se escucha y entre la radio que se escucha, sólo hay un segmento que entrando a la recepción voluntariamente o no voluntariamente, una vez que está en contacto, está también en condiciones de acumular memoria como para ser objetivo de investigación. Cuestiones imprescindibles de tener en cuenta para toda investigación sobre la audiencia radiofónica.

14 Se pregunta Fernández ¿Cuál es la clave *material* de lo discursivo radiofónico? Eso que se instala en ese abismo, sin resolución posible pero íntimamente integrado a la vida cotidiana, entre la extrema socialidad y la extrema individualidad.

15 En "Criterios para organizar la programación de una radio universitaria" (2015), Ibarra ressignifica las preguntas sobre la cuestión del material de la Escuela Jaime Bauzate y Meza de Perú.

proyectos de extensión. Esos proyectos, ¿configuran la audiencia de la radio universitaria?

⇒ El contexto cultural en tanto prácticas culturales y formas organizacionales que configuran costumbres y hábitos de relación. Esas prácticas, ¿configuran también la audiencia de la radio universitaria?

⇒ El contexto político de políticas públicas en tanto propiciadoras o inmovilizadoras de propuestas de comunicación que conforman las diversas formas comunicacionales de la universidad. Esas formas, ¿configuran la audiencia de la radio universitaria?

⇒ El contexto mediático en tanto emisoras, profesionales, roles pre establecidos, estilos de comunicación que conforman los recursos humanos, técnicos, económicos de la comunidad. Esos recursos, ¿configuran dispositivos de audiencia de la radio universitaria?¹⁶

Más directa, María Cristina Mata coloca en un lugar concreto a la radio universitaria para pensar en su futuro y en una audiencia que sostenga y dé sentido a ese futuro:

Nuestros medios universitarios tendrían que tener otras instancias, además de la propia universidad. Convertirse en canales mediadores entre las necesidades de información. Esto es, para actuar en el espacio público reivindicando derechos, elaborando propuestas, etc. Las organizaciones sociales, los movimientos, obviamente los individuos también, todos estos grupos necesitan información. Por ejemplo, existen movimientos sociales que luchan en contra de la contaminación del territorio, los que luchan por la posesión de sus tierras, las mujeres que luchan por sus derechos, entre otro gran número de casos donde

16 Trabajos como *Historias de aire. Hacia una radio que sea fiesta de los sentidos*, de Víctor Fleitas y editado por EDUNER, son de un gran aporte en tanto reseña las radios AM de Entre Ríos como patrimonio social compartido de la provincia.

se hace evidente que la posesión de información cualificada es una herramienta de lucha. En las universidades tenemos equipos de investigación, cátedras, laboratorios, departamentos que procesan información cualificada en temas importantísimos sobre ambiente, los bosques, el agua, la alimentación. ¿Cómo ponemos en relación aquellos que necesitan información con los que tienen, no para divulgar la ciencia, sino para que esa información pueda ser apropiada por quien necesita, o para que quienes la necesitan puedan demandarle a los investigadores que se estudie? Bueno, creo que nuestras radios y nuestros canales de televisión podrían generar toda esta novedad. Incluso, eso da para formatos bien interesantes de programas. Hacer interactuar al que necesite información con el que la tiene. Es necesario ponerse a pensar e intentar y es lo que me parece que, a veces, no se hace.¹⁷

Para seguir reflexionando

El proceso a que dio lugar la ley 26522 en la construcción de un nuevo paradigma para pensar la comunicación desde el derecho inalienable de la constitución de nuevos sujetos políticos, supuso reflexionar sobre las radios universitarias como actores socio-político-culturales con capacidad de incidencia y de disputar audiencia. Desde la Asociación de Radios de Universidades Nacionales se impulsaron políticas en clave de redes de capacitación e intercambios de experiencias y visiones, pero también de acciones de visibilización, promoción y producción de las diferentes radios universitarias, ya que como lo expresara Aldo Rotman¹⁸

El nuevo escenario nos exige repasar los marcos teóricos, las reglas básicas de construcción de los mensajes y los procesos de circulación. En la

17 La cita larga lo vale en tanto es una respuesta personal solicitada por el equipo de producción de Mario Giorgi para *La radio universitaria* (2015).

18 Docente de la UNER, presidente de ARUNA (Rotman, 2015).

actualidad convive la radio tradicional con una nueva radio cuyo contenido no es fugaz, que se puede escuchar y ver en cualquier momento con la posibilidad de circular de manera simultánea por una variedad de soportes como redes sociales, repositorios de contenido y sitios web, además de las transmisiones de amplitud y frecuencia modulada.

Esa situación contextual y macro, ha tenido diferentes caminos y construcciones en las radios universitarias ya que se comprueba una y otra vez que habrá tantas radios universitarias como universidades haya. Sin embargo, es posible señalar algunas particularidades que, desde lo micro, también configuran el mapa contextual del campo radiofónico universitario como señales del intercambio y mixtura de lo radiofónico y lo universitario. Entre varias, señalamos las siguientes:

Una primera aproximación a la especificidad del hecho radiofónico coloca a la conversación como la matriz de distinción¹⁹ radiofónica en tanto toda conversación, por más que tenga una lógica interna, puesto que los interlocutores hablan entre sí y se entienden entre sí, debe ser puesta en relación con el hecho de que está destinada a que otros la escuchen, aunque estos interlocutores lo olviden o hagan como que lo olvidan. En las radios universitarias la conversación fluye sin problemas, pero los temas, problemáticas y hasta los propios términos de la conversación suelen no tener presente a quienes escuchan como parte y configuradora de esa misma conversación.

Una segunda aproximación a la especificidad del hecho radiofónico destaca el tratamiento de la actualidad, concepto complejamente construido por la sociedad y en el que la radio ocupa un lugar preferencial, no solo por estar en el lugar de los hechos, sino porque construye acontecimiento a partir de ese hecho con la cobertura en directo y las secuencias espacio-temporales del mismo que dan lugar

19 Distinción en el sentido del filósofo Deleuze para descentrar una mirada que unifica, globaliza, esencializa.

a las novedades en relación con el hecho. En las radios universitarias se hace un culto al tratamiento de la información y ha sumado a sus tradicionales boletines, los móviles, micros y producciones informativas temáticas. Sin embargo, el profesionalismo que defiende en su hacer como reservorio del mito de objetividad/verdad, atenta muchas veces contra la participación genuina de sus oyentes en la construcción de las noticias.

Una tercera aproximación que hace a la especificidad del hecho radiofónico tiene que ver con el ritmo radiofónico. Concepto que remite a un concepto particular en tanto se emiten muchos géneros casi al mismo tiempo,²⁰ lo instituyen también la variación del decir de locutores y conductores que pueden hablar rápido o lento, y además está dado por como los géneros musicales portan sus propias características de ritmos lentos o rápidos.²¹ Todo hace al ritmo radiofónico; ritmo al que se suman además, los efectos de edición que ralentizan o agilizan el decir radiofónico. En las radios universitarias el ritmo radiofónico está ralentizado más allá de la edición. El decir pedagógico del saber se asienta en locutores y conductores con formas locutoriles tradicionales, donde hay información y cierta elevación que se traduce en ocasiones en tonos de suficiencia cultural. Desde este espacio se hace notorio el rol articulador en la conducción radiofónica, ya que los conductores son articuladores no solo de los textos diferentes que configuran el discurso radiofónico, sino incluso con los textos y discursos propios de lo académico universitario. Estas mínimas consideraciones abren otras puertas para la comprensión de la radio en general y de la universitaria en particular, al dejar de considerar lo radiofónico como algo lineal y simple para abordarlo teniendo muy presente su multidimensionalidad y su complejidad.

20 Fernández, *ob. cit.*, lo expresa como la sensación de que en la radio hay mucha información de distinto tipo y a cada instante.

21 Levatti, Lvovich (2013) abordan la compleja relación de la música y la radio.

Desde allí por lo tanto es posible pensar en que las audiencias también están inmersas en procesos y prácticas sociales amplias y también complejas. En ese sentido está bueno pensar, como dice Barbero:²²

En audiencias que configuran identidades con temporalidades más largas, más precarias, pero también más flexibles, capaces de amalgamar, de hacer convivir en el mismo sujeto, ingredientes de universos culturales muy diversos.

La radio se ha involucrado no sólo en su transformación interna, sino que también se ha relacionado con los procesos técnicos y comunicativos generales y globales con lo que amplía su acción difusora de las transmisiones analógicas a las digitales generando nuevas maneras de recibir sus contenidos por las audiencias.²³ Y no se construye audiencia sin participación. Pero no es posible determinar el mayor o menor grado de participación si no hay circuito de intercambio entre los oyentes y los conductores más allá de que no sea sencillo poder determinar a qué estímulo responde esa participación cuando se concreta. No se trata solamente de considerar que la palabra de los oyentes también es parte del lenguaje radiofónico. Sino también de:

Reconocer que en la vida cotidiana es la interacción social el proceso donde se producen y negocian los significados socialmente compartidos y las identidades colectivas. De modo que pensamientos, acciones, sueños, deseos y la experiencia humana en su totalidad pasan por estos intercambios comunicativos donde la radio juega un papel principal.²⁴

22 (Barbero, 1996).

23 Para Cebrián Herreros no se puede dejar de analizar que mediante la expansión tecnológica la radio se ha integrado en organizaciones multimedia y ha diversificado sus sistemas de difusión (2001).

24 (Gardella, 2014).

Es cierto que hay rasgos muy marcados e indelebles. La individualidad irreductible de la voz, por ejemplo, es un primer estímulo que recibe el oyente y todo conductor ocupará respecto de ese lugar clásico, procedimientos de parecido y de diferenciación que servirán para situarlo; pero ese proceso no depende sólo de él. Porque más allá de sus características individuales, hay marcas de época que son perceptibles también de audiencias que reciben otros estímulos, no sólo los de la radio que escucha. La radio universitaria no está por fuera de esas lógicas. No se da lo que sucede en las radios comerciales donde se pasan mensajes de los oyentes que dejan grabados en el contestador. En estos casos se acentúa el efecto de aparecer en la radio más que el hecho de dialogar con los conductores. En las radios universitarias hay oyentes con vocación de establecer diálogo. ¿Qué lugar ocupa esa “vocación” en la radio universitaria?

El oyente que decide escuchar radio tiene en su intención la búsqueda de contenidos, pero también está el que sólo tiene una búsqueda de contacto, ya sea de información o entretenimiento. Si es por los contenidos, busca cierta información, cierta música, la hora, la temperatura, etc. Si no lo encuentra busca otra emisora u otro medio. Son motivos racionales de decisión de la escucha. Pero también lo hace por las operaciones materiales de construcción de sentido —usos del lenguaje o identificación con las inserciones musicales—, operaciones no conscientes que hacen que se nombre a la radio en su carácter de compañía de la vida cotidiana (Fernández 2012).

¿Hasta dónde esta problemática forma parte de las preguntas que se hacen hoy las radios universitarias en relación a la construcción de su propia audiencia?

Esto es poder ver la importancia de la radio universitaria en tanto el entretener, divertirse, informarse no son sinónimos de evasión, o enajenación. Esto es considerar que hay factores más allá de los racionales, como los socio-culturales que tienen que ver con la producción social de significados. Cuestiones que re-sitúan los desafíos y las perspectivas de su abordaje, como ha sido analizado desde diversas miradas, pero que sintetizan:

El ciudadano y la ciudadana que construye desde su institucionalidad la radio universitaria no es sólo ese sujeto político definido como tal con derechos, deberes y privilegios, sino esa persona situada en un lugar específico donde son muy importantes las relaciones con la comunidad, es decir, relaciones ancladas al lugar, a lo local, a partir de las cuales le es posible construir lo simbólico.

Es decir, se presenta como desafío la construcción de un *ethos* democrático que tiene que ver con la participación, con la interpelación, con poner en juego pasiones y sentimientos, apropiaciones y juegos de lenguajes, de tal forma de generar condiciones de posibilidad para la construcción de sujetos y formas democráticas de relación.²⁵

Como receptores activos y no como meros consumidores pasivos ni tampoco como meros reproductores del orden social, es posible pensar en la audiencia como un espacio heterogéneo que también posibilita intersticios y cuestionamientos. Porque si de algo debiera estar constituida la radio universitaria y su audiencia, es precisamente de intersticios y cuestionamientos.

Bibliografía

- Arabito J. (2015): “El impacto de la actualización tecnológica sobre la actividad radiofónica”, en *Radios Universitarias Argentina. Una Red pública y federal para ejercer el derecho a la comunicación*, UNLaM, La Matanza.
- Barbero J.M. (1996): “Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación”, en Revista *Nómadas*, N° 25, Bogotá.
- Bosetti O. y Haye R. (2015): *Radios Universitarias Argentinas. Una Red pública y federal para ejercer el derecho a la comunicación*, UNLaM, La Matanza.

25 (Gardella, Villamayor, 2015).

- Cebrián Herreros (2001): *La radio en la convergencia multimedia*, Gedisa, Barcelona.
- Durante Rincón E., Pineda de Alcázar M., Prieto de Ramos I., (2005): “Perspectivas y desafíos del sujeto midiático: la otredad de la comunicación en la radio contemporánea”, en *Revista de Ciencias Sociales*, Universidad de Zulia, Venezuela.
- Fernández J.L. (2012), *La captura de la audiencia radiofónica*, Liber Editores, Buenos Aires.
- _____ (2008), *La construcción de lo radiofónico*, La Crujía, Buenos Aires.
- Fleitas V. (2015): *Historias de aire. Hacia un radio que sea fiesta de los sentidos*, EDUNER, Entre Ríos.
- Gardella M. (comp.) (2012): *Prácticas y saberes de Comunicación Radiofónica*, Departamento Publicaciones FFyL-UNT, Tucumán.
- _____ (2014): “Una investigación ineludible en la extensión: el contexto”, en *Extensión Universitaria. Posición ideológica y decisión política al servicio de la comunidad*, Sanguinetti S. (comp.), Brujas, Córdoba.
- Gardella, M. y Villamayor C. (2015): “Radios universitarias: proyecto político comunicacional y constitución del espacio público”, en *Radios universitarias argentinas*, Bosetti/Haye (comp.), UNLaM, La Matanza.
- Giorgi M. (2015): *La radio universitaria. Hacia la consolidación de una Red Autónoma de Medios*, UNDAV Ediciones, Avellaneda.
- Ibarra D. (2015): “Criterios para organizar la programación de una radio universitaria”, en *Radios universitarias argentinas* (Bosetti/Haye), UNLaM, La Matanza.
- Levatti A. y Lvovich L (2013): *Radio: ¿con la música a otra parte? De la galena a la era digital*, EDUNER.
- López Pérez R. (1995): *Desarrollos conceptuales y operacionales acerca de la creatividad*, Serie Cuadernos de Trabajo N° 1. Escuela de Ciencias de la Educación, Universidad Central de Chile.
- Mouffe, Ch. (2014): *Agonística. Pensar el mundo políticamente*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Rotman A. (2015): “Prólogo”, en *La radio universitaria. Hacia la consolidación de una Red Autónoma de Medios*, UNDAV Ediciones, Avellaneda.