



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: El joven en el aire: el enunciatario juvenil en Cuál es

Autores (en el caso de tesis y directores):

Alejandro Linares

Hugo Lewin, dir.

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2009

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Tesina de Licenciatura

El joven en el aire: el enunciatario juvenil en Cuál Es

Alumno: Alejandro Linares

DNI: 29.688.672

E-mail: linaresale@hotmail.com

Tutor: Hugo Lewin

Agosto de 2009

Índice

Introducción	4
1. Presentación	6
1.1 Los medios como productores de sentido	6
1.2 El público joven	8
1.3 La radio como medio	9
Los jóvenes como oyentes y los jóvenes en el discurso radial	
2. Corpus	13
3. Objetivos	14
3.1 Objetivos generales	14
3.2 Objetivos específicos	14
4. Estado del arte	15
5. Marco epistemológico	18
6. Diseño metodológico	22
7. Conceptos fundamentales	24
7.1 Dimensiones del análisis	31
8. Descripción del programa <i>Cuál es</i>	35
8.1 Sketch humorístico de inicio	36
8.2 Canción de apertura	40
8.3 Bloque inicial de conversación en el estudio	40
8.4 Tres canciones seguidas	53
8.5 Artística institucional de la radio	53
8.6 Tanda publicitaria	59
8.7 Separador artístico institucional de la radio	60
8.8 Artística del programa	60
8.8.1 Contacto	60
8.8.2 Separadores	61
8.8.3 Presentaciones	61
8.9 Columna de deportes	66
8.10 Canción	70
8.11 Pieza humorística	71
8.12 Entrevista telefónica	74
8.13 Primer resumen del día (pieza artística)	76
8.14 Radioteatro	79
8.15 Móvil	82
8.16 Columna de video-juegos	85
8.17 <i>Cuál es info</i>	87
8.18 Columna de crítica de cine	90
8.19 Columna del historiador Jorge Halperín	91
8.20 Pieza de ensayo-literario	93
8.21 Pieza de editorial poético	95
8.22 Pieza periodístico-testimonial (La torre de los nadies)	97
8.23 Pieza informativa de video-juegos	98

8.24 Pieza informativa sobre rock internacional	99
8.25 Bloque de conversación en el estudio	100
8.26 Canción de despedida	101
8.27 Pieza artística-publicitaria	101
9. Caminos hasta el joven: una interpretación de los aspectos retóricos, temáticos y enunciativos en <i>Cuál es</i>	102
9.1 Lo temático	102
9.2 Lo retórico	110
9.3 Lo enunciativo	117
10. Conclusiones	124
10.1 Puertas abiertas	132
10.2 Placer y fuerza de la radio	133
Bibliografía	
Anexo	

Linares, Alejandro

El joven en el aire : el enunciatario juvenil en Cuál Es . - 1a ed. - Buenos Aires : Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación, 2011.

Internet.

ISBN 978-950-29-1277-6

1. Sociología de la Cultura. 2. Representaciones Sociales. 3. Jóvenes. I. Título CDD 306

Fecha de catalogación: 23/05/2011

Esta obra se encuentra protegida por derechos de autor (Copyright) a nombre de Linares, Alejandro (2011) y se distribuye bajo licencia Creative Commons atribución No Comercial / Sin Derivadas 2.5.

Se autoriza su copia y distribución sin fines comerciales, sin modificaciones y citando fuentes.

Para más información ver aquí: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Introducción

A partir de mi llegada desde Formosa a la Ciudad de Buenos Aires para realizar estudios universitarios, me convertí en un fiel oyente de los programas de FM destinados a los jóvenes. Desde un primer momento me llamó la atención la gran cantidad de programas que reconocían como interlocutor a un público joven, y poco a poco me fue sorprendiendo la activa participación de los jóvenes y adolescentes en este tipo de programas, por medio de mensajes o llamados telefónicos. Estas participaciones consistían en opiniones sobre un partido de fútbol, el pedido de información sobre el recital de un grupo de rock, respuestas a preguntas de un concurso, pero también en relatos sobre experiencias sexuales propias o comentarios sobre noticias del ámbito político.

En mi paso al otro lado de la radio, como productor de un programa diario en una emisora comunitaria y alternativa -también destinado a un público joven-, me resultó muy interesante constatar la respuesta de oyentes en forma de mails o mensajes de agradecimiento por la emisión de una canción, el comentario de un acontecimiento político, la entrevista a algún personaje público, pero también la reprobación o cuestionamiento por determinados contenidos de las emisiones.

En todos los casos, desde mi llegada Buenos Aires constaté cotidianamente una relación cercana de los jóvenes con los programas de FM, que no implica sólo su participación con mensajes, sino también el reconocimiento de sus conductores con un tono de confianza como para llamarlos “Mario”, “Petti”, o “Ari”, y el seguimiento diario de sus historias a través de radios portátiles (mp3; walkman; celulares; radios) durante largos viajes por la ciudad en tren o colectivo.

A esta constatación le siguieron preguntas, motivadas también por mi paso al lugar de la elaboración de los discursos mediáticos como productor de un programa: ¿cómo se produce esa cercanía de los jóvenes con programas en un medio minusvalorado en ocasiones en la consideración general de los medios masivos de comunicación?; ¿cuáles son los imaginarios, los modelos, los estereotipos, los argumentos, las discusiones, las opiniones, los lenguajes, los temas, las historias, los lugares en los que se reconocen los oyentes jóvenes?; ¿cuáles son las características de los discursos que son compañía diaria de los jóvenes, y por esto, parte integrante de su constitución como sujetos sociales?

Dada la facilidad con la que los jóvenes acceden a los discursos radiofónicos –y también participan-, me resulta interesante revisar los mensajes en los que éstos encuentran un lugar de referencia, y por tanto, elementos para su constitución como jóvenes, en un medio que resulta opacado por enfoques sobre la televisión o la prensa gráfica, pero que mantiene un alto grado de presencia en la discursividad cotidiana de los jóvenes.

Por estos motivos, la elección de un tema de tesina de fin de curso me inclinó hacia el análisis de los discursos de una de las radios de FM más escuchada en la Ciudad de Buenos Aires, en el “prime time” de las radios en todo el país: la mañana. Además, me inclino por la elección de un programa que ha mantenido altísimos niveles de audiencia a lo largo de 16 años, principalmente con un público joven, y que en el medio radial funcionó históricamente como referente de la llamada cultura joven.

1. Presentación

1.1 Los medios como productores de sentido

Es en el terreno discursivo donde cada sociedad arma su mundo, sus límites, horizontes, previsibilidades y también sus rupturas. La trama compleja discursiva donde cada grupo humano elabora, confirma, reproduce y también transforma su espacio social se compone de actores en diversos niveles que permiten la circulación de discursos y la construcción social del sentido.

Dentro de esta red productora de mundos se ha prestado gran atención al papel cumplido por instituciones de las sociedades donde las personas hallan guías de socialización como pueden ser la escuela, el lugar de trabajo, la iglesia, los medios masivos de comunicación, la familia, etc. Dentro de este grupo, que puede ser más amplio o más pequeño según el análisis, se ha comprobado la creciente participación a lo largo del siglo XX de los medios masivos de comunicación en la “construcción social de lo real” (Verón, 1987: 126).

Como señala Mauro Wolf, “los medios (sin excluir otros agentes de socialización) proveen marcos cognitivos, contextos de percepción de la realidad social; su rol es significativo en el modelado de los saberes. La cultura mediática constituye un importante universo simbólico que orienta los valores, las actitudes y los puntos de referencia sociales” (Wolf, 1997: 256).

Este trabajo entiende que tanto *lo mediático* como *lo masivo* son denominaciones que nombran “una lógica cultural y comunicativa que todo lo impregna” (Mata, 1985: 9). En este sentido, se entiende a la cultura masiva como “mucho más que una suma de toda la producción industrial de bienes culturales que,

incluso, excede en mucho a los medios masivos. Ella puede definirse como un conjunto de comportamientos operantes. Es decir, como una verdadera matriz que, siendo resultado de una lógica económica y social global es, a su vez, modeladora de la acción cultural” (Mata, 1985: 10).

María Cristina Mata reconoce rasgos significativos –“maneras de constituirse”- de esta cultura masiva en América Latina. Interesa en esta ocasión recuperar dos de esos rasgos: la centralidad de los medios masivos, y su caracterización como un campo de diferenciación social.

Según la autora, la centralidad de los medios masivos señala que se han “convertido en los legitimadores básicos de hechos e ideas; ellos imponen agendas, prefiguran los temas que deben y pueden ser debatidos, sancionan como relevantes o insignificantes las acciones sociales (...), son árbitros de la escena pública (...) en tanto obligan a determinados comportamientos fundados en la lógica del medio”. Además, indica su “conversión en espacios de representación e interacción social” (Mata, 1985: 12).

Por otra parte, Mata reconoce a la cultura masiva como un campo de diferenciación social en un doble sentido. Por un lado, señala la “alta segmentación de los públicos y los consumos culturales” que implica la proliferación de medios emisores, y por el otro, “la aparición de sub-culturas generacionales, étnicas o regionales que permiten la expresión de nuevos conflictos e identidades sociales” (Mata, ídem: 14).

Con esta perspectiva, es de gran importancia conocer los sentidos sociales movilizados en un sistema de medios como el argentino: concentrado, hiper-comercial y extranjerizado, como lo define Diego Rossi (2005). Recorrer los significados,

modelos sociales, argumentos, imaginarios, explicaciones, temas, estereotipos y valores propuestos en forma recurrente por los medios masivos comerciales y puestos en diálogo con los variados sentidos sociales que conversan en nuestra sociedad permite entender los diferentes modos de interpelar a los destinatarios y de brindar universos simbólicos particulares para su identificación y diferenciación social.

1.2 El público joven

Particularmente los jóvenes son convocados por distintas propuestas de consumos culturales en forma permanente desde los medios masivos de comunicación, y la interpelación puede adoptar distintas formas, conforme la sociedad se complejiza y fragmenta. En esta búsqueda del público joven, las empresas mediáticas proponen representaciones, imaginarios y verosímiles sociales sobre el “mundo joven”, que funcionan como modelos de identificación para la audiencia.

Gil Calvo reconoce a los jóvenes como “depredadores audiovisuales” que organizan su amorfo tiempo de ocio a través del consumo de productos audiovisuales. Sostiene que “la cultura de masas es un reloj, el reloj del tiempo libre: aquel que permite sincronizar y coordinar los ritmos temporales del ocio” (Gil Calvo, 1985: 112). Explica que los jóvenes cuentan con una gran cantidad de tiempo libre y que, en su búsqueda de dar forma a ese espacio temporal informe, “sustituyen la depredación de alimentos por la depredación de material audiovisual (moda, imágenes, sonidos): y no porque los materiales audiovisuales satisfagan necesidades básicas, sino porque pueden ser consumidos bajo la misma organización temporal y con los mismos ritmos que la depredación de alimentos –entrándoles por los oídos y comiéndoselos con los

ojos” (Gil Calvo, ídem: 111). Es válido pensar que este consumo audiovisual no se produce sin consecuencias sobre la educación de los consumidores, dado que se trata del contacto entre paquetes de discursos plenos de significación y grupos de jóvenes para los cuales las instituciones tradicionales de la Modernidad –escuela, trabajo, partidos políticos, iglesias- no conforman sujetos de autoridad suficientes ni seductores. Es esta incidencia, especialmente notable y relevante en los sectores juveniles dotados de menores recursos culturales (bajo clima educativo en sus hogares, escaso capital educativo apropiado a partir de la crisis del sistema público de enseñanza, inexistente familiaridad con la lectura, acceso restringido a los nuevos medios digitales) la que justifica la preocupación por los -exitosos- modos de interpelación de ciertos medios masivos a las generaciones jóvenes.

1.3 La radio como medio. Los jóvenes como oyentes y los jóvenes en el discurso radial.

La atención de este trabajo sobre la radio implica pensarla, como sugiere Mata, como relación comunicativa. Esta perspectiva supone considerar su “condición de práctica significativa, de espacio de producción de sentido; su condición de espacio de interacción, de dialoguicidad; y su condición de experiencia cultural inserta en una trama textual y contextual (discursiva e histórica) que la constituye pero que a su vez modela” (Mata, 1993).

A partir de las características del dispositivo técnico¹, la radio cuenta con la ventaja de poder distribuir sus textos en forma multipolar, con un emisor que

¹ Fernández diferencia entre dispositivo técnico y medio. Define a un medio como “todo dispositivo técnico o conjunto de ellos que –con sus prácticas sociales vinculadas- permiten la relación discursiva entre individuos y/o sectores sociales, más allá del contacto ‘cara a cara’” (Fernández, 1994: 37).

transmite simultáneamente para múltiples receptores. Esta posibilidad de abolir la distancia espacial y temporal es especialmente importante porque la recepción de sus textos no precisa la utilización de dispositivos técnicos costosos, complejos o de grandes dimensiones. Por otra parte y central en cuanto a la posibilidad de construir públicos masivos, el acceso de los oyentes a los discursos emitidos no precisa entrenamiento específico preparatorio, sino que los saberes requeridos para establecer un contrato mediático se incorporan por contacto con el mundo social, dadas las particulares matrices expresivas que el medio pone en juego en términos de lenguaje, géneros y formatos.

Además, el proceso de miniaturización de los equipos receptores, junto al salto tecnológico experimentado por la industria del sonido en las últimas tres décadas, multiplicó las posibles situaciones de escucha: “desde la casi ‘comunitaria’, en transportes y lugares públicos, hasta el ‘individual’ que permite el walkman” (Fernández, 1994: 46). A estas situaciones debe sumarse la oportunidad que brindan algunas radios que emiten también por medio de Internet, como es el caso de la emisora que aloja al programa analizado. Así, es posible oír la radio desde espacios de trabajo o estudio con la computadora personal o laboral.

Por otra parte, al no requerir atención visual para la comprensión de sus mensajes, la radio permite su recepción mientras el oyente realiza otra tarea, aun aquellas que implican desplazamiento espacial. En muchas ocasiones, este medio tampoco impone gran concentración en la escucha, e incluso tolera momentos de distracción. Así, la radio se presenta, muchas veces, como compañía durante otras actividades, lo cual favorece la relación de los jóvenes con ella, quienes se vinculan al medio negociando su atención a tareas de orden escolar, laboral o doméstico, las

cuales comprometen, a diferencia de otros sectores etarios, gran parte de su tiempo cotidiano.

En este sentido, Enrique Gil Calvo señala que “la ducha y el afeitado, el trabajo doméstico, el desplazamiento al trabajo, las horas de estudio, van siendo sincronizadas y coordinadas en función del minutaje de los programas de radio (por eso, en sí misma, la radio puntúa muy poco como tiempo de ocio: es tan solo un auxiliar del sueño, del aseo, del estudio, del transporte o del trabajo doméstico)” (Gil Calvo, 1985: 112, 113).

En el abanico de las radios, particularmente las emisoras de frecuencia modulada (FM)² proponen una amplia variedad de discursos en forma de canciones, entretenimientos e información que intervienen en la formación afectiva, intelectual y emocional de los jóvenes, quienes son asiduos consumidores de la oferta cultural de este tipo de radios.

Esta propuesta de las FM hace que sus programaciones tengan una abundante presencia de canciones: muchas de estas radios tiene programaciones casi completamente musicales, sólo interrumpidas por breves fragmentos de locución. Probablemente este sea uno de los motivos por el que estas emisoras tuvieron históricamente la preferencia del público joven.

Sobre este punto, Gil Calvo señala que los jóvenes siempre tienen avidez de música porque “cuando todo lo demás les falla, sólo la música puede reorganizarles su exceso de tiempo (...), porque la música, en si misma considerada, no es otra cosa que organización abstracta del tiempo” (Gil Calvo, ídem: 113). El autor completa la idea

² Es importante señalar que las características de la señal en frecuencia modulada (FM) permiten transmisiones con menor alcance que una señal de amplitud modulada (AM) pero con mayor fidelidad y calidad sonora, ya que puede emitir sonido estéreo, que implica la segmentación del sonido en dos o más canales.

señalando que la música produce ritmos gratuitos, esto es, independientes de toda actividad, y que por este motivo, la música diseña formas temporales abstractas que pueden ser aplicadas a cualquier actividad.

Según la información de la empresa medidora de audiencias IBOPE³ correspondiente al trimestre enero-marzo de 2005, el 90, 29 por ciento de la audiencia de FM en la Ciudad y el Gran Buenos Aires tiene entre 18 y 24 años de edad (Ulanovsky, 2007:169).

Ante el marco planteado, surge la pregunta acerca de los modos de interpelar a los jóvenes en los discursos de las radios privadas comerciales de frecuencia modulada (FM) en la Ciudad de Buenos Aires, que son las que concentran el encendido de esa banda radial. Esta investigación se concentrará en un caso representativo: el programa *Cuál Es*, parte de la programación de la *FM Rock and Pop*, en el 95.9 Mhz. de la Ciudad de Buenos Aires, que se emite de lunes a viernes de 09 a 13 horas. Se considera a *Cuál Es* como un caso representativo de programas de radios comerciales de FM que abren una interlocución con los jóvenes porque se trata de una emisión con 16 años al aire, en una emisora con más de 20 años de antigüedad, la cual supo ser pionera en el traspaso a la FM de formatos propios de las emisoras de AM, de la cual surgieron figuras mediáticas referentes de la cultura juvenil, y por los altos índices de escucha que han mantenido a lo largo de los años, tanto la radio como el programa. El análisis buscará responder la pregunta acerca de los modos predominantes con los que los discursos del programa construyen un enunciario juvenil.

³ IBOPE hace su medición de audiencia sobre 10.472 casos de la Ciudad y el Gran Buenos Aires en una población de 8.356.189 personas. IBOPE es una empresa multinacional de capitales brasileños, “es auditada periódicamente por la Cámara de Control de Medición de Audiencia y a finales del 2004 fue auditada internacionalmente por la firma Ernst & Young”. Información de www.ibope.com.ar.

2. Corpus⁴

El corpus de la investigación consistirá en las emisiones del programa radial *Cuál Es*, emitido en la *FM Rock and Pop* de la Ciudad de Buenos Aires, en el 95.9 Mhz., entre las 09:00 y las 13:00 horas, durante la semana laboral que se extiende del 14 al 18 de abril de 2008. Serán 5 emisiones –de lunes a viernes- y un total 20 horas de programa, analizadas luego de ser grabadas.

⁴ La totalidad del corpus construido se encuentra disponible en formato de audio digital en el Anexo 4, en Anexo.

3. Objetivos

3.1 Objetivos generales

Reconocer cuáles son las operaciones discursivas dominantes con las que el discurso radiofónico del programa construye un particular sujeto juvenil como enunciatario.

3.2 Objetivos específicos

Analizar los modos en los cuales se configura el texto (dimensión retórica).

Reconocer los motivos y los temas centrales en el discurso de *Cuál Es* (dimensión temática).

Analizar qué enunciador, qué enunciatario y qué relación comunicativa se desprende de la articulación entre los aspectos retóricos y temáticos. Esto dará lugar a un determinado contrato de lectura (dimensión enunciativa).

4. Estado del arte

La pregunta por la representación en la radio que impulsa este trabajo surgió efectivamente de la percepción de una ausencia de indagaciones sobre los mensajes radiofónicos. Ya se ha señalado la poca atención prestada a los discursos producidos por este medio en comparación a la prensa gráfica y la televisión. Avanzar en la búsqueda de material bibliográfico que colabore con esta investigación confirmó la percepción. No sólo eso, aun más escasa es la bibliografía referida a las representaciones sobre la juventud en discursos de la radio. Algunas pistas sobre representaciones en radio pueden hallarse en *Lo que dicen las radios* (1993), de María Cristina Mata.

Los libros *Los lenguajes de la radio* (1994) y *La construcción de lo radiofónico* (2008), de José Luís Fernández, así como su tesis de doctorado, junto a Oscar Steimberg, *La construcción discursiva de la audiencia radiofónica* (2006) conforman acercamientos al medio y a sus discursos desde el campo de la Semiótica de los Medios, pero no hacen referencias a interpelaciones al joven. También es interesante pero no referida a nuestra preocupación específica la investigación de María Cristina Mata en la década de 1980 sobre la configuración de los públicos de las radios de audiencia popular en Córdoba, así como sus indagaciones en recepción sobre la misma temática. Pueden mencionarse trabajos como *Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores popular* (1991), y *Radios y públicos populares* (1988).

Todavía en el terreno de la radio, pero abocado al contexto mexicano, es posible citar al libro *Ciudadanos Mediáticos. La construcción de lo público en la*

radio (2002), de Rosalía Winocur, como trabajo cercano pero que no aborda nuestro interés de investigación pues avanza en el análisis en la producción y recepción de la radio (sobre todo en este último aspecto).

Por otra parte, la representación de los jóvenes ha sido problematizada pero en otros soportes como pueden ser la televisión y la cinematografía. Son ejemplos de esto *Una cuestión de representación: los jóvenes en el cine argentino, 1983-1994* (2005), libro de Andrés Farhi; y *Vidas imaginarias. Los jóvenes en la tele* (1997), libro de Santiago Gándara, Carlos Mangone y Jorge Warley. Por el mismo camino, las tesinas de licenciatura de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires referidas a la representación del joven han focalizado la atención en la cinematografía. Son los casos de *La construcción del adolescente en el cine desde los valores institucionales: una representación en decadencia* (2006), de Sandra Marisa Sacchi; y de *Construcción de los jóvenes en los films de los llamados "Nuevos cines argentinos", de comienzos de la década del sesenta y fines de la década del noventa. Una aproximación semiótica* (2006), de Gastón Skratulja.

También es posible hallar textos sobre la representación de lo juvenil en las publicidades, como por ejemplo *La juventud consumida: representaciones de lo juvenil en el discurso publicitario* (2005), de Alfredo Jaramillo, y *Juventud & publicidad Asoc.* (2004), de Viviana Molinari.

Por último, es preciso señalar que la mayor parte de la bibliografía referida a la radio consiste en manuales de producción, redacción y locución; revisiones, descripciones y definiciones sobre los formatos radiofónicos y sus características; así como acercamientos a la historia del medio. Aquí podemos mencionar los aportes de

Ricardo Haye (2000; 2004) y José Ignacio López Vigil (1997), pero la bibliografía es amplia y variada.

5. Marco epistemológico

Este análisis se concentra en una radio privada comercial. El motivo de la elección de esta radio se fundamenta en que se trata del tipo de radio más escuchado por los jóvenes de la Ciudad de Buenos Aires⁵ y del tipo de radio FM más extendida en la misma ciudad. Emisoras que cuentan con gran alcance geográfico, con los mayores recursos económicos, tecnológicos y publicitarios, con figuras del star-system nacional del periodismo y del entretenimiento.

La radio escogida nació en 1985 y actualmente pertenece a una empresa de comunicación multimediática con fuerte presencia en el espectro radioeléctrico de la ciudad. FM Rock and Pop es propiedad de la Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE).

Por otra parte, la emisora se encontraba en el segundo lugar –al momento de realizarse el análisis- entre las radios de frecuencia modulada con mayor preferencia entre la audiencia, según los datos de IBOPE que corresponden al periodo febrero-marzo-abril de 2008. Sin embargo, en otra medición de la misma empresa del periodo julio-agosto-septiembre del mismo año, Rock and Pop recupera el primer lugar en las encuestas de audiencia⁶.

Se trata de una emisora que ha tomado formatos característicos de la AM en sus programas centrales y, por lo tanto, no se la puede catalogar como una simple “FM musical”, entendiéndose por esto a las emisoras que plantean una grilla musical durante todo el día, acompañada por artísticas institucionales y breves intervenciones

⁵ Según la medición de IBOPE realizada en el trimestre febrero-marzo-abril de 2008 con 10.356 casos en la Ciudad y el Gran Buenos Aires sobre una población de 8.001.206 personas, son radio privadas comerciales trece de las dieciséis radios de frecuencia modulada más escuchadas. (http://www.ibope.com.ar/consultas/radio_abril_08.htm) Ver Anexo 2, en Anexo.

⁶ http://www.ibope.com.ar/consultas/radio_setiembre_08.htm. Ver Anexo 3, en Anexo.

de locutores que anuncian las canciones, recuerdan la hora, actualizan la temperatura o informan sobre algún concurso⁷.

La elección de una emisora porteña está también motivada por la marcada primacía de la Ciudad de Buenos Aires, en relación al resto del país, en la producción de contenidos mediáticos (Mastrini, 2005: 239 y 312), y por su poder de irradiación sobre otros contenidos hacia otras regiones.

De este modo, y como se ha anticipado más arriba, la elección de esta emisora privada comercial de FM se fundamenta en la larga trayectoria de la misma desde la aparición de las radios de frecuencia modulada, en su reconocimiento público –y el de sus referentes-, en su posición dominante entre las mediciones de audiencia citadas, y en la marcada interpelación de Rock and Pop a un público joven, además de la ya mencionada primacía del público joven para radios de FM.

Esta radio se presenta como propuesta para los jóvenes con una elección musical que se puede reconocer, a priori, anclada en un estilo particular: el rock and pop -como bien lo indica su nombre-, tanto en inglés como en español⁸.

El programa *Cuál Es* completó dieciséis (16) temporadas en Rock and Pop en el 2008 –y continúa en 2009- y se mantiene en el horario radiofónico central que es la mañana: se emite de 09:00 a 13:00 horas. Es conducido desde su inicio por un personaje referente de la cultura mediática juvenil de Argentina: Mario Pergolini, quien tuvo presencia en otros medios masivos (la televisión) reconocidos en el circuito comercial.

Consideramos que el análisis del corpus construido puede arrojar respuestas relevantes sobre la pregunta por la construcción de un enunciatario juvenil en este

⁷ Algunos ejemplos de “FM musical” en la Ciudad de Buenos Aires: La Mega, Vale, Urbana, Kabul.

⁸ La distinción de estos estilos musicales no pretende exhaustividad en este caso, sino que responde a consideraciones de carácter general, posibles de alcanzar comprobación en este análisis.

programa, dado que se trata de una propuesta sonora situada en el prime time de la radio elegida, duradera en el tiempo y consolidada, con gran convocatoria de oyentes en la actualidad, y que cuenta con reconocidos conductores dentro de los medios masivos de comunicación de Argentina. Se trata de un programa que sólo puede mantenerse dieciséis años en una FM comercial en los segmentos horarios del día de mayor escucha de radios cuando ha confirmado la aceptación, o al menos la recepción, sostenida de su propuesta, lo cual supone haber generado claves de comunicación, guiños de entendimiento, competencias y horizontes de expectativas con sus oyentes. Al respecto, el periodista Carlos Ulanovsky señala que según la empresa IBOPE, en una medición del trimestre enero-marzo 2005, “el horario de mayor audiencia en FM es entre las 11 y las 12 del día y alcanza volúmenes de audiencia comparables a los de la TV por aire. La mayor medición corresponde a Mario Pergolini, de Rock and Pop, con 700.000 oyentes”. Además, el periodista indicaba en 2006 que *Cuál Es* hacía doce temporadas que lideraba los puntajes y las encuestas de audiencia (Ulanovsky, 2007: 169, 170).

Esto permite hablar, por un lado, de una sostenida fidelidad de sus oyentes, y por otro lado, de formas de interpelación claras, que mantienen regularidades a lo largo de 16 años de vigencia del programa y más de 20 años de vigencia de la emisora.

La indagación en cinco (5) emisiones de *Cuál Es* permitirá extraer conclusiones generalizables al modo en el que el programa construye un tipo particular de joven como enunciatario, puesto que la emisión se sostiene en un contrato de lectura regular y estabilizado, a partir de la regularidad retórica, temática y enunciativa que permitió el sostenimiento en el tiempo de su propuesta, la cual se

expresa, por otra parte, en continuidades de orden empresarial: lo que supone la permanencia en el tiempo de una relación satisfactoria entre medio, audiencias y anunciantes. De este modo, tomaremos como válidas y generalizables las conclusiones sobre el discurso de *Cuál Es* que alcanzará este trabajo, aun cuando se fundamenten en un corpus reducido, pues están sostenidas en discursos que conforman un contrato de lectura estable y claro.

Finalmente, el mes de abril puede considerarse un momento del año en el que la propuesta sonora de una emisión diaria ya contiene un contrato comunicativo previsible y extensible a la temporada completa.

6. Diseño metodológico

El proceso de análisis que plantea este trabajo implica la elección del corpus indicado, la grabación del mismo, el análisis de los discursos del programa escogido por medio de la escucha minuciosa -guiada por la pregunta y objetivos del trabajo-, y la descripción analítica de los textos analizados. Además, este proceso incorporó estadísticas de audiencia que contribuyen a la elección y conocimiento del objeto de estudio, y conceptos teóricos fundamentales tomados de una bibliografía específica elaborada para esta investigación. Los datos arrojados por el barrido descriptivo serán, a su vez, interpretados desde el marco teórico señalado para alcanzar conclusiones. La dinámica de la investigación se abre a la influencia recíproca de cada uno de los elementos mencionados, entendidos como momentos metodológicos interconectados que no se producen en una cronología temporal lineal. Por esta dinámica, el trabajo se permite redefiniciones, replanteos, recuperación de nuevos conceptos o preguntas, así como eliminación de preguntas improductivas en términos analíticos, y la propuesta de nuevos temas de indagación que no serán retomados en esta tesina y que dan lugar al apartado “Puertas Abiertas”.

Esta investigación concentrará su atención sobre el soporte radiofónico, como ya se señaló, el soporte material donde se manifiestan los sentidos que serán objeto de indagación.

Es preciso apuntar que el análisis focalizará su atención en las elaboraciones discursivas propias del programa *Cuál Es*, esto es, los fragmentos de discurso que en su hechura reconocen la presencia del enunciador *Cuál Es –o Rock and Pop*, según se aclare oportunamente-.

En este sentido, las canciones no recibirán un abordaje de la misma profundidad que el recibido por las conversaciones entre conductores, las locuciones, radioteatros, artísticas -del programa y de la radio- o columnas. En el caso de las canciones, serán recogidas características generales, de tipo cuantitativo y cualitativo, que aportarán a las interpretaciones del trabajo, coagulando en géneros y subgéneros musicales desde los cuales se podrán trazar relaciones con otros modos de interpelación al público joven en el discurso de *Cuál Es*.

Las publicidades no serán objeto de análisis de este trabajo pues se entiende que, si bien el espacio publicitario también genera representaciones sobre el mundo juvenil, es en los discursos producidos en el espacio del programa *Cuál Es* donde se hallarán las marcas de la enunciación que permitirán luego generar hipótesis sobre el enunciatario juvenil que propone la emisión propiamente dicha⁹. Esto es, las publicidades son textos que corresponden a enunciadores distintos (las marcas) y que no son propuestos por el programa (no reconocen en su hechura la presencia del enunciador *Cuál Es*). Y este trabajo se propone reconocer las operaciones de construcción del enunciador y el enunciatario inscriptos en el discurso de *Cuál Es*.

⁹ La menor atención sobre las canciones y la desestimación de las publicidades como objeto de indagación no desconocen la capacidad de estos géneros para crear sentido y representaciones sociales.

7. Conceptos fundamentales

El presente trabajo analiza la construcción discursiva de *un enunciatario juvenil en el programa más importante de una radio privada comercial de frecuencia modulada (FM) de la ciudad de Buenos Aires*. En ese sentido, es preciso aclarar algunos conceptos.

En primer término, el abordaje del discurso radiofónico se valdrá de la **teoría de la enunciación**. Se considera a la enunciación como la lengua puesta en acción, la puesta en obra de un enunciado, la lengua en su momento de emergencia. Por tanto, se trata de un acto de producción de sentido, de un proceso productivo que deja huellas de su acto en el producto: el enunciado. De esta forma, se entiende a la enunciación “como el proceso productivo, carente de sujeto, desencadenado por el entrecruzamiento de un cuerpo –el del hablante empírico- con el Lenguaje y en el que se produce un discurso en el que se halla prefigurado el lugar de un sujeto (...) que se inscribe eventualmente en éste bajo las formas de enunciador (o locutor) y enunciatario (o locutario)” (González Requena, 1987: 12).

De este modo, la teoría de la enunciación otorga la posibilidad de indagar una situación comunicacional instalada por un acto de enunciación (en este caso, la emisión de los programas de radio analizados) desde el análisis del enunciado construido, entendido éste como un producto donde han quedado las huellas del acto de enunciación.

Justamente en la dimensión enunciativa del análisis podremos reconocer el *contrato de lectura* propuesto por el programa radiofónico puesto que este nexo, este contrato, “la relación entre un soporte y su lectura” (Verón, 1985: 3), es propuesto por

el medio cuando se trata de las comunicaciones de masas. Es en el plano de la enunciación donde se reconocen las modalidades del decir, donde es posible indagar en las relaciones instaladas entre el enunciador y el enunciatario inscriptos en el discurso; modalidades y relaciones donde es posible reconstruir el *contrato de lectura* ofrecido por el medio. Se entiende, por tanto, que un tipo de enunciatario juvenil se halla inscripto, como figura discursiva, en el discurso del programa *Cuál Es*.

Esta investigación se centra en el soporte radiofónico¹⁰ pero toma el concepto de *contrato de lectura* aplicado por Verón al análisis de la prensa escrita. El empleo de este concepto operativo se fundamenta en lo señalado por el propio Verón: “El ‘contrato enunciativo’ es una dimensión fundamental del funcionamiento de no importa cual sea el medio dentro de las comunicaciones de masa, y aquel que sea el soporte significativo (radio, televisión, etc.). Nuestra demarcación es para los medios en general” (Verón, ídem: 11).

Además, este trabajo toma como guía la clasificación propuesta por Eliseo Verón para reconocer a los tipos de enunciadores en las revistas femeninas y de decoración. De este modo, reconoce a tres tipos de contrato de lectura básicos: *objetivo, pedagógico y cómplice*.

Verón (1985: 7) señala que el contrato de lectura objetivo es reconocible “en un discurso donde ni el enunciador ni el destinatario están explícitamente marcados”. Se trata de un enunciador impersonal que dice la verdad. Por otra parte, el contrato de lectura pedagógico construye un nosotros y un ustedes que entablan una relación desigual entre dos partes, “una que aconseja, informa, propone, advierte, brevemente, que sabe; la otra que no sabe y es definida como destinatario receptivo, o más o

¹⁰ Esta investigación vuelca su atención sobre el soporte radiofónico pues las configuraciones de sentido, fragmentos de la semiosis, siempre necesitan un soporte material donde manifestarse.

menos pasivo, que aprovecha” (Verón, ídem). Estos dos contratos de lectura instalan una cierta distancia entre enunciador y enunciatario. Claramente el contrato pedagógico supone la mayor asimetría entre un enunciador que sabe y da, y un enunciatario que recibe y aprende. Finalmente, un contrato de lectura cómplice supone un espacio de acercamiento –en grados variables- entre enunciador y enunciatario. La utilización del llamado *nosotros inclusivo*¹¹ supone una marcada cercanía pues se trata de una enunciación que es atribuible al enunciador y al enunciatario, según indica Verón

La emisión pone en juego representaciones que interpelan a un público prioritariamente joven¹². La investigación buscará en estas representaciones una definición de un tipo particular joven como enunciatario, elaborada desde los diferentes tipos de discursos que componen el programa, constituida como espacio –no necesariamente homogéneo o coherente- de identificación y reconocimiento de ese público.

Esta consideración retoma a María Graciela Rodríguez (2003: 2) cuando señala que “el campo de las representaciones es un campo relativamente controlado que legisla los modos en que un grupo se va a ver a sí mismo así como las posiciones que se ocupan en el orden social”. La investigadora señala, apoyada en Bourdieu, que “en función de las relaciones de poder que se establecen entre el sujeto y el objeto de la representación, ésta posee funciones legitimantes y legislativas y no se constituye como mero reflejo sino como fuerza activa en la construcción social de la realidad” (Rodríguez, ídem).

¹¹ Verón recuerda que el término fue acuñado por Emile Benveniste.

¹² Esta consideración a priori está justificada por las explicaciones realizadas más arriba, en el apartado *Presentación*, y por las mediciones de audiencia citadas.

La pregunta que guía este trabajo reconoce que “toda representación posee en su interior unos mecanismos significativos que promueven ciertos sentidos (y hasta un sentido privilegiado si se quiere) y suprimen otros, los cuales constituyen los cierres o clausuras directivas codificados en producción”, (Rodríguez, ídem: 3). Esto significa reconocer el rol jugado por el sistema de representaciones en la construcción de marcos interpretativos proporcionados a las audiencias, que luego son posibles de ser empleados en la organización y definición del mundo cotidiano.

Por este motivo, el trabajo analiza los discursos para reconstruir, desde éstos, lo que el joven *es*, en tanto enunciatario, dentro del campo semántico conformado por el programa¹³, sin la necesidad de circunscribir una franja etaria determinada o responder sobre las características verificables empíricamente que definen a un joven en el espacio geográfico abordado por el trabajo.

De este modo, la construcción del enunciatario juvenil se constituirá como la conclusión de un análisis de los distintos modos de presentarse del discurso radiofónico del programa, que van desde la entrevista y el radioteatro hasta la conversación informal en el estudio, pasando por la lectura de noticias y de mensajes de oyentes y la musicalización. Por este motivo, la idea de representación que subyace en el trabajo es la de un complejo producto reconstruido analíticamente en el que se ponen en juego los distintos modos que tienen los discursos de *Cuál Es* de nombrar, interpelar, clasificar, convocar, reconocer, incluir, imaginar, formar e informar a un público juvenil.

Por *radios privadas comerciales* se entiende emisoras bajo propiedad de personas físicas o jurídicas constituidas como empresas privadas que realizan una

¹³ Esto no significa que esta definición de joven coincida punto a punto con el oyente empírico de este programa (si es que algo así es posible de hallar).

actividad comunicacional con fines de lucro; esto es, para vender espacios de publicidad de su programación a auspiciantes que confían en la capacidad de convocatoria de audiencias que tiene la radio; vale decir, se trata de empresas que buscan vender porciones de audiencia.

Esta definición se apoya en las conceptualizaciones de Alfonso Nieto y Francisco Iglesias (1993:80), quienes definen a la empresa informativa como “el conjunto organizado de trabajo redaccional, creativo y técnico, bienes materiales y económicos, y relaciones comerciales, para difundir informaciones, ideas, expresiones artísticas o de entretenimiento, utilizando soportes o medios de comunicación social”. Los autores reconocen que “conseguir ganancias es un fin de esta clase de empresas, pero la finalidad primaria y más importante para el empresario consiste en alcanzar el poder que se deriva de la actividad empresarial: el *poder de informar*”. La primacía de esta finalidad se explica en una empresa periodística en tanto “el poder de informar se manifiesta en el *poder de anunciar*, o situación de dominio en el mercado de la publicidad” (Nieto; Iglesias, ídem).

La caracterización de radios privadas comerciales surge de considerar, siguiendo a Nieto e Iglesias (ídem: 91), que “la empresa informativa adopta una configuración comercial cuando el contenido del producto o del servicio que resulta de su actividad tiene como principal o exclusiva finalidad favorecer las relaciones comerciales de otras empresas, o ser objeto de comercio para obtener beneficios”.

La teoría sobre la que se sostiene la metodología y desde donde se intentará explicar las conclusiones alcanzadas por el análisis discursivo consiste en la **teoría de los discursos sociales**.

Eliseo Verón (1987: 125) define a la **teoría de los discursos sociales** como “un conjunto de hipótesis sobre los modos de funcionamiento de la *semiosis social*”; y por semiosis social entiende “la dimensión significativa de los fenómenos sociales: el estudio de la semiosis es el estudio de los fenómenos sociales en tanto *procesos de producción de sentido*”. En la red infinita de la semiosis social, “que se desenvuelve en el espacio-tiempo de las materias significantes, de la sociedad y de la historia”, es donde se construye la realidad de lo social. Por esto, la interrogación a los discursos sociales es la entrada a la comprensión de la “*construcción social de lo real*” (Verón, ídem: 126, 130). Estas conclusiones se sostienen sobre la doble hipótesis que señala que “toda producción de sentido es necesariamente social: no se puede describir ni explicar satisfactoriamente un proceso significativo sin explicar sus condiciones sociales productivas”; y “todo fenómeno social es, en una de sus dimensiones constitutivas, un proceso de producción de sentido” (Verón, ídem: 125).

Esta teoría considera a toda producción del sentido como discursiva dado que “*sólo en el nivel de la discursividad el sentido manifiesta sus determinaciones sociales y los fenómenos sociales develan su dimensión significativa*” (Verón, ídem: 126).

Este trabajo entenderá al discurso como punto de pasaje del sentido, que como recuerda Verón (ídem: 128), “*no refleja nada*”, pues la teoría de los discursos sociales reconoce que los “objetos” de su análisis “son sistemas de relaciones que todo producto significativo mantiene con sus condiciones de generación por una parte, y con sus efectos por la otra”. Esto es, no se trata de “objetos” que están “en” los discursos o “fuera” de ellos, en una realidad social no discursiva, objetiva. “Lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración

espacio-temporal del sentido” (Verón, ídem: 127), que desde el análisis se identifica siempre sobre un soporte material, afirmando la materialidad del sentido.

El análisis supone el acto metodológico de rescatar fragmentos de sentido de la red infinita de la semiosis social y avanzar en la “descripción de las huellas de las condiciones productivas en los discursos, ya sean las de su generación o las que dan cuenta su sus ‘efectos’” (Verón, ídem). Esto es, la distinción de un discurso es un movimiento metodológico necesario para hallar las marcas en las materias significantes que permitan reconstruir las operaciones de sentido. “Cuando la relación entre una propiedad significativa y sus condiciones (sea de producción o de reconocimiento) se establece, esas marcas se convierten en *huellas* de uno u otro conjunto de condiciones” (Verón, ídem, 129).

El autor llama condiciones de producción y de reconocimiento a “las determinaciones que dan cuenta de las restricciones de generación de un discurso” (Verón, ídem: 127) y las que definen las restricciones de su recepción. En este sentido, las gramáticas de producción siempre pueden hallarse como el resultado de condiciones de reconocimiento determinadas, al mismo tiempo que una gramática de reconocimiento puede verse como un proceso productivo de sentido.

De este modo, el abordaje de los discursos puede llevar al reconocimiento de gramáticas de producción que marcan un “campo de efectos de sentido posibles” (Verón, ídem: 130). Sin embargo, este análisis en producción (y este trabajo es un análisis en producción) no permite llegar a conclusiones sobre los efectos de esos discursos en la instancia de reconocimiento.

El análisis parte de sentidos producidos y “analizando *productos*, apuntamos a *procesos*” (Verón, ídem), dado que las operaciones de asignación de sentido son

reconocibles en las marcas presentes en las materias significantes; esto es, la producción del sentido deja su estela en los productos, y a partir del análisis de estos se puede reconstruir el sentido discursivo.

7.1 Dimensiones del análisis

Para el abordaje de los textos se utilizarán categorías conceptuales operativas que delimitan niveles analíticos recortados, tales como lo retórico, lo temático y lo enunciativo. Estas dimensiones del análisis permitirán reconocer en los textos descripciones, argumentaciones, relatos, operaciones de figuración (en la dimensión retórica), temas y motivos (en la dimensión temática), enunciadores y enunciatarios inscriptos en los textos de los cuales emerge un contrato de lectura (en la dimensión enunciativa).

Estos niveles del análisis permiten dar cuenta, en líneas generales, del modo en que se organiza el texto, el modo en el que se expone y expresa lo dicho en los programas (lo retórico), de aquello de lo que trata el texto (lo temático), y de quién se expresa y quién recibe la expresión, en tanto figuras abstractas inscriptas en una situación de enunciación (lo enunciativo).

Para precisar la idea de la dimensión retórica, Steimberg toma el “concepto de retórica por el que se la entiende ‘no como un ordenamiento del discurso sino como una dimensión esencial a todo acto de significación’ (C. Bremond) abarcativa de todos los mecanismos de configuración de un texto que devienen en la combinatoria de rasgos (J. Durand) que permite diferenciarlo de otros” (Steimberg, 1993: 38).

En esta dimensión se intentará hallar huellas en los discursos que den cuenta de *operaciones de figuración* implícitas en figuras retóricas. Se habla de procesos de figuración pues las figuras retóricas no son entendidas como “ornamentos del texto sino que están en su trama íntima de producción de sentido” (Fernández, 2000). Este abordaje considera que lo importante de reconocer en las figuras son “los mecanismos de producción de sentido que están detrás de eso a lo que podemos atribuirle un proceso de figuración (...) Debemos pasar de la figura a los procesos de figuración” (Fernández, ídem). Así, las figuras retóricas se constituyen como “resultados de ciertos procedimientos que generan en la superficie del texto un efecto de torsión de la costumbre, de rareza frente a lo habitual, de protuberancia con respecto al resto del texto” (Fernández, 2003).

Por tal motivo, se podrá encontrar en este análisis figuras como la exageración, la metonimia, la metáfora, la ironía, el doble sentido, la atenuación, la parodia, etc., pero lo importante de su reconocimiento será indagar en los mecanismos a partir de los cuales producen sentido en relación con el resto del discurso del programa o con discursos sociales. El trabajo entiende que las características de estos procesos de figuración generan interlocutores determinados y definen un mundo común de sentido, con inclusiones y exclusiones de ese mundo, trazadas estas características.

Segre (1985:364) define a la dimensión temática como las “acciones y situaciones según esquemas de representabilidad históricamente elaborados y relacionados, previos al texto”. El recorrido por los programas de radio desde los rasgos temáticos nos llevará al reconocimiento de los *temas* y *motivos* presentes en los mismos. Sin embargo, “la dimensión temática no coincide con los contenidos de un

texto” (Aprea y Martínez Mendoza, 1996: 24). El tema es exterior al texto analizado puesto que ya ha sido “circunscrito por la cultura” con anterioridad al mismo y “sólo puede definirse en función de los sentidos del texto en su globalidad” (Steimberg, 1993: 38), sin poder ser localizado en un sitio determinado del texto. Por otra parte, al motivo es posible hallarlo también por una existencia previa al texto, “es reconocible en el fragmento y (...) sólo se relaciona con los sentidos generales del texto por su inclusión en un tema” (Steimberg, ídem). A diferencia del tema, los motivos pueden encontrarse en la superficie del texto.

La dimensión enunciativa es la que da cuenta de “los procesos de semiotización por los que en un texto se construye una situación comunicacional, a través de dispositivos que podrán ser o no de carácter lingüístico” (Steimberg, ídem). La enunciación es posible definirla como el producto de la articulación entre rasgos de tipo temático y de tipo retórico (Aprea y Martínez Mendoza, 1996: 27).

De este modo, la articulación de estas dimensiones permitirá proponer hipótesis sobre las operaciones constantes de construcción de un discurso que interpela a los jóvenes, y en última instancia reconstruir el enunciatario juvenil inscripto en el programa *Cuál Es*, y así responder a los objetivos del trabajo.

Por último, el análisis incorporará también los conceptos de género y estilo, según las definiciones realizadas por Steimberg (1993).

Así es que este trabajo entiende que “los géneros tienen un carácter de institución relativamente estable. Pueden definirse como clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático que presentan diferencias sistemáticas entre si y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio

social” (Steimberg, ídem: 45). El género se constituye como tal cuando puede organizar su circulación y consumo en algo previsible, y aquello que lo define es la puesta en “funcionamiento social del ‘horizonte de expectativas’” (Steimberg, ídem: 70).

Por su parte, el estilo se organiza en torno a una manera determinada de hacer, y de ello deriva su condición expansiva, centrífuga y abarcativa (Steimberg, ídem: 65). Hablar de estilo es referirse “a propiedades que permiten advertir una cierta condición de unidad en la factura de una variedad de objetos o comportamientos sociales” (Steimberg, ídem, 56). El mismo autor recuerda que “las definiciones de estilo han implicado, en sus distintas acepciones, la descripción de conjuntos de rasgos que, por su repetición y su remisión a modalidades de producción características, permiten asociar entre sí objetos culturales diversos, pertenecientes o no al mismo medio, lenguaje o género” (Steimberg, ídem: 57).

La apuesta de este trabajo por conceptos y teorías propios de la disciplina semiótica considera, siguiendo a Arfuch (2002), que “la semiótica permite justamente una articulación interpretativa, valorativa y crítica del horizonte de la actualidad, de teorías, temas y problemas que involucran, transversalmente, las diversas esferas de la vida social”.

A lo largo de la descripción del corpus surgirán conceptos operativos que serán definidos oportunamente, se sumarán a los aquí mencionados y aportarán al análisis de los discursos elegidos.

8. Descripción del programa *Cuál es*

Cuál es se emite de lunes a viernes de 09 a 13 horas por FM Rock and Pop¹⁴, “*Donde el Rock vive*”, en el 95.9 Mhz de la Ciudad de Buenos Aires. El programa comenzó en 1993 con la conducción de Mario Pergolini, Eduardo De la Puente y Marcelo Gantman. Esta formación se mantiene en la actualidad, con la activa participación de personajes intervinientes en la conversación diaria del programa.

“Una horda de guerreros inmortales, tomará por asalto la mañana de la radio. Un ritual secreto, se transporta y te captura en su trance. ¿Cuál es la única tribu del mundo, jamás dominada por nadie? Pergolini, Gantman y De La Puente. Dentro de la familia todo. Fuera de ella, ni justicia! De las tribus urbanas: la más temida”; esta es la presentación formal escrita del programa en el portal de Internet de la radio al momento del análisis.

La descripción se ordenará según indican las divisiones de la grilla del programa modelo del día miércoles 16 de abril¹⁵. La misma está dividida según los formatos en los que se puede ordenar el programa desde la producción del mismo. Esto es, una potencial grilla -guía para el operador técnico del programa desde la coordinación del aire radiofónico- bien podría tener esta división. Esto permite ubicar unidades de análisis recortadas que demuestran autonomía y coherencia interna, al tiempo que es posible reconocer instancias diferenciadas para su producción. Por las dificultades lógicas para separar descripción de interpretación, en el análisis de estas

¹⁴ La radio en la que se emite el programa es propiedad de la Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE), grupo económico mexicano conformado como empresa de comunicación y entretenimientos que llegó a Argentina en 1997. Tiene la propiedad de las radios Metro, Blue, Aspen Classic y Radio América. Además de operar el canal de cable Rock and Pop TV, organiza eventos musicales, tiene a su cargo la operación del Jardín Zoológico de la Ciudad de Buenos Aires y le pertenece el teatro Opera de la Ciudad de Buenos Aires.

¹⁵ Ver Anexo 1, en Anexo.

unidades aparecerán esbozadas las primeras interpretaciones sobre las regularidades retóricas y temáticas y, en consecuencia, una demarcación inicial del enunciatario.

La emisión elegida ofrece la mayor cantidad y diversidad de formatos presentes en la emisión, y resulta representativa del resto de los días. Sin embargo, no puede desconocerse que el programa mantiene una flexibilidad notoria en el orden de aparición de algunos de sus formatos identificados (en distintos horarios según el día). Además, existen piezas que tienen una repetición diaria, como es el caso de la canción de inicio, la siguiente conversación en el estudio, el *móvil* o la *columna de deportes*, mientras otras se emiten una vez por semana, como la columna de cine, la columna de historia de Jorge Halperín o el *Cuál Es info*. También la grilla escogida ejemplifica la movilidad de los segmentos en función de los intereses y necesidades del propio programa. Este es el caso de la columna de video-juegos interrumpida por la aparición repentina del móvil, cuya prioridad parece otorgada por la relevancia del interlocutor –el jugador de fútbol Juan Sebastián Verón- y por condiciones de producción y emisión –es posible que el jugador tuviera la posibilidad de realizar la entrevista sólo en ese momento, mientras el columnista presente en el estudio podía esperar-.

8.1 Sketch humorístico de inicio

Se compone de dos partes separadas por publicidades y una pieza humorística-publicitaria del programa. Al finalizar su segunda parte, inicia la *canción de apertura*. Historia absurda, sueño alucinado del personaje de *el locutor*, en el que el *gaucho Segovia*, personaje de fantasía del programa, anuncia la inminente caída de un meteorito llamado *Pablito Ruiz*, al tiempo que descubre a la posible salvadora, *La Hormiga Atómica*. El absurdo del argumento es explicado al final del sketch, cuando

la historia es reconocida como sueño del *locutor*, quien se desmayó cuando se le cayó un “meteorito en el marulo”, como explica la locutora. La historia es representada -no hay pasajes relatados- por los personajes de ficción de: *el locutor*, *el gaucho Segovia*, *la locutora*, *La Hormiga Atómica* y un doctor. El efecto humorístico se busca a través del desencadenamiento absurdo de las acciones; por ejemplo, la aparición injustificada del personaje de dibujos animados, *La Hormiga Atómica*, en el marco de una historia de ficción cuyos personajes eran sólo seres humanos hasta ese momento. “Después de la muerte de mi inventor, William Hanna, me deprimí y caí en el alcohol y las drogas. Y cuando toque fondo, decidí alejarme de Hollywood y venirme para el sur”. Esta explicación del personaje de *La Hormiga Atómica*, desnuda la ficcionalidad que lo constituye al tiempo que se humaniza. De este modo, se mezclan ficción y realidad en forma inesperada. El mismo efecto se busca por medio de los intercambios que incluyen referencias al mundo extratextual, desde la complicidad con el oyente, quien debe incorporar un saber y una valoración para completar el chiste. “En estos parajes, habita el único ser viviente capaz de detener a *Pablito Ruiz*”, dice *el gaucho Segovia*, y *el locutor* responde: “¿Aldo Rico?”, con voz algo sorprendida y desesperada. El nombre pronunciado es seguido por el sonido del movimiento de un cargador de pistola. El conocimiento de la personalidad pública citada y una valoración sobre la misma son necesarios para completar la ironía en la sugerencia del *locutor*¹⁶. En otro momento, *Segovia* reflexiona: “Si, estamos más jodidos que el índice de inflación del mes de marzo”, y explica, “(...) el *Pablito Ruiz*, como su nombre lo indica, es un meteorito que va marcha atrás”. En ambos casos se debe agregar un saber y valoración sobre los datos y personas citadas para comprender la

¹⁶ La persona citada lideró un levantamiento militar luego del restablecimiento de la democracia en el país. Son públicas sus expresiones discriminatorias contra homosexuales. El oyente debe recuperar esta información en la escucha.

comparación con el “índice de inflación” y la metáfora¹⁷ irónica del “meteorito que va marcha atrás”. El efecto de sentido humorístico tiene como condición de posibilidad el aporte de un saber por parte de los oyentes y una caracterización –compartida– de las referencias citadas. Se trata de un saber adquirible sin esfuerzos formativos específicos, por contacto con zonas corrientes de la discursividad social. En estos casos –y en otros que serán marcados, especialmente los llamados *metadiscursos sonoros fugaces*–, se constata la presencia de la misma consecuencia en el público marcada por Roland Barthes respecto a lo que señala como *entimema*. Según el autor, se trata de un silogismo retórico hecho para el público donde “hay que dejar al oyente el placer de ocuparse de todo en la construcción del argumento: es un poco el placer que se siente cuando uno completa un casillero” (Barthes, 1985: 71). En este sentido, pueden entenderse a estas figuras como *entimemas*, donde lo que interesa es ese placer proporcionado al público que llega no sólo por completar la idea sino también por codificar la figura cifrada, y en este proceso, verse incluido en un mundo compartido de sentidos.

Además, algunos juegos sonoros dinamizan la historia y agregan entretenimiento a la escucha. Por ejemplo, luego de la pregunta de la locutora: “¿Esto significa que estos son nuestros últimos momentos sobre la faz de la tierra?”, comienza a sonar el estribillo de la canción *I don't wanna miss a thing*, parte de la banda sonora de la película *Armageddon*¹⁸. El oyente debe establecer la relación entre la canción y el argumento del sketch para hallar el sentido. También cuando *el gaucho* sugiere: “¿Se piensan que es casualidad que yo este por estos lares?”, se inicia un

¹⁷ Metáfora se entiende como una figura retórica según su definición en el diccionario de la Real Academia Española: “Tropo que consiste en trasladar el sentido recto de las voces a otro figurado, en virtud de una comparación tácita”.

¹⁸ El argumento de esta película da cuenta de la inminente caída sobre la tierra de un asteroide gigantesco. La canción y su video-clip fueron ampliamente difundidos en canales y radios argentinos.

juego sonoro durante un intercambio de varios “sí” y respuestas de “no” entre los personajes, donde las palabras son acompañadas de sonidos similares a los producidos por la tensión o estiramiento de sogas, resortes o elásticos. Además, el nombre *Pablito Ruiz* es seguido por el ruido claro de un mordisco. En este caso, el sonido tiene una función comentativa sobre la acción y se constituye en un modalizador que incorpora sentido a las palabras¹⁹.

(*) Entre las publicidades que separan las dos partes del *sketch de inicio* se inserta una pieza publicitaria-humorística que debe ser diferenciada del resto. Consiste en una representación de *la locutora* y *el locutor* en la cual dramatizan los preparativos del programa. En la pieza, los protagonistas presentan una figura ambigua, a mitad de camino o en dos lugares a la vez, entre la ficción de un personaje inexistente fuera de la radio-sonido y la realidad de una persona trabajadora en la radio-institución (lugar de trabajo). La dramatización presenta una situación en la que *el locutor* ingresa –vía sonido de puerta que se abre- y lanza una serie de preguntas desesperadas, “¡Hola, buen día! ¿Están conectados los auriculares, llegaron los diarios, chequeaste la conexión de Internet, (...) está lista la música? (...) Es que empieza *Cuál Es*, es mucha responsabilidad”. La presentación de la escena funciona como un motivo para una invitación de *la locutora*, y la aparición de la marca publicitada: “Sabes lo que necesitas vos: reunión, charla, música y una *Quilmes* bien fría para acompañar”. La preparación de una representación protagonizada por los personajes de *los locutores* indica una jerarquización de la marca, que llega desde el programa mismo, pues allí es donde los personajes encuentran y justifican su

¹⁹ Para comprender el modalizador, el oyente tiene que pertenecer a una imaginaria comunidad de sentido, donde el ruido de un mordisco puede presentar en forma burlesca la sexualidad de una persona (homosexualidad masculina en este caso).

existencia. Además, la escena presenta aquello que está “detrás” de los sonidos y del programa.

8.2 Canción de apertura

Un tema musical que inicia en los segundos finales del sketch humorístico que lo anticipa. “Otra vez en el aire, otra vez en esta ciudad, otra vez Buenos Aires se prepara porque hay algo que en la radio va a explotar, porque ya llega Cuál Es (...) Rock and Pop de nueve a una va a explotar”. El texto identifica a Buenos Aires como el lugar destinatario de las consecuencias del programa. Interpretado por una voz femenina y una masculina, y un coro femenino. La canción puede ser ubicada, genéricamente, dentro de los sonidos característicos de la música pop-rock. Finaliza con una ovación grabada, esto es, un audio lanzado desde la operación técnica, sobre cuyo final inicia la conversación desde el estudio de aire.

8.3 Bloque inicial de conversación en el estudio²⁰

Las voces conversan en el estudio de la radio, intercambian breves expresiones. La lógica de funcionamiento de la conversación marca que alguno de los participantes lanza una frase (que llamaremos *frase-título*) para que el resto haga comentarios, cortos y poco argumentados, a modo de acotación, hasta que una nueva *frase-título* de lugar a una renovada serie de acotaciones. Estas *frases-títulos* pueden tomar la forma de una pregunta, la lectura de un título en la prensa gráfica (diarios o revistas) o en la televisión, un comentario sobre estos títulos, una anécdota, la lectura de un mail enviado por un oyente, una desviación de la *frase-título* anterior, una reflexión o una situación producida dentro del estudio (presencia de una torta o una

²⁰ La descripción de este momento del programa es extensiva al *bloque de conversación en el estudio*.

mochila con paneles solares). Es el conductor principal, Mario Pergolini, quien decide el paso a una *frase-título* nueva o el retorno a una dejada en el camino. Secundarios en la cantidad de tiempo utilizado para hablar y en el protagonismo de sus comentarios, los co-conductores, Marcelo Gantman y Eduardo De la Puente acompañan a Pergolini. Otras voces también participan de la conversación en el estudio. Son reconocidas como *Casado* (Hernán), *Gallo*, y personajes que hacen apariciones esporádicas como *Mogy*, *el gaucho Segovia*, *el doctor*, y con una participación más frecuente, *el Panza*. La persona que realiza los móviles, Mariano Cena, y el columnista de cine, Guillermo Hernández, se suman a la mesa en los días lunes y jueves respectivamente. El comienzo del programa del día miércoles permite reconocer el modo de construcción de la conversación característica en este bloque²¹:

Pergolini inicia su locución del día leyendo el título de una revista, sobre el que hace un comentario: “**Cabré festejó el cumpleaños de Fandiño a puro beso**”²². Y más bien”. “¿Nada más?”, pregunta De la Puente. Y seguido a eso representa Pergolini una supuesta escena: “Ya está, por favor, ya está”. Luego sigue: “**Por qué Caras manda cuchí**...están locos de poner cuchillos en la calle, Caras. La gente va a robar los quiscos para robar después las farmacias”. Se oye el ruido de un sable emitido desde la operación técnica. “Quiero llevar todas las Caras”, dice De la Puente con voz afectada, imitando a un ladrón. “¿Está bueno?”, pregunta *Casado*. “No, pero por lo pronto vas al quiosco y...”, responde De la Puente y sigue: “Es el que te cambian cuando viste, cuando decís: no, yo quiero el New York Steak. Y entonces te traen, te cambian el cuchillo”. Gantman agrega: “Para comer naranjas”. De la Puente comenta: “Te digo, igual vas al quiosco y le decís: *dame la Caras, si, a ver, sacas el cuchillo, ahora dame la guita, listo*”. Risas grabadas. “Pero no me pagaste la Caras todavía”, dice Gantman. Pergolini interviene: “OK. Funciona”. “¿Quién habla?”, pregunta Gantman. “El de la televisión. Canal 2. Te regalo la Gente”, responde Pergolini, y continúa hablando: “**L casei**. Tomo todos los días”. “Yo también”, lo interrumpe De La Puente: “Un año, dos años, hace que tomo yo”. Pergolini agrega: “Y en el primer resfrío...”. Gantman comenta sobre lo dicho: “Hay que buscar otro *focus group*”. “La verdad que lo vengo tomando... no, no hice la prueba de los siete, de los catorce, hice la prueba de los 760 días”, recuerda Pergolini. Gallo dice: “Y te pasaste. Porque ahora te van a mandar el mail diciendo que es algo que el cuerpo ya tiene... que si vos le das mucho...”. Pergolini sugiere: “Es como esos que toman complejo vitamínico. Que toman 30 días sí, paran 30 días y en ningún lado del prospecto ni ningún médico avala eso”. *Gallo* responde: “Pero en vez de ir a un médico, le haces caso a uno del gimnasio que dice: *a ésta tomala 15 días, después dejala una semana, después toma de a dos*”. Sin pausas, Pergolini agrega: “Porque uno confía más en el usuario. Por eso los foros de Internet funcionan tanto”. Gantman interviene: “Pero yo no recuerdo que estas cosas te aclaren específicamente que no te vas a resfriar”. Pergolini responde: ¿Cómo que no? El aviso te dice exactamente que tenés las defensas altas”.

²¹ Todos los bloques de *conversación en el estudio* conservan las mismas características generales señaladas sobre este bloque de inicio.

²² Marcado con negrita cada *frase-título* presente en el fragmento.

“Pero para qué”, pregunta Gantman. “Para todo”, asegura Pergolini: “Mira la defensa del que jugó ayer con Estudiantes que se metió los goles solos”. Gantman agrega: “Pero defensas altas, pero goles de pelota parada”. Pergolini afirma: “Yo quiero ser sincero (...) lo he tomado 365 días, todo el año, y el primero que me tosió adelante: acá estoy. Eduardo, quiero decirlo, quiero aclararlo”. “Y pero él no tomó, es como el murciélago que muerde al gato”, dice Gantman. “Si, cómo que no, hace un año y medio que lo estoy tomando, y mirá como estoy”, recuerda De la Puente. “Bueno, pero vos tomaste te verde, durante seis meses, y sos la persona que más se enferma de nosotros”, completa Pergolini. “Bueno, que va ser, o sea, ergo, todo esto es mentira”, sentencia De la Puente. Después de un breve silencio, Pergolini dice: “**no hay como la medicina**, esos que te vienen con 5 miligramos...”. Casado se suma al comentario: “Qué me viene con yuyos señor. Laboratorio, viejo”. Pergolini continúa la idea: “Vienen con que el té verde. Si uno toma. Acumula, pero...”. Suena un ruido de algo que estalla en astillas después de ser lanzado al aire. *El Panza* agrega: “Dame una pasta y...”. De la Puente continúa: “Si, dame algo que el hígado tiene que procesar, que decís: ¡Dios aahhh! Pero no hay resfrío”. Casado completa: “No hay nada mejor que cortar la pastillita, y decís: *me la tomo entera, a la mierda*. Pergolini interviene: “**Los de Cuenca eran horrendos**”. *El Panza* continúa: “Qué grupo fácil le tocó”. Gantman opina: “Pero estuvieron todos parejitos hasta el final”.²³

Se trata de un intercambio verbal fragmentado, desordenado, de conclusiones rápidas y parciales -cuando existen-, donde los comentarios rara vez exceden los 20 segundos o se extienden en una explicación o argumentación encadenada. Si esto sucede, será el conductor quien lo haga, o eventualmente los co-conductores²⁴. Las frases pueden no finalizarse, ser completadas por otra persona, “amontonarse” y ser dichas a la vez. En el mismo sentido, la lectura de algunos mensajes enviados por mail, realizada siempre por el conductor, es interrumpida en la mitad, susurrada en forma inaudible o sólo entonada sin el texto (“tarareada”). El paso de una *frase-título* a otra no se demora más de 4 minutos o 5 minutos, salvo contadas excepciones. Un ejemplo que muestra estas características puede ser señalado el día el lunes:

Pergolini dice sonriendo: “**Contratapa de Crónica**. Una foto del más grasa, diciendo Crónica, firme junto al amigo en el día de su esperado regreso (...)”. En la mitad de la lectura, *Gallo* introduce una acotación: “Reclame su póster central”. Al finalizar la lectura, se escucha el sonido de un disparo. *Mogy* dice: “Los va a aplastar a todos. Imponente. Están nerviosos ustedes”. Pergolini señala: “¡Que grasada Dios mío!”. Gantman dice: “La foto, se nota que fue la última foto”. Representa la situación: “Ahí ya está, no, bueno (...). La camisa está...arrugada”. “Está de brazos caídos”, completa *Gallo*. Pergolini señala: “Además la foto Zulander, ya no te que...es Zulander, se la pasa

²³ El fragmento reproducido se prolongó aproximadamente 4 minutos.

²⁴ El ejemplo que sirve como excepción es la aclaración pública, y crítica a programas televisivos, realizada por Pergolini en el inicio del programa del día jueves, luego de acusaciones públicas recibidas por el conductor sobre supuestos dichos discriminatorios.

poniendo la cara Zulander, se chupa así un poco los pómulos (...). De la Puente completa: “Para mi tiene cara de lar lastima. Bueno, mmm “. Se oyen risas grabadas, lanzadas desde la operación técnica. Pergolini ríe un poco también y luego retoma la locución: “**Había casi 100 cuerpos**, dos o tres por sepultura. Los nuevos testigos contra Patti”. Silencio de palabras, sólo suena la cortina musical. Gallo pregunta: “¿Arrancamos así?”, y De la Puente completa: “Ahora levantamos cómo”. Pergolini dice: “Con el camión...**basta de camiones voladores**. Viste el camión este que salió al costadito...”. No termina la frase y lo interrumpe Casado: “¿Cómo hizo para estar así?”. Pergolini sigue: “No sé. En la avenida, autopista Buenos Aires-La Plata, que encima es casi toda al ras del suelo. El tipo salió justo en el único lugar donde no es al ras del suelo”. Casado continúa el comentario: “Tenes que saltar: ¿Cómo haces? Pergolini sigue: “No sé cómo hacen para hacer eso, pero lo hacen seguido. Sabes que en skate, o me imagino con las bicis y un montón de otras cosas, que se llama un *fifty-fifty*. Vos agarrás y pones la mitad de la tabla sobre el costado de algo, raspas, digamos”. Gallo completa: “Vas deslizando”. Pergolini sigue: “Yo creo que hacen eso, hacen un *fifty-fifty*”. Luego siguen arriesgando hipótesis inverosímiles sobre los motivos de los despistes de los camiones.

Es notorio el protagonismo de Pergolini, en la extensión, cantidad y volumen de sus acotaciones, además de ser el principal proponente de *frases-títulos*. De la Puente y Gantman parecen compartir un lugar secundario en estos términos, con una actividad más participativa de De la Puente. En rol de “acotadores” se encuentra el resto de los participantes y personajes, e incluso sus voces parecen sonar más bajo o algo lejanas. En este juego de voces, De la Puente actúa como compañero de humorada de Pergolini, como reforzador o rematador del comentario. Así, cuando Pergolini señala: “Yo durante el paro agropecuario comencé a ver los nuggets de los perros como una alternativa, viste que te dicen: *con el mejor hígado, con la mejor carne*”. Y De la Puente completa: “Llenos de pollo, sabes cómo le entraría a un nuggets”. O en el intercambio en el que De la Puente se queja cuando Pergolini le sirve una porción de torta: “No me la des así, lávate las manos”. Y la respuesta del conductor es: “Pero si la vas a agarrar con las manos”. De la Puente responde: “Pero son mis manos, es mi pito el que sacudo con estas manos”.

El registro verbal mantenido por los participantes es coloquial, sumamente informal, con insultos y algunas expresiones propias de la jerga juvenil urbana. Además, en la locución del conductor se evidencia la pronunciación inconclusa de

palabras o frases, la escasa modulación de la voz -salvo en casos especiales- y la construcción de oraciones fragmentadas, partidas, con ausencia de conectores. También es importante marcar que el conductor no duda en interrumpir la participación de otra voz en caso de sentirse curioso por una situación ajena a la conversación. Valen como ejemplos las siguientes situaciones. Durante la columna de crítica de cine, Pergolini interrumpe al columnista para preguntarle a De la Puente: “¿Por qué levantás la tapita de la cafetera para servirte?”; durante un intercambio entre Pergolini y *El Panza*, el conductor interrumpe una pregunta para comunicar una noticia que observa en el televisor del estudio: “¿Vos has llegado a ver perros...empezó a nevar, en el primer lugar donde nieva (...)”; cuando el personaje del *doctor* le sugiere: “tire una bombita con eso, vamos, discrimine”. Pergolini dice: “Perdón, me habían mandado un mensaje de texto, perdón, perdón, perdón, no sabía quién, quién...”, y ante la incompreensión de sus palabras, el personaje insiste: “Hay un programa acá, hay un programa al aire”.

El segmento comienza con un intercambio verbal ya iniciado, pero cuyo principio se desconoce, y no en todas las ocasiones es recuperado por los participantes. Además, suelen referirse a situaciones que involucran a las personas en el estudio de radio, sin hacer aclaraciones para la comprensión del diálogo por parte del oyente. Por ejemplo, el lunes inicia con una frase de Pergolini: “Y le dice, te la paso y no se la pasa. Y ahí comienza el quilombo; ¿entienden ahora?”. De la Puente le responde: “Ahora sí, ahora sí”. Y el conductor finaliza la explicación misteriosa: “Y ahí es cuando sale y dice, no aguanto más, necesito un corazón y dos pulmones. Esa es la verdadera historia y no voy a tocar más el tema”. Y el martes inicia con Pergolini diciendo: “Este es el USB mío, que yo te presté ayer. Vos lo pusiste en tu maquina y

me lo estas devolviendo”. ”Si, la de acá”, responde *Gallo*. “Entonces lo tengo que prender fuego”, señala Pergolini. Ésta constituye una marca que se repite en varios pasajes del espacio: sus participantes mantienen intercambios donde parecen olvidar la situación comunicacional instalada por la radio. El intercambio verbal parece olvidar que hay un público, que aparece así como un invitado circunstancial que puede presenciar una escena de cuasi-intimidad a la que es invitado en forma lateral.

No son evitados los sonidos de tazas, del movimiento en el estudio de diarios o sillas, tampoco se repara en el sonido de las voces afectadas por el trago de café o bocado de algún alimento recientemente ingerido (práctica verificable sólo en De la Puente y Pergolini). Incluso Pergolini puede ofrecer: “Alguien quiere más café”, mientras el resto sigue conversando. Además, se producen prolongados silencios de voces, con la continuidad solitaria de la cortina musical.

Los diálogos son acompañados por sonidos emitidos desde la operación técnica con función comentativa, que es posible de reconocer como *fugaces metadisursos sonoros*. Aquí se entiende a metadiscurso en el sentido que Gérard Genette reconocía a uno de los tipos de relaciones transtextuales. Esto es, la metatextualidad como la “relación de comentario que une a un texto a otro del cual habla y al cual incluso puede llegar a no citar. La crítica es la expresión más acabada de esta relación metatextual”²⁵. De este modo, es común escuchar el “scratch” característico de un disco o el ruido de un casete -o imagen- en proceso de aceleración hacia atrás o adelante, seguidos por un silencio, para indicar incompreensión o solicitar una explicación sobre lo dicho. También son de uso repetido los sonidos de risas (que pueden cargar sentido irónico o burlesco); aplausos; ovaciones; suspenso, por medio de canciones propias del género *film de suspenso*; misterio, con la utilización de la

²⁵ Tomado de Marafioti, 1998: 160.

música que identifica a la serie televisiva estadounidense *Los Expedientes Secretos X*²⁶; decepción, en forma de una lamentación en coro (“uuhhhh”); reprobaciones, por medio del ruido que simula el lanzamiento de un objeto con fuerza al aire con su inmediato estallido en astillas; burla, con la reproducción de un ruido que simula un gas desprendido de una persona; drama o tensión, con la aparición de un sonido que remite al género de *telenovela*, puntualmente a los momentos de descubrimiento dramático de un hecho desconocido o a los momentos de tensión vividos por los personajes de ese género.

También se producen momentos donde los participantes del programa juegan con las posibilidades y limitaciones del medio, como la representación de De La Puente de un locutor de publicidades y un actor español de películas pornográficas, posible gracias a su afonía; los momentos en que Pergolini toca el tonete; las situaciones en las que conductor ironiza sobre su conversión en un “nuevo Mario”, dulcificando su entonación que se vuelve cálida y amable, con la cortina musical de fondo, especial para la ocasión; la simulación de ahogos que realizan todos los participantes de la mesa, con respiraciones sonoras producidas desde la garganta, acompañando dichos de Pergolini; el comentario de anécdotas que incluyen a famosos con la cortina musical en volumen alto para impedir oír la conversación; la incorporación a la emisión del audio procedente de un canal de televisión.

Las acotaciones son particularmente fugaces en las oportunidades que se leen títulos de revistas que siguen la vida de personajes públicos, especialmente del ambiente del espectáculo televisivo o del teatro de revistas²⁷. Lo mismo sucede con

²⁶ La serie tiene como argumento central la investigación de casos vinculados a las presencia de seres extraterrestres.

²⁷ La lectura de los títulos de estas revistas (o fragmentos de ellas) ocupan un importante lugar, en términos temporales, en este bloque, los días miércoles y viernes.

las respuestas a los mails, que generalmente son brevísimas, principalmente a cargo de Pergolini.

La lectura de mensajes ocupa un espacio temporal bastante considerable en los momentos de *conversación en el estudio*. Se trata de un espacio de consulta, sugerencia, proposiciones, opiniones –de oyentes y conductores–, de provocaciones, de intercambios –aunque breves y codificados por el formato que deja a los conductores y acotadores la última palabra–. Se reproduce un fragmento a modo de ejemplo:

“¿Vieron el partido de los Spurs-Jazz donde Okur le pegó una trompada a lo Zandoná a Oberto?”. Pergolini dice: “No lo vi.”/ “En el tema Engaña de Cerati, se escucha también un cazú”. Pergolini responde: “Epa, al final toco un instrumento que es re usado en el rock”. / “Mario, sabes que si vos estuvieras en el trece y el grasa en otro canal, sería distinto”. “Bueno, me alegro”, comenta el conductor. / “Hola Mario, que bueno saber que formamos parte de una familia del grupo de tus oyentes”. “Bueno, me alegro”, responde Pergolini. / “Hola Mario. Dejate de joder: ¿Ahora arreglamos todos los partidos?”. Pergolini responde: “No, yo dije que merecían ganar, ustedes son un poquito mejor que el Caracas, no tengas la más mínima duda”. / “Hola gente, el tema de la niebla no será puro marketing”. “Si claro”, contesta Pergolini, pero Gantman pregunta: “Pero marketing de qué”. Pergolini dice: “De la niebla, ahora hay una empresa que está por sacar (...)”. / “Hola Mario, qué pasó con tus dichos”. “Qué bueno alguien que vive en un submarino. Eso es genial”, dice Pergolini. / “Mario, esta vez mereces felicitaciones por lo que dijiste”. Pergolini agrega entre risas: “En las otras fuiste un animal, pero en ésta, bien”. / “Mario, este Fabricio, ¿no es de Vicente López?”. “No”, contesta el conductor. “Mario, el subte me dejó en Medrano”. “Bueno, creo que vos te tenes que bajar, el subte igual sigue”, comenta Pergolini y Gantman completa: “Bueno, bajate, cruzate a Pin Pun y comete una porción de parado”. / “Mario, las concentraciones de gas (...)”. / “Mario, porque no lo decís al aire, loco, es una vergüenza lo que pasa con el humo, el gobierno no es capaz de poner aviones hidrantes, no es capaz de apagar el fuego”. El conductor comenta entre risas: “¿Dónde están los aviones que necesitamos? En el DF sabes lo que darían por alguien que encuentre una solución a tanto humo” / “Mario, leíste que a una chica de 15 años la encontraron en una orgía con 16 hombres”. “Si (...) nos vamos a comunicar directamente desde la orgía”, responde Pergolini.²⁸

Resulta interesante señalar que, como lo ejemplifica el fragmento transcrito, la mayoría de los mensajes están destinados al conductor. Además, se observa que pueden ser respondidos en forma burlesca o irónica hacia quienes escriben. Incluso se evidencian casos de respuestas agresivas o agraviantes: “Martin manda un mail y dice; Mario, Tinelli te hizo la cola, hizo casi el doble de rating que vos, es más

²⁸ La mayoría de los mensajes comentan la aclaración pública realizada por el conductor el mismo día.

inteligente...”, lee Pergolini y responde: “Alguien que mide la inteligencia por el rating”. Se oyen risas grabadas y De la Puente agrega irónico: “Está muy bien Martín, demuestra mucha inteligencia”, y Pergolini concluye: “Demuestra lo vivo que sos”; u otro ejemplo: “Fijate que en *youtube* hay muchos videos y varios tienen subtítulos diferentes”, lee Pergolini y dice con tono de cierta incredulidad: “La gente está... la gente está...”. “¿Así que hay varios videos en *youtube*?”, pregunta irónico Gantman.

Por otra parte, también se constata agresividad, con uso de insultos en algunos mensajes recibidos, como los siguientes: “Mario, sos un asqueroso. No faltes el respeto a los equipos del interior. Sos un pelotudo y no cambias más. Tengo que ir a buscarte a la salida de la radio y cagarte a piñas”; “Mario: ¿Cuanta gente comió mierda anoche?”; “¡Qué tarados que son! Flor de la V no se metió al agua porque está indispuesta”; “Ustedes son boludos, después de 15 años a qué muñón le pones un brazo biónico”; “Forro, dejá de romper las bolas con los que tenemos pito chico, no te das cuenta que es feísimo”.

Los mensajes dejan ver que la forma de humor predominante en el espacio –en el intercambio codificado que se produce- asume la forma de burla o provocación. La burla o la provocación pueden caer sobre los propios oyentes que envían mensajes, terceros generalmente famosos -desde una complicidad entre el oyente y los conductores-, eventualmente alguno de los conductores o acotadores. En todos los casos, el motivo de risa es otra persona –sus dichos, acciones, características físicas, sexualidad-.

El bloque se ordena según la lógica del zapping televisivo, donde las *frases-títulos* ocupan el lugar de los canales, y por esto, son visitados y revisitados con comentarios y acotaciones que las recorren. Es el devenir de una conversación

fragmentada y marcada por las líneas propuestas por el conductor principal. Su duración aproximada es de 30 minutos y el cierre del espacio está a cargo del conductor con una frase histórica en el programa: “Muy buenos días a todos”.

La descripción de este bloque se extiende también al *bloque de conversación en el estudio* puesto que tienen la característica común de constituirse como momentos de emisión realizados en vivo desde el estudio, con la conducción de Pergolini, y con la posible intervención del resto de los participantes señalados. Además, se muestra como un espacio abierto para el aporte de cada participante del mismo.

El *bloque de conversación en el estudio* se halla conformado por fragmentos de acotaciones donde los participantes bien pueden dedicarse a la lectura de mails, referirse a un artículo periodístico, anunciar los siguientes bloques del programa, comentar lo que observan en el televisor, contar una anécdota o el fragmento de una película. No obstante esta heterogeneidad, es posible reconocer 4 momentos²⁹ importantes, por su regularidad, dentro de estos bloques: *el intercambio, la burla, la provocación y el juego*.

El intercambio refiere a los pasajes del programa en los cuales conductores y acotadores intercambian frases sin pretensión de exhaustividad o conclusión. Atraviesan una *frase-título* -que puede ser pensada como motivo, en términos de Segre- desde distintos comentarios hasta perderse en otra ronda de intercambios. Los fragmentos citados arriba donde se habla de los “camiones voladores” o el “L casei” pueden servir como ejemplos, como el pasaje siguiente del día viernes:

“Mario: qué pasa si en estos días voy a un restaurante y pido una mesa en el sector no fumadores”. Lee un mensaje Pergolini, se escuchan risas grabadas y continúa: “Esperen, hay un error, todos los humos no son iguales, si vos prendes fuego papel y aspiramos el humo de ese papel, lo más probable es que estemos en un grave problema, porque está

²⁹ No se trata de momentos temporales, sino de porciones de discursos en los que se observan estos modos recurrentes de construir el sentido en el programa. Vale decir, un mismo espacio temporal puede formar parte de más de uno de los momentos reconocidos por el análisis.

mal”. Se oye el sonido de un incendio. “Depende el componente químico de lo que estás prendiendo: si quemás una cubierta y prendes eso...”, señala *Casado*. Retoma Pergolini: “Yo insisto, yo creo que tendrían que ir todas las dotaciones de bomberos a apagar ese fuego ya”. “Dejensé de joder”, completa *Casado*. “Claro, de alguna forma tenemos que parar”, insiste Pergolini. “¿Un barco desde el río no puede? Chupa agua de ahí y tira, desde lejos”, propone *Gallo*. Se escuchan suspiros irónicos de los participantes y Pergolini dice: “Bue... acaba de hablar el ingeniero Blugerman”. “Hacé una carpeta Gallo y presentala”, comenta *El Panza*. “Picolotti está recibiendo ideas. Así que capaz que le sirve”, apunta *Casado*. “Está muy bien, a nadie se le ocurrió...ahh...están en el delta, claro, también alguien pensó en bajar las islas así se inundan”, contesta Pergolini. “Pero además, cuando los apagás, eso genera otro humo, distinto al de antes”, comenta Gantman. “No. Genera vapor de agua. El calor, el agua, no es humo eso”, corrige algo dubitativo Pergolini. “Hay que hacerse amigo de este humo. Es bueno, aprendamos a quererlo”, sugiere *El Panza*. “Yo lo voy a extrañar cuando se vaya”, señala Gantman. “No creo”, contesta Pergolini. “En varios meses se va a ir”, sugiere *Casado*. “Pero hoy el viento no va a hacer en ningún ratito lo que hizo ayer. Perdón los que están escuchando esto en Santa Fe, Neuquén, en Mendoza. Los mendocinos ni se imaginan que esto pueda pasar”.

Por otra parte, con el momento de *la provocación* se hace referencia a los comentarios de los integrantes del programa que, por medio de la ironía, producen un efecto de sentido de choque, de incomodidad, y se construye un efecto de sentido de provocación para el oyente, alguna institución reconocida o personaje público. Algunos ejemplos pueden ser los siguientes. Cuando calculan la cantidad de carne que deben asar para batir un record, Pergolini sugiere: “Y los tiramos, no le damos de comer a nadie, lo hacemos en un lugar donde haya chiquitos con hambre, y que el humo vaya para ese lado”. También el martes, Pergolini comenta sobre un programa de televisión³⁰: “Que pongan mogólicos, en serio, que haga lo que realmente quiere hacer: que haga un concurso de freaks, que lo haga (...), es buenísimo que haya puesto un ciego para que nos riamos”. “Los tullidos, gente que se cague, en sillas de ruedas, sin algunas extremidades”, completa De la Puente. Del mismo modo, Pergolini habla de “todas las radios que viven de lo que da ésta. Bueno, vamos a ser sinceros, todas viven gracias a lo que nosotros facturamos por ustedes”³¹. Por otra

³⁰ Pergolini se refiere a *Bailando por un Sueño*. El programa consiste en un concurso de baile donde compiten personas que buscan cumplir un sueño personal.

³¹ El conductor habla sobre las otras radios que forman parte del mismo grupo empresario.

parte, cuando *Gallo* menciona que “es el día mundial de la voz, hoy (...) pueden ir a hacerse análisis gratis a los hospitales”. Pergolini sugiere: “La cantidad de gente que se va a enterar que tiene cáncer de garganta hoy”.

Con el reconocimiento de un momento de *burla* se intenta marcar la recurrencia de frases o diálogos donde se expresa una burla o la ridiculización hacia alguna persona o grupo de personas, generalmente personajes públicos. Las respuestas irónicas a los mensajes son claros ejemplos de este tratamiento. Algunas situaciones como las siguientes ejemplifican el momento. Pergolini lee el título de una revista: “Debute como tío y soy el padrino más feliz, dice Iñaki Urlezaga. Veo a Iñaki con un bebe y digo: *qué raro esto...*”. Se oyen risas grabadas y De la Puente pregunta: “¿Debute con un tío dijo?”. Unos minutos más tarde, el conductor vuelve a leer: “Con los preparativos de mi casamiento baje seis kilos. Valeria Lynch”. *Gallo* comenta: “Sigán preparando porque no se nota”. “Claro, le falta cuatro casamientos más”, completa Pergolini. En el mismo tono, Pergolini comenta entre risas: “Ayer miraba Marley, y Florencia de la V –una travesti- le decía que no se iba a tirar al agua. Me la imaginaba con el traje apretado ese...”. Al finalizar se oye el sonido del berrido de un elefante y *Casado* señala: “Entra uno y salen dos del agua”. Y más tarde el mismo día, un mensaje dice: “Flor de la V no se metió al agua porque está indispuesta”, le siguen risas grabadas. En otro tipo de situación, que también puede ser reconocida como de *juego*, los conductores y participantes ridiculizan las canciones de un grupo de música que envió su disco a la radio: “*Sin darme cuenta, tome más de la cuenta*, está bien”, dice Pergolini. “¿Ésta es la uno todavía?, ah no, la dos, todos los temas son iguales, acá está la explicación, el último tema, el doce, tengo 16 años se llama”, comenta De la Puente mientras suenan las canciones.

El momento del *juego*, que muchas veces coincide con el de *la burla*, fue descrito y ejemplificado en parte más arriba, donde se menciona la realización de juegos sonoros. Pero también se incluyen las situaciones en las que los participantes del programa se entretienen representando situaciones que consideran graciosas, o se involucran en acciones o intercambios con un sentido lúdico, apariciones de los personajes, y una gran cantidad de chistes. Por ejemplo, un pasaje del *gaucho Segovia*: “Es el gris Albarracín, el pájaro Albarracín, el pájaro mas depresivo del bosque, por eso este humo que se mete en las fosas nasales de los porteños los va a hacer más depresivos, van a estar llorando por todas partes, porteños de mierda, porque son de mierda, eso lo que son...”. También son ejemplos claros de este momento las situaciones en las que los participantes le hacen preguntas a una bola (“nos mandaron la bola que le preguntás algo y te responde”), o cuando comienzan a escuchar un programa de computación que enseña a hacer trucos de magia. Algunos mensajes también pueden entenderse como chistes: “Que loco no, ahora todos los adolescentes llegan a la casa con los ojos rojos y dicen: *el humo me está matando*”; “No se preocupen más por el motivo del humo, acaba de salir libre Patti, se abrieron las puertas del infierno”; “A Central le dicen pasajero educado: permiso, voy a descender, permiso”. Además, situaciones de *juego* pueden surgir de la lectura de una revista: “Mirá esta foto: flotando y dejando el culito afuera. Cómo le pedirá el fotógrafo, imagínate que estamos en el mar y yo soy el fotógrafo”. Este comentario del conductor es seguido por el ruido de olas de mar y flashes de fotografías. Luego Pergolini juega a representar a un fotógrafo: “Claudia, a ver, tiráte boca abajo en el agua, que el culito sobresalga y vos quedate abajo del agua”, y El Panza lo acompaña: “Dame el culote, levantá los panes mami, dale. Eso, abrí el Potosí”.

Los ejemplos extraídos también permiten notar que los mensajes de los oyentes se incorporan a los momentos de *juego, provocación y burla*.

8.4 Tres canciones seguidas

Se trata de un espacio donde se reproducen tres canciones sin interrupciones, una pegada a la otra, sin presentación, que pueden ser reconocidas dentro de un mismo estilo o pueden pertenecer a la misma banda. Por ejemplo, el día lunes, los temas musicales son del grupo *Blind Melon*; el miércoles, el propio Pergolini explica el criterio de elección: “Muy largo el comienzo, pero muy clásico, yo creo que les va a gustar”, para dar lugar a canciones de *Led Zepelin, Metallica y Guns and Roses*; y el viernes se trata de tres canciones reggae en inglés. El bloque es un espacio tradicional dentro del programa, y durante la semana analizada contuvo canciones interpretadas solamente en inglés. Son canciones elegidas por Pergolini y este es un dato conocido por los oyentes.

8.5 Artística institucional de la radio

El formato sirve para separar el momento publicitario del momento del programa. En estas piezas la radio se presenta como la institución en la que se incluyen las distintas emisiones de la programación. Por tanto, en estos fragmentos traza su perfil estético y delinea las tendencias musicales, ideológicas y estilísticas de la radio en su totalidad.

El programa se emite en el momento del día que registra los mayores niveles de escucha de radio y registra la mayor cantidad de oyentes dentro de las radios FM de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires. Por estos motivos,

se espera que la emisora considere central este horario para afirmar sus marcas distintivas por medio de las piezas artísticas.

Dado que estas piezas se incluyen en la continuidad del horario del programa y forman parte de la propuesta sonora de la misma institución que aloja a la emisión, contribuyen en la conformación del mundo semántico propio del programa analizado, independientemente de su autonomía formal. Por estos motivos, resulta de vital importancia reconocer los rasgos salientes (retóricos, temáticos y enunciativos) de estas piezas, pues también privilegian modos de enunciación, seleccionan temas –en términos de Steimberg- y recortan un mundo sonoro que permite reconocer un *contrato de lectura* propuesto por la radio como institución, y una cierta imagen de joven que se proyecta de las mismas.

Durante el periodo analizado sobresale la serie de artísticas que el trabajo reconocerá como *las posiciones sexuales*³². En esta serie se describen distintas formas del acto sexual, del que participan, por medio de metáforas y juegos con los dobles sentidos de algunas palabras, la radio-emisora y el oyente. El lugar de la emisora es ocupado, en algunos pasajes, por el “rock”, en una metonimia³³ *rock-emisora Rock and Pop*³⁴. Esto es, las posiciones propuestas para el acto sexual se desplazan a la relación radio-oyente. De este modo, en cada pieza, los textos son dichos por una voz -del locutor institucional de la radio- sugerente, sensual, varonil, libidinoso. Comienzan y finalizan con gemidos de mujer, que se escuchan más agitados y

³² Sobre un total de 35 piezas, se registraron 15 piezas incluidas en la serie *las posiciones sexuales*.

³³ Aquí se entiende por metonimia la figura retórica definida por el Diccionario de la Real Academia Española como “tropo que consiste en designar algo con el nombre de otra cosa tomando el efecto por la causa o viceversa, el autor por sus obras, el signo por la cosa significada, etc.”.

³⁴ “El sonido del rock se dobla pero no se rompe, y te pasa de lado a lado”, o “El rock te viene tirando los ratones a varios kilómetros de distancia”, o “El oyente deja que el sonido lo domine (...) que será un simple títere del rock”, o “Algunos oyentes preguntan si esto genera placer, otros intentan devolverle al rock sólo un poco del placer que les genera”. Artísticas fuera de la serie reafirman la idea: “Rock and Pop, donde el rock nunca se corta”; “Rock and Pop, vocales en el cabildo del Rock”; “Rock and Pop, tiempo de Rock”.

continuos hacia el final de la pieza, que reproduce así, en su orden, desde estos sonidos, los momentos del acto sexual³⁵. Así, al inicio de cada pieza, se presenta la figura a describir (*El sometido / La sorpresa / El tornillo / El móvil de la rueda / La profunda / La Libélula / El beso de la mariposa / La hamaca / La postura de la varilla / Felatio / La posesión / La acrobática / El furor salvaje / La catapulta*), seguido de golpes de batería y juegos con el crujido de la distorsión de un guitarra eléctrica. Las descripciones pueden tener la siguiente forma: “La hamaca. Sentado en el piso el oyente se toma los muslos con las manos, balanceándose sobre sus nalgas, y coloca la radio cerca de lo único que necesita para subir el volumen. Cumplimos todas tus fantasías sin ponerte un dedo encima”. Todas las piezas finalizan con un remate acompañado por el surgimiento repentino del fragmento de una canción que se puede clasificar como parte del hard-rock³⁶. Esta característica se repite en la mayoría de las piezas artísticas analizadas, vale decir, la aparición de acordes de guitarras eléctricas en distorsión de su sonido junto a fuertes golpes de batería –incluso puede oírse algún grito en inglés- inmediatamente después de la mención del nombre de la emisora y/o acompañando la frase de bajada con apelación directa al oyente. En la serie *las posiciones sexuales*, el remate interpela, desde las palabras, de modo cómplice e individual, al oyente: “Sólo te pedimos que pongas la oreja. Lo demás, es cosa tuya. Rock and Pop. Donde el rock, vive”. De este modo, el texto se cierra con el slogan de la radio.

³⁵ Los actos sexuales descriptos reenvían a relaciones libidinosas o lujuriosas antes que a relaciones amorosas. Los gemidos reproducidos son huellas del género audiovisual pornográfico.

³⁶ La mención no pretende exhaustividad clasificatoria, sino remarcar la idea de la aparición de cierta sonoridad junto al remate de la pieza artística.

Otra serie identificable en las piezas institucionales se puede reconocer como *las grandes preguntas del rock*³⁷. En ésta, el remate es: “Rock and Pop, no tenemos las respuestas, pero tenemos las mejores preguntas”, o “(...) nos preguntamos lo mismo que vos”. En las piezas se ironiza con reflexiones y preguntas sobre situaciones que involucran a figuras internacionales de la música (Michael Jackson, Paul McCartney y George Michael). En tres de ellas, la ironía se desprende de la tematización de la sexualidad y aspecto físico del cantante³⁸.

En sintonía con la idea rectora de la serie *las posiciones sexuales* y con un tema dominante en la serie *las grandes preguntas del rock*, son recurrentes las referencias a motivos incluidos en la gran temática de lo sexual. Estos pueden referir a situaciones directamente relacionadas con la práctica sexual y la sexualidad: “Experta oral, atención 24 horas, exuberante y completita, siempre caliente”, dicho en tono sensual, en forma de imitación a la presentación de una mujer en situación de prostitución en un imaginado mensaje telefónico; “Es como esa chica de los bosques de Palermo”, dicho sobre el susurro de una mujer de fondo y seguido por un comentario coloquial de un hombre: “Roberto, qué cambiado estás”; “Como a Saturno, nunca le revisaron el anillo”, dicho en un frase donde la última palabra está separada de resto por un sonido de interferencia seguido por un silencio breve. También pueden reenviar a órganos sexuales y gestos vinculados a los mismos: “Agarra la batata, acá”, seguido por el ruido similar al producido por un palo que se tensa; “Todo lo que necesitas de la radio, está en ésta –breve pausa en la dicción del locutor- radio (...) esta radio, sí, ¿Qué entendiste?”. Del mismo modo, la “opción

³⁷ Cuatro artísticas pertenecen a esta serie, sobre un total de 35 analizadas.

³⁸ “(...) Michael Jackson empezó como un chico negro y pobre y terminó como una señora blanca y rica”; “(...) ni blanco ni negro, ni hombre ni mujer, entonces dios es Michael Jackson”; “(...) a George Michael (...) por qué lo agarraron tantas veces tratando de agarrar el choclo”.

sexual” –y por desplazamiento metonímico, la opción del placer- es presentada como alternativa a la opción ideológica: “Tenés dos orejas y dos canales auditivos que conectan con el cerebro. Algunas radios van por la derecha, otras por la izquierda. Rock and Pop prefiere entrar por los dos al mismo tiempo”. La última frase es dicha con voz sensual, sugerente y libidinosa, acompañada por el gemido de una mujer.

Las metáforas, los juegos de palabras y el vocabulario utilizado en la evocación de una gestualidad posible de reconocer como del “mundo callejero” (“la más gauchita de Colegiales”; “agarrá la batata, acá”; “(...) está en ésta –breve pausa en la dicción del locutor- radio”), sumados a algunas situaciones referidas (“la felicidad está hecha de pequeñas cosas, –una pausa en la locución- un pequeño yate, una pequeña mansión”; “tu actividad física más importante es caminar hasta el sector fumadores”) persiguen la complicidad del oyente, desde su posible inclusión en ese universo semántico.

Otra búsqueda de complicidad se constata en los fragmentos que el locutor deja de lado su rol, se aleja de la entonación realizada hasta ese momento, y realiza un comentario en estilo coloquial sobre aquello que acaba de decir: “Vos escuchá que yo te aviso”, “¿Quién escribió esto?”, “Esta radio, sí ¿Qué entendiste?”, “Yo no me hago cargo...eh”. Así, deja su lugar institucional, su figura y voz institucionalizada, y se ubica como un comentarista de lo que dice/escucha desde el lugar del “hombre común”, al tiempo que entrega pistas sobre el proceso de construcción del discurso radiofónico³⁹.

Se puede identificar un destinatario preferentemente hombre, y el espacio generacional interpelado puede resumirse en el siguiente remate: “No podemos hacer detener el tiempo, pero podemos hacer que no te des cuenta que avanza. Rock and

³⁹ Este mecanismo se repite de modo recurrente en las piezas artísticas del programa *Cuál Es*.

Pop, tiempo de Rock”. Así, las piezas artísticas pueden enumerar situaciones familiares como “la madre que te abre el baño”, o “esa novia que se olvidó de tomar la pastilla”, pero también pueden reconocer al que le dicen: “Lo que más te molesta de un recital (...) es tener que estar dos horas parado”, y referirse, así, a una *generación rock*.

En las artísticas se plantea una relación asimétrica entre la emisora y el oyente. La radio da y el oyente recibe, la radio es (“un salvavidas las 24 horas”; “una radio de otro planeta”; “una radio de novela”; “el espejo que puedes llevar a todas partes”), la radio tiene (“la única radio con sorpresa”; “todo lo que necesitas de la radio”) o la radio hace (“los primeros en hacer algo que valiera la pena con todo eso”) y el oyente se beneficia con ese modo de ser, tener y hacer. En todo caso, la emisora-institución comparte algo con ese oyente (por ejemplo, las mismas preguntas, el mismo gusto), y eventualmente, pide (“solo te pedimos que pongas la oreja”) sugiere o exige fidelidad, incluso bajo amenaza (“ni se te ocurra averiguarlo”, sobre la posibilidad de cambiar de radio). Eventualmente, pero no se trata de la regularidad, puede dar testimonio del contexto social (“nada barata la pagas la papa, la calabaza alcanza la alhaja, más cara la pagas, más alza la canasta (...) No te decimos las cosas de la A a la Z, con la A nos alcanza, vos le pones el resto”).

En el terreno sonoro no verbal, las piezas muestran abundancia de efectos de sonido, ruidos y ambientaciones, en los cuales sobresalen los que imitan las interferencias en aparatos electrónicos. Hay una clara tendencia a la complejidad y sobrecarga sonora.

Por último, la radio se presenta como sabia (“un libro abierto”), importante (“¿Existe algo más grande?”), omnipotente (“todo lo que necesitas de la radio, está en

esta radio), de la vanguardia creativa, (“la radio que cambió a la radio”) y peligrosa (“podemos provocar algo peor que siete años de mala suerte”).

8.6 Tanda publicitaria

Las publicidades tienen una duración, en general, de entre dos minutos y medio y cuatro minutos. Las marcas de productos y servicios publicitados son: Powerade, bebida gaseosa deportiva; Telefónica negocios, servicios para pequeñas y medianas empresas; Personal y Motorola, servicios de telefonía móvil y teléfonos celulares respectivamente, promocionan la posibilidad de obtener las canciones del disco del grupo musical Babasónicos por medio de Internet; Paso de los Toros, bebida gaseosa; Direct TV, servicio de televisión satelital; Claro, servicio de telefonía móvil. Las piezas con estas publicidades fueron las que registraron mayor cantidad de repeticiones. Pero también se publicitó: Banco Patagonia, préstamos bancarios; Banco Provincia, préstamos personales; Aspirina y Tabcin, de Bayer, pastillas medicinales; Sony, televisores de alta definición; Phillips, televisores; Nicotined, chicles; Sensodyne, crema dental; Farmacity, cadena de farmacias; Bommerang.com, servicio de ofertas de empleo; Clarín, diario; Samsung, televisores; MTV, promoción de concurso para grupos musicales; Telmex, servicios de telefonía móvil; Quini 6, juegos de azar; Geniol, pastillas medicinales; Movistar, servicio de telefonía móvil; Waterwall, espectáculo teatral; Cirq du Soleil, espectáculo circense-teatral; 21 Black Jack, promoción de proyección de film; Citybank, servicios bancarios; Brinco, juegos de azar; Verificación técnica de vehículos.

El día martes, luego de la emisión de la pieza publicitaria de Samsung, se pudo escuchar la voz de Pergolini, desde el estudio sin sonido de fondo, interrumpiendo la

continuidad de la tanda, para manifestar su desacuerdo con la emisión de la pieza. En tono quejoso reprochó la aparición de la “voz de ese señor, (...) me parece una exageración (...) me gustaría mucho que levanten la publicidad”. Al día siguiente ante una nueva programación de la publicidad, la voz del conductor volvió a interrumpir la tanda para expresar: “Siguen con el chiste de mal gusto, está bien, perfecto (...) ya sé que cosa electrónica no voy a tocar”. La voz de la publicidad era la de Roberto Pettinato, con quien durante esas semanas mantuvo una discusión pública⁴⁰. La advertencia de Pergolini marca el protagonismo de su personaje no sólo en el programa sino también en el ámbito del “star-system” nacional, y su autoridad para intervenir en una publicidad. Por otra parte, colabora con la construcción de su figura pública como desafiante y provocador.

8.7 Separador artístico institucional de la radio

Se trata de un separador artístico sin texto verbal, utilizado para marcar el final de la tanda publicitaria y el inicio del momento del programa. La pieza reproduce un sonido semejante al paso de un trueno largo y oscuro. Su duración puede variar entre dos y seis segundos.

8.8 Artística del programa

8.8.1 Contacto

Inicia con sonidos característicos de botones electrónicos y sigue la voz del locutor institucional de la radio: “No importa si tu celular es de última generación, o de última (...) Cualquiera puede escribir mensajes. No cualquiera puede responderlo como nosotros”. El texto dicho está acompañado por profusión de ruidos que reenvían

⁴⁰ Los conductores intercambiaron acusaciones realizadas en programas de televisión y de radio.

a un espacio sonoro que se puede reconocer como “digital”. Se informa el “SMS de Cuál Es”, dirección que permite enviar mensajes tanto desde computadoras como desde celulares. En ningún otro momento del programa es mencionada otra opción de comunicarse con la radio o la emisión. Se repite todos los días en un momento del programa que sigue a la primera tanda publicitaria.

8.8.2 Separadores

Generalmente ocupan los momentos del programa en los cuales se retorna de la tanda publicitaria. De este modo, funcionan como aviso de la vuelta del momento del programa -o del fin momentáneo del mismo-. De poca duración temporal y textos verbales sencillos, sólo informan sobre el nombre del programa, el año, los nombres de los conductores y esporádicamente el número de años al aire (“dulces dieciséis”). Estas piezas tienen las voces de *los locutores del programa*: una voz masculina y otra femenina. Se trata de las voces identificatorias de la emisión en sus piezas artísticas. “Cuál Es” o “Cuál Es 2008” son los textos verbales más repetidos. Además, se constata el cambio de lugar que realiza la voz del locutor al comentar su propios dichos, inmediatamente después de decir “dulces 16”, cuando comenta fuera del plano de la locución: “Ese mejor no lo pongas”, y en el mismo acto, evidencia el discurso radial como construcción productiva-tecnológica.

8.8.3 Presentaciones

Se trata de las piezas artísticas que presentan a determinados momentos del programa. Cumplen una función informativa y contextualizadora puesto que entregan datos que intentan acomodar la lectura de lo que viene y otorgan cierto marco estético.

Esto es, se constituyen como lugares de entrada a los momentos e indican horizontes de lectura de los mismos, y al mismo tiempo, delinear una atmósfera sonora que acogerá, y dentro de la cual se moverá, el contenido de la columna, pieza informativa o participación. Hay una gran cantidad de presentaciones para construir una homogeneidad estilística a lo largo de toda la emisión⁴¹. Cuentan con presentaciones artísticas: el móvil, la columna de deportes, la columna sobre información de rock (*Cuál Es info*), la columna de crítica de cine, la participación del historiador Jorge Halperin, un ensayo poético-literario, el radioteatro, una pieza periodística-testimonial, una pieza de ficción humorística y la columna sobre video-juegos.

Las apariciones diarias del móvil son presentadas y cerradas por piezas artísticas que pueden variar según el contenido informativo del mismo, y limitarse a presentar el formato, al periodista que realiza el móvil, su inclusión en la emisión y entregar una referencia espacial –muy amplia- (“Ahora en Cual Es 2008. Móvil. Mariano Cena, desde algún lugar de la city”), o marcar la pertenencia a la temática deportiva, especialmente a la futbolística (“Ahora, Marianito Cena... fuchibol”, con la pronunciación argentinizada de una palabra del portugués).

En la presentación de la columna de deportes, que se emite todos los días, se remarca la especialización de uno de los conductores, así como la familiaridad entre el columnista y los locutores –en sus personajes de *locutores*-. Luego de un redoble de batería, la voz del propio periodista dice: “Hola amigos, soy Marcelo Gantman, comienza lo mejor de la mañana, mi sección deportiva -sonidos de diarios estrujados- nadie como yo, le vuelve a decir lo que ya salió en el diario”. Luego, el personaje del *locutor* comenta en tono coloquial: “Que grande Gantman, además de talentoso,

⁴¹ Dada la extensión del programa y la participación de colaboradores externos (columnistas) al mismo, los separadores también cumplen la función de “incluir” estas colaboraciones, “normalizar” el sonido del programa, generar una continuidad.

sincero, honesto, ladri”, ante lo cual el periodista aclara: “Pero en el diario escrito en hebreo”, con la búsqueda del efecto humorístico por medio de la sorpresa que corrige el sentido de la primera parte de la frase. Otra marca similar de familiaridad se hace evidente en la presentación de la columna de crítica de cine, cuando la voz de la locutora, en tono cómplice, dice al final de la pieza: “Adelante Guille”.

Cada presentación advierte sobre la temática de la columna y la persona que será la encargada de darla (“Helo aquí nuestro crítico de cabecera, Guillermo Hernández, *avant premier*”), quienes no siempre son reconocidos por nombre y apellido (“llega el Señor 20, llega el Cuál Es info”, o “Maxi, y su Cuál Es Louded”). En el caso del *Señor 20*, se lo reconoce como “un clásico”, y esto permitiría obviar la mención de su nombre, mientras que en el caso de *Maxi*, es la misma ausencia del apellido lo comentado durante la representación de una escena de grabación de la misma pieza artística. Así, se escucha una voz desconocida que pregunta: “¿Hicieron la presentación de Maxi, de los jueguitos?”, y luego de unos segundos, “(...) Toda la información juego-fónica tiene nombre y apellido, Maxi... ¿Cómo es el apellido de Maxi?... bueno, tiene nombre: Maxi, y su Cual es Louded”.

En la presentación de la columna de video-juegos se observa una característica presente en la mayoría de las presentaciones artísticas. Se trata de la representación, por parte de los locutores, de una escena en la que intercambian expresiones por fuera de lo que podemos reconocer como el “plano de la locución” propiamente dicha. De este modo, los locutores construyen una figura singular dentro del programa, desde la cual desarrollan sus personajes de *locutores*, y siendo efectivamente los locutores del programa, actúan de ellos mismos. Estos es, interpretan personajes que son personas que trabajan como locutores del programa *Cuál Es*. Esto sucede cuando escenifican

una situación en la que juegan a video-juegos y se escucha la voz del locutor que dice: “Che, sos malísima para esto vos, eh”. A lo que la locutora responde: “Qué, calláte. La tengo re clara. Escuchá...”. Y en ese momento son sorprendidos por una voz desconocida: “Che, hicieron la presentación de Maxi, de los jueguitos”. Los intercambios son fuertemente coloquiales. Entonces, interpretan su actividad y se produce una representación del proceso de producción de audios en la cual se involucra esta actividad. Esta apertura del “detrás del sonido” se trata claramente de una representación teatral. Esto es audible durante una presentación que inicia: “Hola amigos, soy Marcelo Gantman, aquí comienza mi sección deportiva y estos son los títulos”, luego de lo cual se produce un breve silencio, seguido por un intercambio entre los locutores: “¿Que títulos?”, dice la locutora. “No sé, ¿Vos tenes algún título?, vuelve a preguntar el hombre.”Si, locutora nacional”.

Desde este lugar, *los locutores* pueden comentar su actividad, sus textos, el programa, interrumpir sus parlamentos, dirigirse personalmente a los participantes del programa, y en el mismo momento, realizar su tarea, efectivamente, como los locutores artísticos del programa. Su figura, entonces, contempla dos movimientos. Dejan su rol de locutores para comentar sus parlamentos, y así, descubren el proceso de construcción de una pieza radial. Pero además, desdoblan sus figuras y se convierten en los personajes *los locutores del programa*, quienes construyen la escena del “detrás del sonido”. Esto se observa en la presentación del móvil cuando la locutora dice: “Él es un especialista en el cuatro cuatro dos, el tres tres uno, el cuatro tres tres. Sí, él conoce a la perfección todos los dibujos tácticos del joga más bonito du mundo”. En ese momento, la voz masculina interrumpe a su compañera femenina

desde afuera del rol locutor, con otra voz, comentando el parlamento anterior: “Pero no, ese es el teléfono. Llamalo que tiene que salir al aire”.

Por otra parte, la pieza que introduce a la participación del historiador Jorge Halperín ensalza la figura del columnista y entrega algunas guías sobre la columna. Esto se hace visible cuando los locutores enumeran, sobre el sonido de las teclas de una máquina de escribir: “Nombre: Jorge. Hobby: sorprender (...) Jorge Halperin llega a Cuál es con su maleta de loco”; “historias distintas, contadas de forma diferente”. De este modo, se anticipa la llegada de un personaje culto e interesante⁴², quien esconde un conocimiento sorprendente y lo cuenta de un modo que “no vas a poder parar de escuchar”. Esta última frase es dicha con una entonación seductora y, junto al resto del texto, conforma un tono que remite al género que se puede reconocer como *trailer de películas*.

La presentación más despojada de efectos, y por esto, alejada de la estética sonora de las piezas artísticas descriptas, es la que introduce a una pieza periodística-testimonial. La introducción consta de la enumeración de sustantivos acompañados de sonidos que escenifican lo dicho (autos, bocinas, una perforadora, bullicio). Son los locutores del programa, pero tanto el tono –serio- como el efecto aplicado sobre ellos, impide la asociación sencilla al resto de sus locuciones en la emisión: “Buenos Aires. Asfalto y cemento. Acero y vidrio. Autos y Smog. Agitación. Y gente. La realidad de una ciudad tiene muchas caras (...) La torre de los nadies”.

Por último, la presentación de la pieza de ensayo literario se mueve en un tono serio y emotivo, con la configuración de un clima particular por medio de un sonido que remite a un polvo metálico cayendo al piso, seguido del murmullo de ruidos extraños que crecen en volumen suavemente, acompañado de un zumbido apenas

⁴² Esta idea es reafirmada por los dichos de los conductores durante la columna.

audible. Con este fondo, la locutora repite varias veces el susurro “Palabras”, al que se aplica un efecto de eco, seguido por explicaciones del locutor: “comunican, informan, alegran (...) entristecen, dan vida, cuentan historias (...) cuerpo de tinta, morada de papel, karma auditivo (...) es importante decirlas pero aún más escucharlas”. Las metáforas utilizadas, el clima sonoro producido y el tono empleado por los locutores marcan una distancia respecto del estilo artístico característico del programa. La pieza presenta un clima propicio para la continuidad del ensayo literario, marcando la entrada a un espacio poético y entregando pistas sobre un posible registro de lectura.

Se observa que cada pieza se muestra como parte de una misma atmósfera sonora y estilística (con la excepción de “Palabras” y “La torre de los nadies”), unidas, además, por las voces de los locutores del programa que las conforman.

8.9 Columna de deportes

Se trata de un espacio con bastante estabilidad dentro de la grilla horaria del programa. El fútbol es el principal deporte abordado, tanto en los modos⁴³ como en la cantidad de tiempo concedido al tema. También el tenis tiene una cobertura diaria, pero menor en términos de tiempo y de participación del resto de los integrantes del programa.

Se pueden reconocer cuatro momentos en la columna:

1. *informativo*, con resultados, formaciones de equipos, horarios, tabla de posiciones, estadísticas: “Desde el año 2002, cuando la Argentina volvió a jugar el grupo mundial de la Copa Davis, un equipo argentino consigue, desde ahí para acá, el

⁴³ Con esto se marca que no se trata sólo de información futbolística, sino también otras formas de recorrer el tema como la reflexión, la burla, la provocación. Con la inclusión en los móviles, en mensajes de oyentes y comentarios de los participantes de la emisión, el fútbol es un tema, en términos de Segre, que atraviesa todo el programa.

quinto acceso a las semifinales de la Copa Davis, y el tercero desde que Alberto Mancini es el capitán del equipo”; o, “seis cuatro, cinco dos está en este momento Juan Mónaco contra Guillermo García López en el torneo de Valencia, tratando de acceder a los cuartos de final”, dicho por Gantman;

2. *de la crónica*, con fuerte impronta de opinión por parte del columnista, donde comenta el desarrollo de partidos, especialmente de fútbol y realiza el análisis de los mismos: “El equipo peruano, en lo que duró el partido, que fueron catorce minutos, estuvo bien ordenado, (...) al minuto catorce vino el primer gol cuando River en la segunda, tercera que tuvo, en lugar de probar por arriba, probó por abajo, y ahí ya entró, (...) ya cuando iban quince del segundo tiempo era un partido absolutamente terminado”; “ante la necesidad de ir a buscar el resultado, lo fue a buscar de entrada (...) varios goles o algunos goles de ayer fueron producto de la confusión (...) lo que tampoco se puede dejar de ver es como el Caracas, un conjunto que era inferior, que era más débil, pero también tenía posibilidades de clasificarse, realmente haya puesto tan poca oposición”;

3. *reflexivo*, sobre distintos aspectos de los acontecimientos deportivos que son noticiados, momento en el cual el periodista desarrolla una explicación prolongada en el tiempo, con argumentaciones y ejemplos, sin interrupciones, con seguridad en la voz y la atención del resto de los participantes del programa. Este momento se manifestó claramente sobre el estado de la cancha de tenis del Parque Roca y las expresiones de un jugador; sobre la corrupción en el fútbol; sobre las lecturas periodísticas acerca del estilo de juego de River Plate;

4. *de la provocación y la ironía*, momento del cual no participa el columnista, y si lo hace, es sólo lateralmente. Conformado por las acotaciones de participantes del

programa como simpatizantes de sus equipos, en las que se evidencia el tono provocativo o irónico: “muy bien River (...) porque necesitábamos otro que parezca que es grande”, en la voz de Pergolini; “El duro San Martín de Porres”, acota *El Panza*, ironizando sobre la capacidad de ese equipo; “Se vienen los penales dudosos...”, dice *El Panza*, luego que Gantman anuncie el partido de San Lorenzo. A esto se deben sumar los sonidos que funcionan como comentarios sobre lo dicho, ampliamente utilizados en la columna también: el ruido de risas emitido sobre la información del nuevo director técnico de Independiente, el sonido de un gas cuando se comenta que “avanzó San Lorenzo en la Copa Libertadores”.

Si bien este momento, *de la provocación y la ironía*, puede reconocerse en distintos espacios del programa, en este espacio cobra importancia puesto que la no participación del columnista colabora para la construcción de su figura como enunciador serio y autorizado.

Esta figura de Marcelo Gantman se sostiene sobre el modo de construir sus relatos: con prolongadas exposiciones y profusión de datos estadísticos: “Y Nalbandian se pasa 4 horas adentro de la cancha porque se le canta, jugando, y casi acumula 10 horas de partido en 48 horas, repartidas en tres días; (...) en el partido contra Soderling, de todos los puntos que se jugaron, a lo largo de cinco sets y cuatro horas y diez minutos, Nalbandian ganó 170 puntos, y Soderling ganó 167”. A esto agrega firmeza de voz en sus afirmaciones, vehemencia en la pronunciación de sus encadenamientos argumentativos, seriedad en la entonación y cierta gestualidad sonora –ritmo y respiración- reflexiva, incluso mientras se oyen ruidos, chistes o provocaciones de sus compañeros. Es posible constatar una fórmula en la que Gantman comenta e informa en un registro serio, mientras sus compañeros (con

participación preponderante de Pergolini) polemizan y provocan con un estilo informal, coloquial, con cierta jerga juvenil⁴⁴ incluso. Una escena del día miércoles ejemplifica la fórmula enunciativa señalada:

Pergolini comenta que vio en un programa de T.V. las situaciones donde jugadores no quisieron hacer un gol, y comenta la situación de un jugador llamado Mohamed: “En ningún momento estaba en una situación para patear al arco y queda en la historia como que Mohamed entrega...creo está más en el inconsciente algo como que él está solo frente a... y el estaba de espaldas, es cierto, la pelota medio picando ahí, pero tenía tres defensores encima”, completa Pergolini. “Mohamed dijo después que tuvo la voluntad de no hacer el gol”, Gantman recupera la información posterior al encuentro. *El Panza* acota: “Y ya quedó marcado para siempre”. “Y quedó...”, asiente risueño Pergolini. “El fútbol se presta mucho a eso. Es muy habitual donde una imagen de un partido queda estigmatizada para siempre. El conjunto elige que esa imagen representa el momento”, completa Gantman y luego cita dos ejemplos. “Pero lo avala el saber que contra Perú estaba arreglado el partido, que Boca contra San Martín de Tucumán estaba arreglado el partido”, comenta tentado Pergolini. “No, no, ese no” dice irónico *Gallo*. “Una vergüenza”, reconoce *El Panza*. “A mí lo que me interesa es ver como algunas imágenes, sin que uno las revise, quedan estigmatizadas para siempre”, continúa con su exposición Gantman. “Me emocioné”, dice Pergolini. “Tonto”, agrega De la Puente simulando comprensión. Pero Gantman continúa comentado sobre una entrevista que el jugador Johann Cruyff realizó con una radio de Cataluña, donde expresó que no jugó el Mundial ‘78 porque su familia sufrió un asalto. “Pero acá quedó que Cruyff no vino porque no avalaba la dictadura. Cierta progresía quiso pensar eso, por el tipo de jugador que era, por el personaje, porque aparte era holandés, y se supone, los holandeses tendrán algunas cosas más claras que nosotros, se supone. Las tendrán en algunas cosas, son seres humanos como cualquiera de nosotros”, reflexiona Gantman y su relato toma elocuencia. “No saben hacer un asado”, dice a modo de chiste De la Puente. Pergolini no lo entiende, le pide que lo repita. Luego se ríe e imita la pronunciación de De la Puente. Gantman detiene su relato, espera el final del intercambio entre sus compañeros, y luego sigue: “Pero queda mucho más lindo y a uno lo deja mucho más tranquilo, desde cierta posición ideológica, pensar que Cruyff no vino porque no avalaba la dictadura militar”. La conversación sigue y comienzan a hablar sobre la corrupción en el fútbol. “Porque nadie paga directamente el costo de la corrupción, a nadie le afecta directamente. Como a nadie le afecta directamente en su bolsillo cuando un equipo sale campeón. Entonces cuando a un equipo le roban dinero, nadie siente que es un robo que sufre su persona. Entonces es una corrupción por la que nadie responde. Que te indigna, pero que no te llega, no te afecta, y por eso el sistema funciona como funciona”, se apasiona Gantman con su relato, llegando a un tono casi indignado, para terminar luego de un silencio: “Es así”. “Mientras sea a favor no hay problema”, dice *El Panza*. “No te pongas así tampoco, Marcelo”, comenta *Gallo* y comienzan a aplaudir, acompañados por sonidos de aplausos. “Yo ya te lo dije varias veces: sos la persona más clara que conozco... la segunda...la tercera”, concluye Pergolini.

El fragmento citado deja claro los roles jugados por cada integrante en el intercambio, y muestra como Gantman, durante el espacio de su columna, se aleja del espacio del chiste, el comentario simpático o la provocación. Los aplausos y la última

⁴⁴ Jerga utilizada muchas veces por el personaje de *El Panza*.

mención de Pergolini reafirman la figura de autoridad del columnista sobre el tema. El tono serio, concentrado, y por momentos vehemente, es característico en la exposición del periodista, al punto que durante una reflexión sobre “la línea de juego de River”, el propio Pergolini dijo muy bajo: “Tranquilizáte, tranquilizáte”.

8.10 Canción

La emisión reproduce un promedio de 13,6 canciones por día, incluidas las tres canciones seguidas ya descriptas⁴⁵. Genéricamente puede reconocerse que las canciones pertenecen al vasto espacio de los géneros musicales pop y rock, con una marcada tendencia hacia el rock, que incluye varias vertientes. Una amplia mayoría de canciones son interpretadas en inglés⁴⁶. El abanico musical puede incluir ritmos como el reggae y el rap, en considerable menor proporción que los otros géneros. En caso de ser presentadas, es siempre Pergolini quien lo hace, con algún comentario sobre el grupo, que puede ser una opinión o un pequeño comentario informativo: “Mi tema favorito de los Purple, Highway Star”; “tal vez el artista más auténtico que tenga en la región esta clase de música”; “este tema fue muy popular en la década del 80, lo hacia Anny Lennox con Dave Stewart, una pareja que estuvo un tiempo, después se fueron, la onda de ella era ser una persona un poco andrógina, la de él era ser un poco gay, decía ser una persona muy especial, porque, por ejemplo, su madre le ponía témpera comestible al té para que vea las cosas de otra forma. Es un clásico de la música. Esta es la versión original del tema”. Pueden mencionarse algunos grupos musicales de

⁴⁵ No son contadas las canciones de inicio y despedida (*Ya llega Cual Es; Tu amigo fiel; Carnaval toda la vida*), pues las mismas son identificatorias de la emisión y su repetición impide abordarlas como propuestas sonoras dentro de este apartado.

⁴⁶ Sobre un total de 68 canciones, 49 de ellas tienen interpretaciones en inglés, mientras sólo 19 son cantadas en español (casi todos artistas argentinos, salvo dos excepciones).

emisión repetida –dos veces cada uno- durante la semana: *Dante, Los Piojos, Divididos, Pink Floyd*.

Cabe mencionar el fragmento de programa donde Pergolini informa sobre el grupo musical elegido por los oyentes para inaugurar el nuevo estudio de la radio: “La verdad que la gente de Rock and Pop, el oyente de Rock and Pop, yo creo que tiene bastante claro, que música le gusta, o que música escuchamos...”. Después de eso, señala a *Divididos* como el grupo elegido, y a *Roberto “Papo” Napolitano* como el nombre votado para nombrar el estudio.

En este punto es interesante recuperar lo señalado por Semán y Vila (1999: 227), quienes reconocen a la juventud como el actor social específico que “usó” al rock nacional como música para identificarse. Estos autores indican que la “música de uso” es aquella “permite a sus escuchas usarla para construirse como sujetos sociales, como significativos para otros que, a su vez, los significan en el terreno de lo social”. Apuntan que dicha música “más que escuchas produce colectivos sociales”. Es significativa la aclaración de Pergolini y el reconocimiento de un colectivo imaginario con la utilización del *nosotros inclusivo* (“qué música escuchamos”). Colectivo que decide elegir a *Divididos* y *Roberto “Papo” Napolitano* –representantes del rock nacional apuntado por Semán y Vila- como referentes de esa música que escucha el oyente de *Cuál Es*.

8.11 Pieza humorística

Se trata de spots grabados⁴⁷ de ubicación variable en la grilla horaria, posible de ser repetidos -como sucede con algunos casos-, de una duración aproximada de un

⁴⁷ En la jerga radial: “enlatados”.

minuto, que con distintas características y estrategias discursivas producen un efecto de sentido humorístico. Nueve piezas fueron emitidas en la semana de análisis.

La mayoría de estas piezas funciona como parodia a géneros radiales, televisivos o cinematográficos. Aquí la parodia se entiende como un “desvío” humorístico y burlón respecto a los géneros originales⁴⁸. Para esto, se reproducen las características formales de los géneros como la publicidad, el tráiler cinematográfico, el spot de llamado a la solidaridad o de concientización social, especialmente las vinculadas al sonido, para luego introducir discursos verbales que rompen con estas regularidades, produciendo un efecto de sentido cómico, por la sorpresa y contraste. Por ejemplo, luego del inicio de una cortina musical rítmica, la locutora inicia un parlamento con tono cálido y ameno, en abierta imitación a una publicidad del diario Clarín emitida en el horario del programa: “Con el Cuál Es de todos los días, reclama suplemento de viajes y turismo...el viaje en el tiempo; (...) pegáte una vuelta por los ochenta y empérnate a (...) sin preservativos, cagáte en el efecto mariposa; (...) cómo ignorar teresos junto a tu balsa en Venecia”; o, “reclamá Tablas y biógrafo, el suplemento de espectáculos más completo (...) un policial donde los actores dejarán de lado la comedia y mostrarán sus dotes dramáticos y no les va a salir ni en pedo”. Las rupturas se producen en la relación entre el contenido de lo dicho y las formas, o por la referencia clara a situaciones del contexto social que son introducidas en estas piezas: “La tira cómica sobre las peripecias de dos intendentes del partido de la costa con problemitas de adicción, Las aventuras de Porreti y Mercusi”; o, “usted que tiene pulmones limpios, sanos (...) que es tan desafinado que cuando se desmaya en lugar

⁴⁸ La definición no incorpora las precisiones señaladas por Gérard Genette sobre el género de la parodia y géneros similares en el libro *Palimpsestos*, pues lo que aquí interesa es el funcionamiento de estos discursos como anti-géneros.

de volver en si, vuelve en do (...) Póngase media pila, muérase, y done su gran corazón y sus pulmones a Sandro”.

Se trata de piezas donde el contenido de los dichos quiebra las expectativas de escucha generadas desde las regularidades formales sonoras de los géneros. Entonces, se puede reconocer a estas piezas como “anti-género”, en el sentido que Steimberg (1993: 83) señala que “las obras ‘anti-género’ quiebran los paradigmas genéricos en tres direcciones: la referencial, la enunciativa y la estilística”.

Es interesante señalar la utilización de estas piezas para dar cuenta, en forma de humor irónico, de un acontecimiento del contexto nacional. Así, un supuesto trailer cinematográfico presenta una película: “La Niebla, (...) la película de terror que se estrena con gran éxito todos los años en la Argentina (...) Próximamente, en las peores rutas del país”.

Otra pieza para remarcar es aquella que reproduce fragmentos de transmisiones radiales de partidos de fútbol sin interrupción –o brevísimas interrupciones- , generando un continuo encadenado de relatos a los que se agregan sonidos –ya conocidos por su utilización repetida en el programa- que funcionan como comentarios sobre lo relatado, sugiriendo lecturas. También se realiza la simple contraposición de audios de las mismas transmisiones con su orden alterado. Así, se marcan contradicciones de los relatores, frases ininteligibles de comentaristas, errores en los pronósticos de los partidos. De este modo, con la utilización de un mecanismo retórico habitual del programa⁴⁹ -metadiscursos instantáneos- se aborda un tema dominante –el fútbol- con un efecto de sentido producido en forma permanente desde

⁴⁹ Este mecanismo está presente especialmente en los espacios transmitidos en vivo desde el estudio (bloque de conversación en el piso; columna de deportes; entrevista telefónica).

distintas instancias –el humor-, esta vez, desde un formato pequeño en su extensión temporal.

8.12 Entrevista telefónica

En el periodo analizado se realizaron cuatro entrevistas en el programa. Dos de ellas recorrieron lo que podemos reconocer como “temas médicos” (sobre la rabia y la gripe), con la consulta a investigadores especialistas. Otra comunicación anticipó y convocó a una actividad de concientización social sobre el medio ambiente, realizada por una fundación, y la restante abordó los propios dichos de Pergolini en programas anteriores⁵⁰ en una conversación con la directora del Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI). Puede reconocerse que los tres grandes temas –en términos semióticos- abordados fueron: la salud, los recursos naturales y la discriminación.

Es interesante señalar que las entrevistas surgieron por diferentes motivos: por una pregunta surgida del *bloque inicial de conversación en el estudio*; por el mensaje de un oyente que comentaba una noticia; por un regalo recibido en el estudio⁵¹ y por la discusión mediática abiertamente planteada por el conductor.

Las entrevistas son presentadas, seguidas y cerradas por Pergolini, con preguntas eventuales, muy pocas, de los co-conductores. Pero no participan de ellas los llamados “acotadores”. El conductor inicia las conversaciones con tono serio, expresando concentración en su voz: “Vamos a estar dialogando con una eminencia,

⁵⁰ El mismo día, el conductor hizo una aclaración de sus dichos sobre un concursante no vidente de un programa de televisión. Lo hizo, según explicó, por los comentarios realizados desde programas de televisión -especialmente el noticiero principal de un canal abierto- que catalogaron sus dichos como discriminatorios.

⁵¹ “Es que la mochila fue algo definitorio para nosotros... fue fundamental para hablar con vos, con tu familia, ir a congelarnos, si mandas otra no sabes lo que somos capaces de hacerte...”. Dicho por Pergolini, algo risueño, al entrevistado.

la sola mención de su apellido y uno sabe que está hablando de excelencia médica, el doctor Daniel Estambulían”. En las entrevistas “médicas” es notoria la aparición de preguntas del tipo: “Me muerde un perro rabioso: ¿qué comienza a pasar en mi cuerpo?”; o “¿cómo la rabia comienza a afectar mi cuerpo?”; o “Cuando uno tiene estos resfríos y empieza a toser: ¿cuál es el procedimiento exacto que sucede en nuestro cuerpo? (...) ¿se aloja en dónde?”; preguntas realizadas por Pergolini que trazan un figura de curioso por las ciencias o por el funcionamiento del cuerpo humano. En el mismo sentido, los conductores muestran conducirse a la entrevista por la curiosidad. En momentos previos a la entrevista sobre la rabia, Pergolini leyó un mensaje que decía: “Se enteraron del gato rabioso”, a lo que el conductor responde: “Pensaba que la rabia estaba erradicada”. También, sobre la gripe, Pergolini dice: “Pero loco, porque no hemos logrado, si hemos logrado erradicar la viruela, porque algo tan sencillo como la gripe, tan normal en el humano; (...) con quién podemos hablar para que nos explique, (...) queremos saber la vida del virus”. De este modo, y por el intermedio de las preguntas, los interlocutores en este tipo de entrevistas se constituyen en enunciadorees pedagógicos con un discurso informativo-preventivo.

Pese al inicio serio de las entrevistas, en el transcurso de ellas, el conductor utiliza tonos o preguntas que manifiestan la búsqueda de la complicidad del entrevistado: “Doctor, eso es de la vieja escuela, la codeína”, dicho por Pergolini mientras se ríe, y el doctor le responde: “Es que usted sabe mucho sobre esto”; o la acotación de Gantman cuando dice durante otra entrevista: “Igual van buenas minas a estas cosas”. La búsqueda de complicidad o el tono risueño puede dar lugar a la ironía por parte del conductor. Esto se observa en un intercambio entre el conductor y la directora del INADI, luego que ella enumere propuestas de políticas para generar

condiciones de igualdad entre los sexos en el ámbito laboral. Pergolini señala en un suspiro: “A dónde vamos a llegar María José (Lubertino), Dios mío, a dónde querés llevar eso”, y luego recibe la respuesta: “No tenemos límites, el problema es que si sigue existiendo gente sexista, homofóbica y racista como ustedes, vamos a demorar un poco más”. La acusación emitida en un tono amable, es contestada por Pergolini, también amable y risueño: “No tienen límites (...) Así somos”. Sin embargo, las palabras acusatorias de la entrevistada son acompañadas por sonidos de risas grabadas –emitidas desde la operación técnica- seguidas de algunas sonrisas en el estudio.

Es común la práctica de incorporar sonidos a las entrevistas, y en este caso funciona de modo comentativo, pues aquí el sonido indica una forma de acoger las declaraciones, que son consideradas graciosas. Del mismo modo, durante las entrevistas pueden escucharse, entre otros sonidos, las caídas de gotas de agua, el frotar de un cepillo contra los dientes o ladridos de perros.

8.13 Primer resumen del día⁵² (pieza artística)

En la pieza se editan fragmentos del programa, encadenados por los comentarios de *los locutores*. El ritmo es marcado por una cortina musical y la aparición constante de sonidos que dinamizan la continuidad de los audios extraídos de la emisión y que funcionan como metadiscursos comentativos. El *Primer resumen del día* contiene partes del primer tramo del programa y por esto su ubicación en la grilla horaria conserva estabilidad y se ubica en la mitad aproximada de la emisión, mientras el *Resumen del día* se emite diariamente antes de la *Canción de despedida*. Por eso, incluye fragmentos de la totalidad del programa y tiene una mayor extensión

⁵² Aquí se analizan las piezas que completan esta serie: *Resumen del día* y *Resumen de la semana*.

temporal. Del mismo modo, el *Resumen de la semana* contiene audios recogidos de las emisiones de toda la semana y se ubica antes del cierre del día viernes.

El registro oral de los locutores es fuertemente coloquial para “contar” lo que sucedió en el programa. Así, salvo las formulas de inicio y cierre (“miércoles, 16 de abril, Cuál Es 2008, capítulo 33”; y “Un día más, un día menos”), los locutores entablan una conversación informal con los fragmentos de audios presentados: “Y para responder semejante pregunta, no nos andamos con chiquitas, hablamos con el doctor (...)”; o, “los remedios caseros no sirven para nada. Hay que tomar los del laboratorio”, seguido por un fragmento que continúa la idea: “Qué me viene con yuyos señor. Laboratorio, viejo”; o, después de un comentario sobre fútbol, el locutor entrega una explicación y luego la justifica: “Bueno, yo explicaba, porque hay muchas mujeres escuchando y de fútbol no saben un pomo”. De este modo, los locutores se ríen o se enojan, aprueban o desaprueban, acuerdan o disienten con los audios escuchados, intercambian frases entre ellos o simplemente los introducen con un breve comentario. En esta dinámica también funciona la construcción de los personajes de *los locutores del programa*⁵³, quienes descubren el proceso de construcción de la pieza y representan un “detrás del sonido” posible: *la locutora* anuncia que “entonces si nos escuchan todas las mañanas, saben que la Asociación Atlética Nipur es Estudiantes de La Plata, ¿no?”, ante lo cual, *el locutor* la advierte: “Che, cállate, que eso es un secreto a voces que no lo sabe nadie”; o, “No toca mal”, se oye decir a *la locutora* luego de oír a Pergolini interpretar una canción con el tonete, a lo que *el locutor* responde: “¿Qué pasa, el humo te tapó los oídos?”.

En este hilvanar de los fragmentos, los locutores demuestran ser parte del programa y reconocen en los oyentes a sus interlocutores directos a partir de frases

⁵³ Ver apartado *Artística del programa*.

como: “Qué tal, qué tal, queridos cuale-oyentes. Arrancamos la mañana (...)”; o, “te traemos el resumen de los mejores momentos”; o, “Mario ya compró la central meteorológica que vamos a tener en la casita Cuál Es”. En esta interpelación, se produce un acercamiento -discursivo- entre el público y el programa, vía los locutores: “Volvamos al tema de la Davis, ¿Quieren?”; o, “hemos llegado al final del programa de este día tan negro”. “Volvamos” y “hemos” reproducen la figura del *nosotros inclusivo*, en la que tanto los integrantes del programa como sus oyentes forman parte del mismo *nosotros*.

Por último, la elección de los fragmentos prioriza los intercambios entre los integrantes del programa, momentos del radioteatro e instantes de los móviles, y particularmente las intervenciones con un efecto de sentido humorístico o aquellas que producen este sentido en relación con los comentarios de los locutores. Por ejemplo, de la entrevista sobre los recursos naturales se extrajo un chiste hecho por el conductor; del móvil con un jugador de fútbol, se resume un fallido del jugador; de la columna del historiador, se reproduce una definición redundante desvinculada del desarrollo de su columna; de la participación del periodista de rock, se emite el comentario que hace sobre el estado de salud de su perro. Del mismo modo, el día jueves, cuando el conductor realizó una enfática aclaración sobre un debate público, ningún momento de su descargo se reprodujo en alguno de los resúmenes⁵⁴.

Los fragmentos de programa que componen el resumen no exceden los quince segundos de duración, lo que sumado a los sonidos omnipresentes, las locuciones y la cortina musical de fondo, produce una pieza radial muy dinámica.

⁵⁴ La aclaración realizada por el conductor propició la llegada de muchos mensajes al programa, una entrevista telefónica, comentarios reiterados de participantes del programa. Esto es, sus palabras de descargo, como motivo, recorrieron el programa en distintos metadiscursos.

8.14 Radioteatro⁵⁵

Se trata de una historia de ficción relatada y representada por personajes, que se extiende toda la semana, separada por capítulos para cada día. En el periodo analizado se trató de “El rey del vale todo”: una historia que narra la vida de un jugador de fútbol de bajo rendimiento que desarrolla todas las formas de violencia y deslealtad en el deporte. La historia es relatada en clave humorística.

El relato es leído por Pergolini sobre una cortina de música electrónica, y se encarga de marcar las acciones relevantes de la historia, aquellas que indican un giro en la misma. Por otra parte, las dramatizaciones son representadas por De la Puente, Gantman y Gallo. Estas representaciones aportan las pequeñas acciones e implican un evidente juego de adaptación de las voces a los personajes a retratar. Son acompañadas por escenificaciones sonoras pertinentes, reproducidas desde la operación técnica.

Tanto el relato como las dramatizaciones, pero especialmente estas últimas, producen un efecto de sentido cómico por medio de la presentación de frases y acciones en las que el sentido de las mismas se muestra con una explicitud y frontalidad carente de sutilezas. En una escena, el director técnico dice al jugador: “Vos sos el futuro, estás viejo, lento y más malo que nunca, te veo como el futuro técnico de este equipo”. Inmediatamente, el presidente del club dice: “Gran idea Joel, estas despedido viejo nardo. Gringo, te animas a calzarte el buzo de este viejo apolillado”. En otra, un jugador dice al técnico: “Mis años de experiencia y esa pintada con aerosol en las duchas que dice *andate forro* me indican que en el equipo ya no te quieren”. Además, para la construcción de este efecto de sentido, el relato y los parlamentos incluyen referencias inesperadas y ocurrentes en las comparaciones y

⁵⁵ En el apartado también se describen otras dramatizaciones realizadas en el programa.

metáforas (“Menos visión de juego que el 5 de Los Murciélagos⁵⁶”; “Las victorias se apilaban como autos en un choque en la Panamericana”; “Convierte el tránsito lento en una carrera de Fórmula Uno”; “Soy el Davinchi de la mala leche”; “Bailale un malambo en las pelotas”; “Inutilización del rival por métodos non-sanctos. Es una manera glamorosa de decir: hacer trampa, pero vos sos un violento, un simple tira patadas”; “No es eso lo que quería, una especie de vikingo drogado custodiando el medio campo”; “Lo mandas al club de la ex de Paul McCartney”⁵⁷). En la presentación de situaciones sin sutilezas e inverosímiles, el personaje principal realiza acciones y pronuncia frases en las que la exageración de las proporciones de lo hecho o dicho genera por sí mismo un efecto de sentido hilarante. Como ejemplo valen escenas donde el protagonista mata de un golpe a un jugador durante un partido, le rompe la pierna a un jugador del seleccionado sub-17 para demostrar su agresividad, le anticipa la muerte del padre a un contrincante para desmoralizarlo durante un partido amistoso en la cancha de entrenamiento, o su discurso de despedida cuando lo expulsan de un club: “Nunca vi un grupo humano más execrable. Les deseo enfermedades dolorosas y vergonzantes. Esperaban un discurso emotivo; ¡Ésta!, no, ojala descendan y se queden sin guita al punto que sus hijos tengan que comer de la basura. Hasta nunca, miserables”.

Por último, la historia convoca la complicidad del oyente con la entrega de pistas sobre la posible referencia de las acciones a un ex jugador y director técnico argentino –y el club al que se lo vincula-. El público debe reconocer los indicios y acumular cierto saber sobre el personaje parodiado para reconocerlo en la figura del protagonista del radioteatro: “Los directivos del canal descubrieron que el público en

⁵⁶ Nombre del seleccionado argentino de fútbol de personas no videntes.

⁵⁷ Refiere a una mujer que perdió una de sus piernas en un accidente.

general veía como simpático que fuese tramposo, obsesivo y ladino, así fue como se convirtió en bizarra estrella mediática y hasta coqueteó con postularse a presidente, hoy figura televisiva y loco pintoresco (...).”

La presentación de situaciones y frases sin sutilezas, que dejan ver una sinceridad brutal de sus personajes, se repite como fórmula retórica que produce un efecto de sentido cómico en la dramatización llamada *Aquellas viejas glorias del deporte*. En este caso, la fórmula refuerza el efecto de sentido gracioso al presentarse como ruptura dentro de un género audiovisual que se puede llamar “programa de recuerdos”⁵⁸. Esto es, la pieza se constituye como un “anti-genero” al quebrar las regularidades enunciativas del género. De este modo, Pergolini representa a un conductor, quien con voz cálida y agradable dice: “Sean bienvenidos a este incesante muestrario de jovatos llamado”; o, “Antonio Sardinero, quien hace cuatro décadas se destacó en triatlón y hoy se destaca por tener conectados más de quince tubos”. Además, los personajes no cumplen con los modos de actuar característicos de los participantes en programas de este género. Así, el conductor puede decir: “Ya me quiero ir del olor pestilente que sale de abajo de las sabanas”; un doctor lamentarse con un “qué se le va a hacer”, cuando el ex deportista internado dice que se siente “con un vacío insoportable y un agujero en el alma”; y un invitado especial retirarse gritando: “Apesta Antonio, Chau”.

Con la presentación de acciones increíbles y crueles, la pieza humorística se muestra como una parodia que ridiculiza los programas, principalmente audiovisuales, que realzan el valor dramático de historias de vida. Por ejemplo, el conductor señala: “Nuestro programa termina así, con un molesto pitido de fondo y la mueca triste del

⁵⁸ Se puede reconocer como ejemplo más recordado a *Siglo XX Cambalache*.

cadáver aún tibio de Antonio”; o le pide cálidamente que repita en el micrófono la frase que acaba de decir: “Tengo una tristeza que es agobiante”.

Por último, es interesante señalar la aparición de otro tipo de representación ficcional, en la que, a partir de una noticia sobre el gran tema *sexo*, se recrea una posible situación. Es presentada así por Pergolini: “Encontraron en La Pampa (...) a 16 personas garchando, entre ellas había algunas menores, y un par de problemas (...) y estamos comunicados con la casa donde se está realizando todo esto y estamos hablando con la niña”. Luego de la presentación se oyen sonidos que escenifican la situación: gemidos de mujeres, murmullos, música lejana, el movimiento de vasos. Se produce un intercambio entre Pergolini y una mujer, quien interrumpe varias veces sus frases para gemir con mayor velocidad y volumen: “Entre familiares, amigos, y gente conocida juntamos 16, (...) uno la quedó y se lo llevaron, son unos flojitos estos, no dan más (...) Hay de todo, porque en realidad, técnicamente yo tengo 14”. El efecto de sentido cómico se produce por la existencia misma de una entrevista telefónica de esas características y por la situación inusual presentada por el personaje de la entrevistada.

8.15 Móvil

Consiste en la salida de un integrante del programa al encuentro de una persona que luego es entrevistada desde el estudio de la radio vía comunicación telefónica. El principal tema del móvil es el fútbol⁵⁹, y por esto, las entrevistas son realizadas a jugadores del deporte.

⁵⁹ Se trata de un tema prácticamente exclusivo si se considera que la única entrevista que no fue realizada a un jugador de fútbol durante el periodo analizado consistió en la publicidad de un acontecimiento organizado por una marca, Movistar, que incluía un concurso convocado junto al programa.

En el espacio es posible reconocer tres momentos: el momento de *la entrevista, el informativo, de la provocación y la ironía.*

Durante *la entrevista*, quien realiza la mayoría de las preguntas es Pergolini, con participaciones del movilero y breves intervenciones de Gantman. En esta dinámica, Pergolini altera preguntas vinculadas a la actuación del deportista y su equipo, y otras relacionadas a aspectos de la vida personal del entrevistado: “¿Quién te espera en la casa?”; “¿Tu novia te cocina?”; “¿Cuánto hace que estás de novio?”; “¿Crees que van a lograr ese dos a cero que vinieron a buscar?”; “¿Estás casado o de novio?”; “¿El jugador quiere jugar al fútbol cuando entrena?”; “¿Cómo está el equipo?”; “¿La tradición del club influye en los jugadores?”. Por su parte, Gantman sólo hace intervenciones para consultar sobre precisiones del juego: “¿Te pide Simeone funciones defensivas?; “¿(...) acá se hace menos físico que en Europa?”; “Cuándo le ganaron a River era un equipo distinto al de hoy: ¿tomaron nota de esto?”

Las preguntas que se alejan del tema fútbol marcan un vínculo cómplice del conductor con los entrevistados. Esta relación está reforzada por el tono en que son realizadas las preguntas –muchas veces seguidas de una risa– y por las acotaciones osadas de Pergolini. Así, cuando un jugador comenta que se le irritan los ojos, Pergolini responde, entre risas: “Si dejás de fumar vas a ver que se te va rápido”; o luego de la despedida de un jugador peruano: “Un placer escucharlos sobre el humo, y la marihuana”, Pergolini sugiere: “Hace lo que tengas que hacer, pero después del partido”; o en el inicio de una conversación: “Hoy me equivoqué y hable bien de vos”.

En este clima de complicidad y confianza, el conductor también puede consultar sobre cuestiones “tabú” en el discurso de los futbolistas. Esto es, acercarse a

motivos, dentro del tema fútbol, poco abordados por los jugadores en sus discursos públicos. Por ejemplo, ante la pregunta del movilero sobre los argumentos de un director técnico para convencer a jugadores de integrar sus equipos (“¿Qué es lo que le dice Ramón que los convence rápido?”), Pergolini se ríe y sugiere al entrevistado: “¿Cuánto querés? (...) poné la cifra, yo te la peleo con los dirigentes”, con el ruido de una calculadora sonando. La misma situación se constata en consultas del tipo: “¿En Italia era un secreto a voces (...) que estaba arreglado?”, o, “¿Entre ustedes hay alguno que juegue mas fuerte o más liviano, un *qué haces boludo, a quien le decís boludo, a vos boludo*”.

Estos intercambios se producen en el marco de un vínculo de confianza y complicidad marcado desde el inicio de la comunicación por halagos al jugador, por la conversación previa del movilero y el conductor, o por la presentación amistosa del entrevistado realizada por el periodista. Esto da lugar, incluso, a chistes entre los interlocutores y al ingreso del momento de *la provocación y la ironía* en el terreno de la entrevista. Así, un jugador recuerda a Pergolini una apuesta anterior y le dice: “Te estoy guardando la butaca...”. O el mismo conductor dice al entrevistado: “Cumple 15 años Cocodrilo⁶⁰, te iba a invitar”.

El momento *informativo* se produce con la aparición de la voz del periodista, inmediatamente después de la entrevista o en otra presentación del móvil en el programa. Aquí el movilero entrega información sobre el equipo al que pertenece el jugador entrevistado⁶¹: lista de lesionados, formaciones, últimos resultados, horarios de los partidos, venta de entradas, etc.

⁶⁰ Se trata de un cabaret de la Ciudad de Buenos Aires.

⁶¹ Las entrevistas se producen antes o después de los entrenamientos.

El momento de *la provocación y la ironía* es protagonizado por el periodista fuera del estudio y los integrantes del programa desde la radio. Dado que pertenecen a equipos de fútbol enfrentados, en muchas ocasiones se producen intercambios provocativos sobre las actuaciones de los equipos de fútbol con las siguientes características: “Boca es el campeón y tiene que defender la copa, o ¿no?...ustedes son grosos, tienen mística”, dicho por el movilero, con un claro tono irónico. “No sé si tenemos mística, pero tenemos seis copas seguro, y del mundo cuántas...”, contesta Pergolini.

Por último, el clima descontracturado de la entrevista, que emerge de un tono de confianza y algo informal entre los interlocutores, es acompañado por sonidos emitidos desde la operación técnica que funcionan como comentarios sobre dichos.

8.16 Columna de video-juegos⁶²

Se trata de un espacio de periodicidad semanal, en la que una persona entrega informaciones sobre video-juegos. La presentación lo reconoce como “Maxi, de los jueguitos”, y al contenido de la columna como “toda la información juego-fónica”. Una vez iniciado el bloque desde el estudio, Pergolini lo nombra como “Maxi, editor responsable de la revista Louded, también del site Louded.vg”, mientras se oye el sonido de una exclamación (“guaaaauuu”). La información entregada consiste en la presentación de video-juegos que han salido a la venta recientemente o de salida inminente, la descripción de los juegos, recomendaciones técnicas, estadísticas y números del mercado de video-juegos en el mundo, además de la mención de las actividades de la empresa que dirige. Algunas de las expresiones sirven como ejemplo: “Lo que hicimos en la Davis (...) la gente estuvo probando la Nintendo

⁶² El apartado abre la descripción de las columnas del programa: los siguientes ocho apartados.

Wii”; “el juego salió y la caja viene con un volantito de plástico. La idea es que vos puedas poner el wii-mode, que es el control, en el volantito y manejas en el aire”; “Ahora con la Wii, que puede conectarse a Internet, lo que tiene es que puedes jugar este tipo de carreras on-line”; “Parece sencillo, cuando lo ves, los gráficos, los personajes, parece un juego para chicos. Nada más alejado de la realidad”; “El que salió ahora para PC, es el Aces in Screl, es un muy buen juego”.

El columnista utiliza un registro que fluctúa entre lo coloquial-juvenil y lo técnico, con la utilización de jerga del “mundo video-juego”. Algunos ejemplos: “En DS tenía un yeitesito, un truquito, le decían snaking, que era algo así como hacer serpenteo, porque vos en el DS hacías drift, derrapar, por lo que ganabas turbo. Acá lo limitaron, no estaba mal, pero lo ponía en una situación al juego donde si no hacías eso, olvídate de competir bajo ningún concepto”; “Yo lo primero que hice fue decir, bueno, voy a tratar de ganarle al que está primero. En la primera recta lo perdí, directamente, después me sacó una vuelta el chabón”.

La utilización de vocabulario específico, con pronunciaciones en inglés para referirse a objetos que forman parte de su descripción, y el amplio manejo de información (comprobable por medio de la mención de referencias aclaratorias, recordatorios y el planteamiento de relaciones entre juegos) construyen una figura de especialista, quien no se presenta como un periodista, sino como un empresario del mercado generado alrededor de los video-juegos, y además, como un jugador: “Tenemos Mario Cart Wii, lo estoy investigando, salió en Europa, la gente de Nintendo me lo mandó, nosotros tenemos un Nintendo Wii europea, por una cuestión de región no hay forma si no que funcione (...) Es como el Mario Kart que ya conocemos de la Súper Nintendo. Hace 15 años que salió el Mario Kart, hasta estuvo

en los Arcade en Japón, acá nunca llegó en los fichines (...) El juego es lo que viene siendo: vienen perfeccionándolo o puliéndolo un poquito, la mejor versión es quizás la de Nintendo DS, que es la portátil de Nintendo, que salió hace unos años (...) lo mejor es jugar con un control de Game-Q”.

El columnista lleva sus comentarios con pocas pausas y con un ritmo acelerado, acompañado por gestos sonoros de Pergolini que demuestran asombro, atención o aprobación, del tipo “qué bueno”. También puede ser interrumpido para responder preguntas técnicas del conductor como: “¿La Wii sigue siendo la consola más vendida en el mundo?”; o, “¿Qué es eso de los DPI?”. Es interesante marcar que el conductor de la emisión se reconoce como jugador y conocedor de los juegos: “Yo creo que necesitan un piloto de Fly Simulator y yo soy la persona que están buscando...”, dicho por Pergolini, ante lo que el columnista responde: “¿Querés que te diga la verdad? Sos la única persona que conozco que sabe manejar el Fly Simulator bien”.

La columna tiene una continuación en piezas informativas sobre video-juegos, emitidas a lo largo de la semana.

8.17 *Cuál es info*

La columna se emite los jueves y consiste en la presentación de novedades sobre grupos y artistas de los géneros musicales del rock y el pop, y en esta columna se habla sobre rock y pop internacional, especialmente de Estados Unidos, pues todos los artistas noticiados son extranjeros. La presentación reconoce al columnista como *el señor 20*, y así es nombrado durante la columna, aunque también es mencionado su apellido (Olmedo).

La mención del nombre del grupo o artista noticiado, realizada por el conductor, es precedida por acordes de una canción que lo identifica. A partir de allí, el columnista desarrolla la información y estos acordes funcionan como separadores de los cuerpos informativos. Las noticias de la semana analizada hablaron sobre los siguientes intérpretes: *Janes Addiction, Montley Crue, Judas Priest, Linkin Park, Radiohead, Suple Records, Brian May, Coldplay, Morrissey, Eminem, Bob Marley, David Bowie, Green Day; AC/DC.*

El columnista menciona en inglés los nombres de bandas, artistas, canciones o festivales, con una pronunciación correcta sin realizar su posterior traducción. También enumera fechas de recitales y aparición de discos, describe giras de las bandas. Entrega estadísticas sobre cada artista mencionado. Por ejemplo: “El 23 de abril, la semana que viene, la formación original de Janes Adicción tocará en vivo por primera vez desde el año 1991. El bajista Erik Avery se unirá a Perry Farrel, Dave Navarro y Stephen Perkins para recibir el premio Gotlike Genius (...) Avery es el único que no volvió en ni uno de los regresos posteriores de Janes Adicción. Es una entrega de premios de la revista New Musical Express. Van a tocar tres temas en un teatro que se llama El Rey, en Los Angeles”. La locución del columnista es fluida y precisa, con oraciones articuladas con corrección, cercana a un tono informativo, pero sus palabras suenan como un comentario.

Esta columna tiene un complemento en un espacio del día martes -en la semana analizada- en la que el mismo columnista presenta canciones e información –novedosas- sobre grupos de rock y pop internacional, pero sin la presentación como *Cual es info*. En este espacio, el columnista se explaya con más información y opinión, y los conductores De la Puente y Pergolini tiene mayor participación con

aportes. Esto es, son menos los grupos noticiados, pero más completa la información brindada. Los grupos musicales abordados fueron: *Disturb*, *Scarson Brodway*, *Def Leppard*, *PLD*, *Filter*, *Montley Crue*.

El columnista recorre las trayectorias de los grupos y de los músicos, cuenta intimidades de las bandas, anécdotas, hace valoraciones, categoriza escenas y, como en el *Cuál Es Info*, entrega una gran cantidad de nombres, fechas, giras y números (por ejemplo, de venta de discos). Algunos ejemplos permiten notar esto: “Inside of Faire se llama esta canción, del disco Undestructible, Disturb (...), llegaron un poco más tarde a la escena que se llamó new metal... haciendo buenos discos pudieron hacer un cross-over hacia una escena más pesada, a un público que escucha música más pesada”; “debutaron la semana pasada, se presentaron en Los Angeles, en el “Whisky Go-Go”; “Motley Crue está por sacar sus primer disco en diez años con la formación original, el último fue Generation Sweing, del 97 (...), parece que el nombre del disco va a ser como este adelanto, Seing of Los Angeles (...) Sale el 8 de julio”; “Scarson Brodway, el nuevo proyecto de Daron Malakian y John Dolmaian, integrantes de System of a dawn, (...), el grupo terminó su gira en 2006 y decidieron separarse por tiempo indeterminado”.

La abundante cantidad de información mencionada y las vinculaciones que realiza con ella, junto a la presentación de novedades que llegan de grupos internacionales, refuerzan la figura de especialista del columnista, también acentuada por apreciaciones de tipo artístico-técnico: “Más allá de que hayan vendido trillones de discos, el gran logro artístico de la banda es haber logrado modificar la tecnología de grabación, en la forma de grabar e influenciar a un montón de bandas que detrás de ellos lograron sacar el mismo sonido”.

Ambos espacios protagonizados por el *Señor 20*, realizados en vivo en el estudio, son acompañados por aprobaciones o reprobaciones de De la Puente o Pergolini, como por ejemplo: “Sí, tenían cosas lindas (...) pero se la escuché a los Smiths hace 20 años”, dicho por De la Puente sobre una canción nueva. Además, los sonidos emitidos desde la operación técnicas (aplausos, gases, ovaciones, calculadoras) operan como comentarios sobre las informaciones dichas. De este modo, Pergolini y De la Puente también se presentan como figuras autorizadas para categorizar y valorar grupos de música.

Estas columnas tienen el complemento de piezas informativas llevadas a cabo por el mismo periodista, con una duración más acotada, emitidas otros días de la semana.

8.18 Columna de crítica de cine

Espacio en el que un crítico de cine describe y evalúa las películas que se estrenan en los cines de Argentina el mismo día jueves que se emite la columna. Es llevado adelante por el columnista Guillermo Hernández, así presentado en la artística.

El columnista nombra a los protagonistas, directores, la trayectoria de alguno de ellos si lo considera pertinente, explica el argumento de la película y marca los puntos positivos y negativos, según corresponde desde su evaluación. Este fragmento ejemplifica lo expuesto: “*El diario de la niñera* es una película que me llamó la atención quien la dirigía. Ustedes, por ahí los nombres no les suenan. Son Shari Springer Berman y Robert Pulcini, que juntos hicieron *American Splendor*, una película que recuerdo que yo recomendé muchísimo, mi única que vez que fui al

festival de Mar del Plata. Me había impresionado gratamente. Tiene como protagonista a Scarlett Johansson (...) ya es la chica del momento (...) también Laura Linney y Paul Giamatti que había trabajado en la anterior película de los directores”

Mientras cuenta la historia de la película hace observaciones personales sobre la misma: “Muy poco tienen que ver con nerds, son todos carilindos, jóvenes, triunfadores; “Ella es una estudiante universitaria (...), los padres, uno es un adicto al trabajo, la madre es una mina que no hace nada pero nunca está para atender al chico. Este cuadro que tantas veces lo hemos visto en películas, y por qué no en la vida real”.

En el momento de la recomendación, el columnista reconoce directamente a los oyentes como sus interlocutores: “Les digo que es una película que tiene un costado reflexivo...los quiero alertar para que no vayan a buscar una comedia”; “Así que si van a optar por este tipo de películas...”; “Es una película que van a disfrutar”.

Los tres conductores del programa hacen pequeños comentarios sobre el relato del columnista y por lo general adquieren formas de evaluación -sin argumentación- de las películas presentadas: “Es un género ya: el cine de ancianos para ancianos”, dicho por Gantman. “Son iguales de aburridas o...”, dicho por Pergolini. “Las chicas del momento y los chicos del momento duran cada vez menos en Hollywood, me parece a mi...”, expresado por De la Puente. Además, a modo de comentarios sobre el relato del columnista se imprimen sonidos lanzados desde la operación técnica.

8.19 Columna del historiador Jorge Halperín

Luego de una presentación que entrega indicios sobre la llegada de un personaje simpático e interesante por sus conocimientos, Pergolini refuerza esta idea cuando dice: “Vos le leíste mucho más que nosotros, ese es un grave problema”; o

cuando le pide que repita un apellido pronunciado en francés: “¡Qué lindo sonó!”. Se trata de un momento del programa en el que el columnista realiza una biografía de un personaje histórico en un relato comentado que deja de lado un tono excesivamente pedagógico y toma formas pícaras: “Hoy les voy a contar del siglo de la bragueta (...) algunos historiadores llaman al siglo XVI en Francia (...) Por algunos braguetas mayores, por tipos que, como dirían en el barrio, hicieron uso y abuso (...) Uno de los braguetas mayores, podrían decir de él que hizo abuso, fue el pensador Michel de Montaigne”.

El columnista hace un relato biográfico rodeado de comentarios propios y de otros autores, definiciones, citas a libros y escritores, marcando el contexto histórico de lo contado. Algunas partes de su exposición permiten dar cuenta de esto: “Nació en 1533, en el puerto de Burdeos, en el sudeste de Francia, el lugar de los vinos, ¿no? (...) su pasión por las mujeres fue uno de sus importantísimos objetos de estudio. Se miraba y miraba”; “Vamos a contar algunas historias de Montaigne, basándonos sobre todo en un libro que escribió el francés Jean Lacouture, que se llama *Montaigne a caballo*”; “Un adelantado (...) especie de feminista adelantado, odia el racismo y los castigos corporales (...) Es reconocido como uno de los fundadores de la introspección, la mirada hacia adentro, pero también es considerado como uno de los tipos que inventaron la sensibilidad y la cultura occidental”; “En su época chocaban los planetas (...) guerras religiosas, un oscurantismo y una represión sangrienta”.

Sin embargo, las expresiones profesoriales, que funcionan como una marca de autoridad, de distancia de saberes -entre el columnista por un lado, y los oyentes y los conductores por el otro- y de espacios de referencia, están matizadas con comentarios que trazan un espacio de complicidad: “Ella está vestida, arrodillada, haciendo su

faena”; “Lo esperaban las chicas con los brazos abiertos, por decirlo de algún modo”. Como se observa, el vocabulario sencillo, correcto y preciso, pero también sutilmente irónico y metafórico por momentos, le permite atravesar la temática sexual en forma cómplice pero con un registro distanciado del utilizado por los conductores. Por ejemplo, donde Halperín dice “felatio” y “género triple X”, Pergolini dice “pete” y “pornografía”.

El relato es acompañado por sonidos que escenifican lo dicho, como el trote de caballos, disparos, movimiento de lenguas, gritos, exclamaciones de asombro. También los conductores, especialmente Pergolini, intervienen con gesticulaciones sonoras de asombro o interrogación.

8.20 Pieza de ensayo-literario⁶³

En este caso se trata del espacio presentado como *Palabras* en la pieza artística ya descrita, donde se indica el ingreso a un momento poético y literario. La voz de un hombre, voz ausente de algún momento de *conversación en el estudio*, realiza lo que podemos reconocer como un *breve ensayo literario radial⁶⁴*, inserto en una serie, pues el ensayo se descompone en partes emitidas los días lunes, miércoles y viernes –de la semana analizada-, cada una de ellas cerrada y con autosuficiencia, pero con márgenes de continuidad. Al final de cada pieza, el ensayista se reconoce como “Aquí, el innombrable, Casos Sagelhat, desde Buenos Aires, la ciudad de los ojos tan, tan maquillados”.

⁶³ A partir de este apartado se describen 4 piezas radiales, con forma de editorial-poético, testimonial e informativa, presentes en el programa. La decisión de reunir para el análisis a estas piezas responde al modo de inclusión en la emisión. Esto es, sin presentación por parte de los conductores y sin intercambios con ellos. No puede afirmarse desde el análisis que se trate de piezas “enlatadas”, pero el efecto de sentido es el de *cápsulas* con clima propio que se suman a la continuidad del programa. Son realizadas por voces que no son participantes diarios del programa.

⁶⁴ Las piezas se prolongan por cinco minutos y medio, aproximadamente.

La caracterización de *breve ensayo literario radial* responde al relato por parte de una voz que describe las historias de obras literarias, las interpreta, las vincula con las figuras de sus autores, de quienes hace biografías, y todo esto durante un espacio temporal corto que obliga a realizar síntesis, lo que no impide la aparición de reflexiones sobre la realidad, desprendidas de interpretaciones de la obra. En las emisiones analizadas, el ensayista se refiere a “Moby Dick, de Melville, y Las Aventuras de Huckleberry Finn, de Mark Twain”. Un fragmento del relato muestra algunas de estas características marcadas: “Navegan río abajo, hacia el corazón de los estados esclavistas, y eso, eso mismo, que a cualquiera hubiera puesto al borde de la depresión, o de un ataque de nervios, a Huck, que huye de su padre, y a Jim, que huye de la sociedad, apenas si les disturba un poco sus vidas (...) Sobrevivir, esa es una de las magias que el lector encuentra en esta novela, capacidad para sobrevivir (...) como se cuidan entre sí algunos fuera de la ley, es decir, más allá de los límites de la gente decente, porque Las aventuras de Huckleberry Finn no es una novela para gente decente (...), el éxito de esta novela entre la gente decente (...) fue enorme (...), lo que dice mucho acerca de las pulsiones secretas de la gente decente, o de la clase media, esa clase media a la que todos nos encaminamos, como soñaba Borges”. Esta cita a Borges marca un campo de referencia, desde el que dice su ensayo. Lo mismo sucede cuando extrae una cita de Javier Marías, o cuando dice: “Su desprecio por el género humano creció como empalizada, como coraza (...), y vivía, como los gladiadores, cuya divisa era *nec spe, nec metu*, ni esperanza ni miedo”, mencionando las palabras en antigua lengua latina. Estas citas vuelcan el texto sobre el campo literario pues indican que de allí abrevan las reflexiones del ensayista.

Las reflexiones pueden interpelar al oyente por medio del empleo de un *nosotros inclusivo*, en el que público, participantes del programa y ensayista quedan igualados: “Qué *nos* quiso decir Melville”. “Ese es *nuestro* goce y disfrute, hipócritas lectores”. Sin embargo, también señala que son lectores los incluidos en ese *nosotros*, y agrega: “Suele recordarnos *nuestra* adolescencia”; con lo que delimita una franja etaria.

El relato es intenso, fluido, sin pausas largas, vertiginoso, seguro, apasionado, y es acompañado por una cortina de música clásica reposada.

8.21 Pieza de editorial poético

Sobre el final de una canción, aparece una voz, ausente del espacio *conversación en el estudio*, que se presenta: “Hola, soy Siri, el buscapiel”, y luego lanza frases a la que siguen solos instrumentales de timbales, violines y órgano⁶⁵, y funcionan como punto de partida del relato de una historia: “No sé qué pasa, comienzan a lloverme palabras y estas palabras me mojan de dudas y de certezas”; “Te invito a conocer una piel, que es mentira, o dos pieles que son dos mentiras”; “Veo demasiado odio a mi alrededor: ¿vos sabes realmente qué es el odio?”. En estos ejemplos se reconoce una característica del relato: quien habla personaliza sus expresiones al tiempo que individualiza a su interlocutor (veo/lloverme/te invito/vos sabes), por lo que las palabras se dirigen a cada uno de los oyentes. Esto abre un espacio de confianza –afirmado en el tratamiento de *vos* a quien habla- y cercanía, que se complementa con expresiones juveniles como: “La hago corta, te la cuento desde el comienzo”; o, “y no me importa tu prejuicio buchón”; y con referencias precisas a la Ciudad de Buenos Aires: “De la esquina de Jonte y Boyacá caminaron en silencio

⁶⁵ Tres editoriales distintos se emiten los días lunes, miércoles y viernes.

hasta el Jeri, un telo decoroso”. La historia relatada funciona como ejemplo, como el lugar del cual emerge una reflexión.

Como en la pieza arriba descrita, aquí se observa una vuelta del discurso sobre el discurso: “Comarca breve y bulliciosa, donde una ñata azul de frío aprieta su miedo contra el vidrio de un auto detenido”; “En una desnuda esquina nocturna (...) Eliana le escupió a Walter en la cara que era un hijo de puta y que jamás se volverían a ver. Él le devolvió una serie de imputaciones sostenidas por epítetos de grueso calibre”. El tono de la voz es reflexivo, sosegado, pero dinámico, sin pausas extensas.

La voz que habla menciona nombres como Luca –cantante muerto del rock nacional-, Fukuyama –politólogo estadounidense-, *el indio* –cantante de rock-, Jesús Quintero –periodista español, presentador televisivo y radial-, Juan Gelman –escritor-. De ellos extrae citas indirectas con las que traza un universo de referencia atravesado por el rock, los medios y la literatura.

La caracterización de editorial se justifica en el juicio –o los juicios- que se impone al final de cada relato, la conclusión que se alcanza sobre temas universales: “Las ideologías, no las mató Fukuyama, ni la historia, las fuimos suicidando lentamente, mintiéndonos”; “Es verdad, el odio es mentira, el odio te castra”; “El señor de gafas era la mentira en estado puro (...) A veces una mentira piadosa, leve, te puede salvar, una mentira impune, cobarde, te puede matar”.

Cada relato, que no llega a los dos minutos de duración, finaliza con una canción que inicia sobre el final de las palabras de quien habla y el editorial poético se muestra como guía de lectura de la canción siguiente, que se constituye así, como un complemento de la pieza.

8.22 Pieza periodístico-testimonial (La torre de los nadies)

Una presentación austera y seria presenta al espacio marcando un lugar geográfico, “Buenos Aires”, pero señalando que esta geografía tiene lugares distintos: “La realidad de una ciudad tiene muchas caras (...) La torre de los nadies”.

Así inicia una entrevista realizada a una mujer que, al momento de la grabación, recorría la ciudad para pedir objetos a modo de limosna en distintas casas. La entrevista tiene una edición mínima y una duración de cuatro minutos aproximadamente. Sólo se oyen las preguntas, las respuestas y el ruido del ambiente donde se produjo el encuentro entre la voz que pregunta, un periodista, y la que responde, una mujer joven. Los interlocutores no son presentados y existe una clara diferencia en las pronunciaciones, entonaciones y léxico de cada uno. La voz del periodista está ausente de otros momentos del programa y la voz de la mujer –su léxico y entonación- puede reconocerse como extranjera en el programa.

La entrevista inicia con la pregunta: “¿Qué es lo que están haciendo en este momento?”. Y su respuesta: “Estamos pidiendo ropa porque se nos inundó todo”. Y luego se suceden las preguntas con devoluciones breves de la entrevistada: “¿Cómo es esto que se les inundó todo?”. “El día de la tormenta”. / “¿Qué es lo peor de la situación que estas pasando, que sería lo más grave?”. “Qué no tengamos donde dormir, porque es feo dormir en la calle”. / “¿Cómo es vivir constantemente de esta forma?”. “Ahora de verano, más o menos, hay que esperar el invierno”. / “¿Si usted pudiera pedir cualquier cosa?”. “La verdad que plata, porque con la plata haces cosas, la verdad que la plata no hace la felicidad pero con la plata haces cosas, tenés una casa”. / “¿Se puede ser pobre y estar bien?”. “Si, a veces sí, porque a veces tenés

plata, y la gente se acerca más por la plata que tenés, en cambio si sos pobre, vos sabes que las personas que están al lado tuyo no están por interés”.

La reproducción de las preguntas y respuestas sin sonidos, ambientaciones o información de contexto más que el entregado por el ruido de ambiente y las voces, construye el efecto de sentido de estar oyendo una foto sonora instantánea. Esto es, se intenta borrar las marcas que dan cuenta de la intermediación del medio –y su proceso de construcción discursivo y técnico- entre la escena de la entrevista y la audición de la misma. Con este procedimiento, se presenta al testimonio de la mujer -una de las caras de la ciudad, parte de la torre de los nadies- como un retrato vivo de su situación, que llega al oído del oyente, directamente desde la calle.

8.23 Pieza informativa de video-juegos

Pieza emitida a modo de flash informativo, los días lunes, martes, jueves y viernes, con una duración no mayor a los dos minutos. La temática es exclusiva: los video-juegos. Un sonido de rayo eléctrico –especie de descarga de electricidad- aparece para dar lugar a la presentación: “Les habla Maxi, de Louded, con las últimas noticias del mundo de los juegos”. Sigue el relato con un cortina de música electrónica de fondo, variados efectos de sonido a lo largo de la locución, y la modalización de la voz, que así se oye en distintos planos: por momentos más cercana, en otros algo ahogada, con mayor claridad, etc. La voz no detiene el relato en ningún momento, tiene dinamismo y velocidad, y es reconocible como la voz que protagoniza la columna sobre video-juegos los días miércoles.

Luego de la presentación, se presenta la información: “Se viene la primera edición de la versión “gamer” del afamado libro de records mundiales Guinness. Ya le

contamos el record de Guitar Hero 3 pero lo que anunciaron sus editores (...)”. La locución siguiente mantiene las mismas características señaladas en el análisis de la columna de video-juegos, sólo que aquí hay una voz que no interactúa con nadie. Los nombres de juegos y marcas, las explicaciones y los datos aportados suponen el conocimiento sobre la temática por parte del oyente, a quien también se le adjudican acciones y pensamientos: “Buenas noticias para los amantes de este juego que tenían que hacer malabares para jugarlo (...), los curiosos que siempre se cuestionaron cómo es que tantos se hacían adictos a este juego están a punto de comprobarlo por sí mismo”; “Los amantes de los juegos de terror están de parabienes (...), para aplacar la espera de Resident Evil 5 (...), entre ellos está Death Space, el juego de acción y terror (...); “World of Warcraft es sin dudas el rey de los juegos de rol masivos multijugador en línea (...), 10 millones de usuarios (...), descomunal éxito de ventas y suscripciones en China, Europa y Norteamérica”; “Death Space estará orientado a la acción con algunos sobresaltos al estilo Silent Hill”. Los ejemplos señalados permiten reconocer la interpelación a una comunidad de jugadores.

8.24 Pieza informativa sobre rock internacional

El espacio es presentado en forma sencilla: “Hola, soy Gustavo Olmedo”, seguido por el anuncio del informe que llevará a cabo: “y les presento un informe sobre Back Cherry”, o “Giras de rock que más atención y demandas de entradas concitan en todo el mundo”. Luego, el locutor -quien es el periodista que realiza el *Cuál Es info-* desarrolla la información a lo largo de 6 a 7 minutos, ritmado por el inicio de canciones, que actúan como separación de los cuerpos informativos. Las dos piezas emitidas en los días lunes y viernes repiten las características señaladas del

Cuál Es info, con la diferencia que aquí se trata de un momento radial más estructurado, con la sola presencia de la voz del locutor, sin intercambios con otra voz.

La información supone una serie de referencias musicales útiles para el oyente: “Black Cherry fue catalogado entonces como una cruza entre Black Crowds y ACDC”, o “Pearl Jam estará tocando, entre otros, junto a Metallica, Robert Plant, Jack Johnson, B.B. King, The Oldman brothers band y The Raconters”.

Además, la información puede tomar forma de hallazgo y recomendación: “A pesar de ser virtualmente desconocidos en Argentina, Back Cherry es una de las bandas de rock más populares en Estados Unidos”, “(...) una banda que vale la pena escuchar”.

8.25 Bloque de conversación en el estudio

El momento del programa así reconocido comparte todos los señalamientos realizados en la descripción del *Bloque inicial de conversación en el estudio*. La diferencia radica en que este último tiene una ubicación fija en la grilla diaria, mientras el *bloque de conversación en el estudio* es el espacio más volátil del programa y el más repetido a lo largo de la semana. Por este motivo, se trata del espacio con más presencia temporal en el programa. Esto es, hace su aparición en cualquier lugar de la grilla, con una duración variable, de los 5 a los 15 minutos. Sin embargo, existen espacios con una extensión menor de 1 a 3 minutos. La centralidad de este momento en la grilla, derivada de su mayor presencia temporal comparativa, se debe a varios motivos: funciona como hivanador del resto de los fragmentos que se incorporan al programa, reafirma el vivo en la emisión, y fundamentalmente responde

a las rutinas productivas en el medio radial. La charla, conversación o intercambio alrededor de tópicos variables y aparentemente espontáneos es uno de los formatos más económicos –en términos temporales, monetarios e intelectuales- para la producción radiofónica, especialmente si se lo compara con la preparación que requiere la puesta al aire de un informativo o un radioteatro, por citar otros formatos. Se sostiene en la legitimidad social que pueden tener los comentarios de los conductores –en este caso figuras del “star-system”- o en la creatividad de la improvisación durante la charla, tanto de conductores como de operadores técnicos.

8.26 Canción de despedida

La misma canción de lunes a jueves para marcar el final del programa: “Yo soy tu amigo fiel”. Los viernes, la canción que suena para despedir la semana de programa es “Carnaval toda la vida”, del grupo musical *Los fabulosos Cadillacs*.

8.27 Pieza artística-publicitaria

Inmediatamente después de la *canción de despedida* surge esta pieza que puede reconocerse como “hermana” de la descrita en el *Sketch de inicio*. Así, repite todas sus características allí señaladas. La firma publicitada vuelve a ser *Quilmes*, sponsor principal de *Cuál Es*.

9. Caminos hasta el joven: una interpretación de los aspectos retóricos, temáticos y enunciativos en *Cuál es*

9.1 Lo temático

Analizando el corpus se observan dos temáticas dominantes y permanentes en el discurso del programa: el fútbol y la música. Ambas están sostenidas en columnas y piezas informativas⁶⁶. Mientras el fútbol se presenta en múltiples formas y momentos del programa, –desde la conversación en el estudio hasta el móvil, pasando por las burlas, provocaciones, los mensajes de oyentes y piezas humorísticas⁶⁷- la música, que en el programa se entiende como rock y pop, principalmente rock internacional, es recuperada como tema en forma diaria con comentarios, sugerencias y presentaciones, en las que tanto De la Puente como Pergolini se presentan como figuras autorizadas para hablar sobre el tema –además del columnista, el llamado *Señor 20-*, como muestra este fragmento: “Es de los jazzeros que hacen jazz con la guitarra bastante sucia en sonido con respecto a las guitarras de jazz, que son esas guitarras, acá me puede ayudar más Eduardo, más grande de caja, no sé cómo se llama”, señala Pergolini. De la Puente aclara: “Una tres treinta y cinco”. Y Pergolini sigue: “Más grande incluso que la *Lucile*, de BB King”. Vuelve a intervenir De La Puente: “Que es una tres treinta y cinco”. Pergolini completa: “Que tienen como un soporte de metal para agarrar las cuerdas desde atrás...”. Incluso algunos mensajes reconocen esta autoridad de los conductores: “Mario: ¿Te gusta Kapanga?”. A lo que

⁶⁶ La columna deportiva diaria tiene como temática dominante al fútbol, lo mismo que el móvil diario, mientras el periodista especializado en rock internacional se presenta cuatro de los cinco días analizados.

⁶⁷ En la semana analizada, también el radioteatro se movió dentro de la temática del fútbol.

Pergolini responde: “Tengo que dividir la respuesta. No me gusta Kapanga en sí, la música de Kapanga. Pero ellos, personalmente me fueron muy gratas personas”. De la Puente completa: “Mi síntesis de Kapanga es: si yo estoy en mi casa, no pongo un disco de Kapanga, pero si yo voy a un festival y no está Kapanga, no es un festival”.

La televisión como temática⁶⁸ tiene también una fuerte presencia, quizás en un segundo escalón detrás de la música y el fútbol. Lo demuestran los dos días de la semana donde se comentan títulos de entrevistas a figuras del medio; las conversaciones en vivo donde las imágenes y placas televisivas⁶⁹ son objeto de comentarios; o las apreciaciones recurrentes sobre el contenido de los programas. A los ejemplos ya transcritos, sumamos el siguiente comentario de Pergolini sobre Canal 13, que presenta a la televisión como tema: “Ayer hice zapping obligado (...) *Por amor a vos*: una grasada. Pongo después, está un ciego (...) lo votan por lástima, es re ciego, lo está haciendo muy mal (...) Como el canal se convirtió en el nueve de Romay (...) es todo de un grado tal de popularidad, de cosa populosa, una grasada total todo (...) felicitaciones a las cosas populares porque la verdad que son espantosas”. Entonces, se habla de los personajes de la TV, de dichos y hechos que por ese medio circularon. En este caso es la radio hablando de la televisión, un medio volcado sobre otro medio. *Cuál Es* reconoce al medio televisivo como un mundo privilegiado para su comentario y así retroalimenta desde el medio radial a la tendencia televisiva de ponerse a sí misma como tema en muchos de sus programas, tendencia que va más allá de lo que Carlón (2005) identifica como *metatelevisión*. Esta constante presencia de la temática televisiva está claramente influenciada por el

68 Temática visitada principalmente en espacios de conversación en el estudio.

69 Esto evidencia la presencia de un televisor en el estudio que dará lugar a la aparición diaria y común del clima y el tránsito como temáticas, también vinculadas al horario de emisión del programa. Durante la semana analizada, el tema de la niebla tomó centralidad a través de lo mostrado por la televisión y retomado desde la conducción.

conductor del programa, quien como figura, productor y empresario audiovisual realiza observaciones⁷⁰ sobre contenidos televisivos o mantiene intercambios públicos con otros personajes a través del programa. Por ejemplo, el día lunes, Pergolini promociona un programa de TV producido por la productora Cuatro Cabezas⁷¹ y expresa: “Yo entiendo que comienza el gran grasa, pero si usted puede soportar la tentación de ver algo liviano, y ver algo más interesante, bien, y si no, bueno...”. También Pergolini responde un mensaje en forma pública: “Roberto (por Pettinato) llegó tu mensaje, tu pedido de disculpas...está todo bien (...) como hay muchos botones dando vueltas, seguro le van a contar...”⁷².

De este modo, la construcción de la temática televisiva puede dirigirse hacia la aparición de Pergolini, el conductor o personaje público, como tema, a partir de un discurso altamente autorreferencial. La semana de *Cuál es* que se ha analizado muestra esta situación en forma contundente a partir del debate instalado sobre afirmaciones supuestamente discriminatorias del conductor. Un fragmento de la aclaración sirve como ejemplo del tándem temático señalado, Televisión-Pergolini:

“La verdad que me llama mucho la atención más que nada ayer el noticiero de Canal 13 diciendo que yo discrimino, trabajando corporativamente con algo en lo que pueden entender que es un ataque hacia ellos. Me parece una barbaridad que un noticiero de Canal 13 presente un informe en donde presionan (...) yo el lunes lo que dije, supongo bastante fuerte, con una ironía que manejo lo mejor que puedo, que me agrada, con un humor negro que supongo voy a tener el resto de mi vida, a lo mejor diciendo palabras fuertes. Yo no como vidrio, yo sé muy bien cuando digo una palabra fuerte, donde la estoy diciendo y en el momento que la estoy diciendo (...) cuando yo dije que ponen a un chico con Síndrome de Dawn, yo dije mogólico, es cierto, usé una palabra fuerte, pero para ponerlo en un lugar realmente fuerte (...) cuando yo digo que utilizan al ciego, cuando puede ser que el ciego lo quiere hacer y me parece buenísimo que el tipo sin haber visto nunca bailar, baile, aunque lo haga mal o uno opine que lo haga mal, eso no quiere decir que uno lo está discriminando, yo lo que estoy diciendo es que lo están utilizando. Cuando en Canal 13 ponen a los gordos a la tarde, de la forma en que los ponen (...) lo hacen para tener más rating, que a la larga, es de eso de lo que se trata la televisión. Mi crítica fue en que no importaría nada, absolutamente nada, en poner a

⁷⁰ Las observaciones no se sostienen sobre análisis. Generalmente carecen de argumentación y toman la forma de burla o provocación.

⁷¹ Productora vinculada al conductor.

⁷² El fragmento parece referir al intercambio público ya citado que mantuvo el conductor con el presentador televisivo y radial, Roberto Pettinato.

cualquier persona si llama la atención, si lo ponen como un caso especial o como un freak para levantar el rating, y que eso es un problema, es un problema en los programas que se llaman populares porque marcan cierta cosa (...) y ustedes son tan estúpidos en general en quedarse a ver si esto es una pelea con uno o con otro (...) o poner eso en un noticiero, y forzarlo a ver si el INADI me arma un quilombo ¡A mí! Qué grado de pelotudez cerebral están teniendo todos (...)

La tematización del propio Pergolini da cuenta de la centralidad, asumida por él mismo, en el programa. De este modo, en continuidad con el debate mencionado, Pergolini ironizó, en un evidente tono cálido afectado, con su transformación como conductor: “Nace un nuevo Mario, más light, menos sincero, con mucho más filtro, Mario con clonazepan, el Mario ribotrilizado”.

Otra temática de importante constancia, en un tercer nivel detrás de la música y el fútbol, y la televisión después, es la de los video-juegos, que cuenta con una aparición diaria asegurada por medio de cuatro piezas informativas en días distintos y una columna en el día restante. Son novedades, informaciones y enseñanzas sobre los juegos los motivos que construyen esta temática.

En este tercer nivel, la temática sexual, con presencia importante sobre todo en los espacios de conversación en el estudio⁷³, es abordada sin prejuicios ni metáforas embellecedoras del discurso, generalmente con un registro informal y directo que la acerca a la genitalidad. La representación de una orgía o la imitación de De la Puente a un actor español de películas pornográficas pueden servir de ejemplo. A eso podemos agregar el pasaje en el que el personaje de *el doctor* dice: “Un pete de traba tiene su plus, sabe dónde ir, pregúntele a los tacheros”. Pergolini responde: “Las mujeres también saben a dónde ir, tampoco hay tanta vuelta. Yo entiendo que la vagina femenina es más complicado porque tiene como distintos lugares, pero el pito del hombre...”, y Gantman acota: “Es una autopista”. También los sonidos emitidos

⁷³ La columna de historia retoma en forma lateral esta temática pero con un tratamiento sutil y metafórico.

durante conversaciones, entrevistas, piezas humorísticas y artísticas institucionales son motivos del tema *sexo*. Es preciso aclarar que el tema se construye desde una perspectiva lujuriosa o libidinosa, que reconoce huellas del género audiovisual erótico o pornográfico. En este sentido, el tema se construye desde una mirada varonil y fuertemente machista, ya que la mujer aparece como instrumento de satisfacción del deseo sexual masculino, reducido a la genitalidad.

Con menor recurrencia que los temas anteriormente mencionados, es interesante comprobar la presencia de la temática de la salud, a la que se llega por medio de intercambios sobre virus y enfermedades. Conversaciones seguidas por entrevistas –sobre la rabia y la gripe- donde se forma un discurso médico, preventivo y pedagógico. En estos fragmentos aparece la radio como servicio a la ciudadanía.

Las drogas –su consumo- constituyen otro tema recurrente, abordado sin complejos. Por el contrario, la temática es construida desde la picardía, el humor y la complicidad con el oyente. Por ejemplo, una pieza humorística reproduce la voz de un joven –es una representación ficcional- quien opina sobre una película: “Ahh, eran fantasmas. Ahora entiendo todo, porque yo veía que los chaboncitos sacaban fotos de los accidentados, y creí que los otros locos que salían en las fotos eran curiosos, viste que siempre hay curiosos en los accidentes...qué tarado, porque dije hoy si voy re careta, pero no pude, me fumé la Torre de los Ingleses”. También el personaje de *Mogy* explica lo siguiente en una intervención: “Fui a pasar un día de campo, entonces tiré la mantita. De pronto pinto uno, pinto uno, viejita, me entienden ustedes o no, dije: vamos a fumar uno viejita, para abrir el apetito”. De la Puente dice: “Ah, un cigarrillo de droga”. Además, durante una conversación, Pergolini toma cierto lugar de conocimiento y autoridad sobre el tema, que pareciera llegado de la experiencia, y

dice: “Las drogas que te hacen ver cosas son muy pocas y raras de conseguir. No son las drogas que comúnmente se consumen. Porque los ácidos te hacen ver pero cuando estás ya demasiado... El honguito a menos que te hagas la cabeza, pero no pueden hacerte ver algo tan hecho cuerpo como un elefante. Los alucinógenos están demasiado alejados del consumo de la mayoría de los drogadictos”.

El cine, la literatura y la historia son recuperados como temas por medio de columnas y ensayos literarios breves, pero no demuestran una continuidad de ningún tipo en otros espacios.

Los mensajes de los oyentes generalmente recuperan, con respuestas, aclaraciones o comentarios, los temas propuestos desde el programa, y en caso de aparecer desvíos temáticos en los mensajes respecto a esas propuestas, son oportunamente descartados por Pergolini. Dos ejemplos ilustran lo dicho: “Loco, ¿no fueron al BAFICI⁷⁴?”. “Si. Me encanta el cine independiente”, responde el conductor, socarronamente. “Hola Mario, habla de los sueños de los participantes, esos son golpes bajos”. Pergolini agrega: “Bueno basta, tema acabado”.

De este modo, los mensajes de los oyentes funcionan como confirmación y recreación del espacio temático construido desde la conducción del programa.

Aunque absorbidos por el tema dominante de la televisión, la tematización de los medios masivos de comunicación mantiene cierta recurrencia en la medida que se observan comentarios sobre el modo de presentar las informaciones de algunos diarios o la televisión. Esta mirada sobre los medios no conduce, en la mayoría de los casos, a una problematización o conclusión sobre la relación planteada entre la representación mediática y aquello que es representado (“lo real”). En todo caso, las apreciaciones son apenas sugeridas o toman la forma de ironías. Por ejemplo, sobre la cobertura

⁷⁴Festival de cine independiente de Buenos Aires.

mediática de cortes de rutas, Pergolini dice: “Los medios se están manejando de una forma tan...”. La reflexión inconclusa se supera con el paso a otro tema. Sin embargo, es interesante, aunque no común, la siguiente mención sobre el funcionamiento de la prensa. Pergolini dice: “Ayer en Crítica apareció la foto de uno de los dueños de Clarín pegándole a un fotógrafo de Crítica. Y es muy raro que hoy en Clarín no haya salido ni un cuadrito defendiendo al periodista que golpeó”. Gallo completa: “Tapa de Crítica de ayer, porque les saca una foto saliendo de Papel Prensa, que Clarín es uno de los dueños. Porque Crítica hizo una denuncia que la papelería que fabrica Papel Prensa contamina el Río Baradero en San Pedro, y nadie dice nada y se quejan de Botnia, cuando esto contaminó lo mismo, o más, porque esto es una planta vieja”. De la Puente pregunta: “¿Por qué no me enteré yo de todo esto?”, y Gallo responde: “Porque lees Clarín”. Salvo excepciones señaladas, la referencia a los medios pasa por formas irónicas o burlonas, y está marcada por claves de ingreso que no implican cuestionamientos explícitos de tipo moral, ético o político a las representaciones presentes en los discursos mediáticos que son objeto de burla y ridiculización, sino que requieren de un sustrato de conocimiento compartido entre locutores y oyentes para una adecuada adjudicación de sentido.

De este modo, la tematización de los medios, especialmente la televisión, puede ser el camino que hace el discurso del programa para acercarse al tema de la política, entendido como la *escena política*. Así, se produce un merodeo a *lo político* desde temáticas cercanas, sin consumir el abordaje definitivo del tema o que supere la acusación sin argumentación. Un ejemplo de esto es el final de la aclaración de Pergolini sobre sus dichos supuestamente discriminatorios respecto a un participante de un programa de televisión: “Vienen como una manga de pelotudos a decir en el

noticiero lo que están diciendo, o en los diarios, manga de tarados, le están lamiendo el culo al gobierno cuando lo necesitan y después cuando se tienen que dar vuelta, se dan vuelta”. También en la columna de deportes, cuando se refiere a la construcción inconclusa de un estadio de tenis, Gantman habla genéricamente de “la manera argentina de hacer las cosas”, para decir, sin individualizar actores, que “una gestión no continúa lo que inicia la anterior y nadie se hace responsable directo sobre lo que sucede con la obra”. Por otro lado, durante la columna de crítica de cine, se observa una aproximación a la escena política vinculada a la gestión cultural de la Ciudad de Buenos Aires, que finalmente es abortada por el periodista Guillermo Hernández. El pasaje es el siguiente: Pergolini comenta una noticia: “(José Miguel) Onaindia reclamó que le paguen el sueldo a los empleados del (Centro Cultural Ricardo) Rojas y el gobierno lo hecha, está todo mal...es lo que leí”. A lo que Hernández responde: “Si, no sé qué decirte, está todo muy raro, sobre todo con cultura del Gobierno de la Ciudad, por algo será. Cuando el río suena...”.

Además, el merodeo a *lo político* puede convertirse en un discurso anti-político(s), como lo muestra este pasaje en el que Pergolini comenta una información: “Al diputado que dijo que prohíban Los Simpsons, quiero creer que fue una estupidez. Pensó que (Hugo) Chávez tenía razón. Si usted está pensando igual que Chávez, está pensando una estupidez. Si tiene un pensamiento Chávez, es un pensamiento estúpido (...) Lorenzo Pepe, seguí con lo tuyo que todavía nadie sabe bien qué es (...) Sigán con lo suyo que nadie sabe qué es, en cambio Los Simpsons si sabemos lo que es”. Aquí el *sabemos* parece incluir al programa, la radio y los oyentes en un mismo colectivo, mientras el *sigan* parece demarcar a un colectivo opuesto: *ustedes, los políticos*.

Por último, es importante marcar motivos hallados en el discurso desde los cuales es posible reconstruir a “los jóvenes” –o “los adolescentes”- como temática. En un pasaje Pergolini señala entre risas: “La secundaria es la segunda etapa molesta...ahí es cuando le entregás a tu hijo en un estado... te dejo este delincuente, hacé lo que puedas”. Gantman completa: “Enderezá si podés...”. En el mismo sentido, el columnista de deportes imagina una situación: (...) El de veinte te dice: ¿Qué mirás?”. Pergolini interviene: “El de veinte ya no te dice: qué miras. El de diecisiete te dice: qué miras. El de veinte tiene la mirada perdida”. Gantman sigue: “El de veinte ni sabe que estás ahí”. En ambos casos, “el adolescente” es presentado en relación conflictiva -o inadaptada- con la sociedad, y opuesto o desinteresado al mundo de los adultos. Aunque en el ejemplo citado queda claro que la figura de “adolescente” representada mantiene una gran distancia con los enunciadores. Tanto Gantman como Pergolini ocupan el lugar de supuestos padres de ese “adolescente”.

9.2 Lo retórico

La presentación del discurso del programa toma múltiples formas retóricas según el momento de la emisión. Sin embargo, es posible hallar algunas dominancias y continuidades en este aspecto.

Durante los intercambios de los participantes diarios del programa en lo que este trabajo denominó *conversación en el estudio*⁷⁵, en los móviles e incluso en las acotaciones de los conductores durante las columnas, se reconocen registros

⁷⁵ Momento realizado en vivo y con presencia temporal dominante. Articulador y ordenador del resto de los formatos. Desde este espacio, los conductores pueden hacer comentarios sobre otros momentos del programa, y no se constata lo mismo en el sentido contrario.

dominantes como: *provocador, burlón, irónico, sarcástico, arrogante, despreocupado y cómico*.

En este espacio de intercambio de acotaciones, los escasos momentos descriptivos, reflexivos o informativos son generalmente desactivados u obturados con un tratamiento irónico, burlón o despreocupado. Un claro ejemplo lo constituyen los juegos irónicos realizados luego de la aclaración pública de Pergolini sobre sus dichos supuestamente discriminatorios, en los que se consideraba –en el juego- a cada mención del conductor como discriminatoria. También un comentario de Pergolini ejemplifica una forma de reflexión despreocupada y fragmentada sobre un tema de la escena política: “Ya demostraron que no tienen aguante⁷⁶ los del campo...cuando tenían el desabastecimiento en sus manos, cuando tenían todo para demostrar que tenían poder, en menos de una semana (...) me parece que la gente del campo... imagináte que comienzan a hacer todo de vuelta. La gente primero va a comprar un poco más de carne, va a aumentar el precio y ellos ya la vendieron, así que los únicos que van a hacer ganancias son los supermercados y ese tipo de cosas, ¿y el campo?”.

Además, en estos espacios el habla se presenta durante intercambios fragmentados, donde la dicción está poco calibrada, las frases incompletas, y el registro oral es informal e incorrecto⁷⁷.

La retórica burlesca e irónica en muchas ocasiones se encamina hacia formas de incorrección política y humor negro⁷⁸ (provocación). Es el caso de Pergolini cuando expresa sus felicitaciones a los ganadores deportivos del fin de semana: “A Tiger que salió segundo”. Y De la Puente responde: “Al segundo no, además es

⁷⁶ Se observa la utilización del vocabulario “fутbolero” aplicado a un conflicto político.

⁷⁷ Con esto se señala el reiterado uso incorrecto del lenguaje en la construcción de las frases.

⁷⁸ El diccionario de la lengua de la Real Academia Española define al humor negro como “humorismo que se ejerce a propósito de cosas que suscitarían, contempladas desde otra perspectiva, piedad, terror, lástima o emociones parecidas”.

negro”. También cuando el personaje de *Mogy* señala: “Tengo unos kilitos de más: 130 kilos. Soy de huesos grandes”. A lo que De la Puente dice: “Sos de huesos grandes rodeados de toneladas de raviolos”, y una voz completa: “Corré gordo”, acompañada por el sonido de un lazo que simula castigo físico. En otra oportunidad Pergolini señala: “Acá está la foto que nunca nos sacaríamos...”, en referencia a una fotografía del programa de TV, *Mañanas Informales*⁷⁹. “Y ninguno por un resfrío... guardemos la foto...”, agrega el conductor. También luego de la lectura del título periodístico: “Apuñalaron a un alumno en el baño de una escuela, Pergolini dice: “Bueno, mucho mejor que el que los mató enfrente de todos en la clase”, completado por Gantman: “Mucho mejor que ir a fumar al baño”. Por último, los comentarios que siguen al título de una revista que dice: “Ahora le perdí el miedo a la muerte, Gustavo Garzón tras vencer al cáncer”. Pergolini: “Bueno Gustavo...no lo des...vos sabés lo que puede hacer una sola célula”. *Mogy* completa: “Nunca se sabe, no hay de descorchar antes de tiempo”.

Se constata, además, un movimiento de los conductores en el cual algunos intercambios, informaciones o frases omiten la mención de un elemento imprescindible para su comprensión, o lo sugieren pero no lo confirman. Así el programa se coloca en el lugar del misterio y se produce la exclusión del oyente. A los ejemplos citados puede agregarse la siguiente mención de Pergolini: “Ahora tenemos microclima hace un tiempo, están arreglando los conductos y estamos aspirando polvo de una manera... antes lo hacíamos porque queríamos, pero ahora que no queremos...me parece que (...) así en una empresa periodística murieron unos cuantos y siguen sin decir nada”.

⁷⁹ Dos integrantes de este programa murieron en los últimos dos años.

Los espacios informativos, explicativos y descriptivos son aportados por las columnas, las entrevistas, el móvil, la pieza testimonial y las piezas informativas. Además, son casos donde se constata la articulación continua de frases y las exposiciones prolongadas. La retórica reflexiva se evidencia en las piezas de ensayo literario y de editorial poética, aunque también en las columnas de deportes e historia. Pero las columnas, entrevistas y móviles no están exentos de acotaciones o sonidos modalizadores que comentan lo informado o descrito, en muchas ocasiones, en un sentido irónico, humorístico o burlesco.

El ensayo literario, el editorial poético, la pieza testimonial y las piezas informativas de rock internacional marcan el ingreso a un espacio definitivamente dominado por un registro serio y reflexivo, que puede reconocerse como guionado en producción, no expandido por acotaciones espontáneas.

Las piezas humorísticas se sostienen sobre la figura de la parodia a otros géneros audiovisuales y de este modo se convierten en “anti-géneros”. La parodia también se presenta en el radioteatro. La referencia o imitación a géneros audiovisuales también se hace presente en las piezas artísticas. Tal es el caso de la columna de deportes, de cine y de historia. Esto también marca la alta competencia de la audiencia para reconocer géneros (y sus anti-géneros), sobre todo los televisivos, radiales y publicitarios. Y así como Oscar Traversa (1983: 83) señalaba que “el espectador de cine es un erudito forzoso que se ignora”, para remarcar las competencias sobre géneros del público de un film, en el caso de *Cuál Es* se puede hablar de una erudición forzosa de sus oyentes vinculada a los discursos audiovisuales masivos. Un gran conocimiento sobre los géneros de los medios masivos que es explotado por estas piezas humorísticas, con la correspondiente satisfacción que

produce en el oyente el reconocimiento del funcionamiento discursivo de los anti-géneros. En este punto es productivo recuperar lo dicho por Gil Calvo (1985: 101), quien señala que “la juventud es el grupo social que más tiempo dedica a la cultura de masas”, pues allí encuentra elementos para su distinción como grupo social, y hacia adentro de ese grupo.

Un punto importante para señalar es que los mecanismos de producción de sentido implícitos en la presentación de anti-géneros, de modalizadores sonoros (*fugaces matadiscursos sonoros*), y de figuras retóricas recurrentes como la metáfora, la ironía y el doble sentido apelan a un universo de significados compartidos en el que los oyentes deben reponer conocimientos, supuestos, un mismo modo de hacer chistes y códigos de entendimiento. Esto implica la satisfacción de poder completar los sentidos incompletos y de pertenecer al mismo universo de significación, y consecuentemente, de moverse en ese vínculo de lo que se puede denominar como “complicidad retórica”.

Se observa que los mensajes enviados se mueven con comodidad dentro de un registro provocador, irónico y burlón, con un lenguaje coloquial y con la utilización de palabras agraviantes o insultos. De este modo, los oyentes en sus mensajes retoman modos del decir propuestos por los conductores y acotadores de *Cuál Es*, tonos y formas expresivas que se suman sin conflicto a los modos del decir dominantes en el programa, establecidos desde la conducción.

Por su parte, los resúmenes artísticos dentro del programa priorizan la inclusión de aquellos momentos donde aparece un chiste o alguna mención de registro humorístico. Esto es, el formato resume al programa como momentos divertidos.

Las piezas artísticas institucionales muestran la reaparición de la retórica irónica, burlona y altanera -la radio que se dice a sí misma como panacea, omnicompetente-. Además, realzan el registro libidinoso, recuperado en el programa en diferentes formas: la representación en vivo de una orgía; sonidos que reenvían a formas del acto sexual y modalizan frases; comentarios sobre mujeres y sus cuerpos; una conversación sobre el sexo oral practicado por travestis.

Por último, es importante marcar la presencia del radioteatro⁸⁰, pieza de ficción que se asienta sobre metáforas y comparaciones inesperadas y ocurrentes, acompañadas por situaciones inverosímiles que juegan con la exageración y el absurdo.

Las formas de sarcasmo, incorrección política y humor negro, junto al uso de insultos y un registro oral informal-desganado, conforman un discurso donde la dimensión connotativa podría afirmar: *no nos callamos y hablamos como queremos, no nos importa lo que otros digan*. Así, distintos pasajes del programa ensalzan la idea de un modo de expresión desfachatado, irrespetuoso y despiadado, que no conserva las formas, que no conoce límites⁸¹ y se permite chistes sobre cualquier tema. La lectura risueña de un mensaje ejemplifica lo dicho: “Che muchachos, vieron los tarados que se quisieron aprovechar de los comentarios de Mario para llamarlo discriminador. Cualquiera que lo haya escuchado cinco minutos sabe que es mucho peor que eso”; o una noticia sobre el Papa comentada por Pergolini: “Vamos de nuevo, el viejo Mario (...) el Papa después de comerse a 25 pibes, después de dejar que los obispos se garchen a cuanto pendejo ande por la calle, después sale y dice,

⁸⁰ La mención incluye a la representación ficcional *Aquellas viejas glorias del deporte*.

⁸¹ Las ironías de Pergolini sobre la aparición de un “nuevo Mario” pueden interpretarse en el mismo sentido.

che, está mal, como si después de estar con alguien que le diste, le diste y le diste, le decís, che... mirá, no sé si te quiero”.

En todo caso, el “discurso despiadado” se mueve dentro de los límites que marca el espacio temático dominante generado por el programa. Vale decir, el fútbol, la música, la televisión –sus personajes-, el sexo, la sexualidad, las drogas, el tránsito. El *no nos callamos y hablamos como queremos* refiere más a una forma brutal o cruel de decirlo, sarcasmo mediante, que a la búsqueda de pruebas y al develamiento de “verdades” con argumentación y explicación informativa. En este sentido, es posible marcar que los modos dominantes del decir en *Cuál Es* apelan al conmover más que al convencer, salvo las excepciones que pueden hallarse en espacios como *Siri*, *el buscapiel*, la participación del historiador Halperín, algunos momentos del *Señor 20*, las entrevistas sobre temas de salud, o Gantman en su columna deportiva. La explicación pública de Pergolini sobre sus supuestos dichos discriminatorios es un momento que grafica la dominancia de esta conmoción buscada en el oyente más que su convencimiento. Allí el conductor realiza una explicación y argumentación de sus dichos pero el factor que sobresale es la entonación y las palabras utilizadas, el marco sonoro construido –ausencia de cortina musical o ruidos- y el modo de referirse a algunas personas, entidades o situaciones, y no la presentación de pruebas o su camino argumentativo. Esta ausencia de sonido y el paso delante de la voz construye lo que Fernández (1994: 82, 89) denomina como *modo soporte*, que puede dar lugar al ocultamiento de lo institucional, la desaparición del contexto y la percepción de una textualidad inmediata.

9.3 Lo enunciativo

Podemos reconocer a *Cuál es* como un programa dominado por el *modo emisión*, donde “el mecanismo productivo (el espacio otorgado por la institución) se pone en juego, se deja mirar”, sostenido en la primacía de la construcción de un espacio mediático, “cuya existencia sólo se justifica por la existencia del medio” (Fernández, 1994: 69,70). El programa muestra las dos características más relevantes del *modo emisión*: “la construcción de los textos a partir de la reunión de fragmentos (...), la mayor parte de ellos transmitidos en vivo” (Fernández, ídem: 86).

Los sonidos y ruidos que intervienen en forma permanente los discursos de las personas funcionan como metadiscursos instantáneos que modalizan la enunciación. Actúan como comentarios fugaces que pueden guiar la lectura de lo dicho y piden la complicidad del oyente para materializar esa lectura. Por ejemplo, ante la lectura del título de una entrevista a una mujer: “Aprendí que una tiene que pagar un precio por todo”, se oyen sonidos de una boca haciendo gárgaras⁸².

Como señala Fernández (ídem: 87,88), en tanto “muestras integradoras de la presencia de la máquina radiofónica”, los ruidos “producen inevitablemente efecto de modo emisión: rompen textualmente toda ilusión de contacto exclusivo con un locutor o, aun, con un programa especial”.

El análisis permite reconocer la clara predominancia de un enunciador *cómplice*. Este espacio de complicidad propuesto como contrato de lectura en *Cuál Es* se construye desde distintos modos de la enunciación y características del discurso en sus rasgos temáticos y retóricos, como ya fue indicado.

⁸² Nuevamente se trata de un motivo sexual en clave sonora.

La burla, la provocación, la ridiculización, como figuras utilizadas en forma recurrente por los conductores, suponen la complicidad del enunciatario. Además, la ironía o el sarcasmo⁸³, muy presentes en el discurso del programa, son figuras que requieren un conjunto de conocimientos y supuestos compartidos en un acuerdo implícito para completarse efectivas.

Como se ha apuntado en distintos ejemplos, los mensajes de los oyentes marcan claramente un espacio de intercambio cómplice, donde incluso un oyente puede hacer un chiste a un miembro del staff, con la venia de otro miembro: “Gallo: ¿puede ser que te vi el viernes a la salida de Obras después del recital de Halloween?”, lee un mensaje Pergolini. “No”, responde el compañero. “Entonces tu mujer está saliendo con otro, porque a tu mujer seguro que la vi”, finaliza la lectura el conductor. Este espacio cómplice también da lugar a un vínculo con tensiones y confrontación, con burlas y agravios.

El movimiento de los locutores ya descrito, quienes dejan su rol para comentar lo dicho y mostrar un supuesto “detrás del sonido”, constituye un gesto de complicidad con el oyente, quien es invitado a conocer “la cocina del programa”, construida discursivamente.

El contrato de lectura pedagógico se presenta con mayor frecuencia en la columna de historia y en los ensayos literarios, pero son espacios más bien aislados en el programa.

En coincidencia con la presentación institucional de la radio, el programa consolida un enunciador varón y varonil. La voz o la perspectiva femenina no parece tener lugar en el discurso de *Cuál es*. Y el enunciador varón es también, en un

⁸³ El diccionario de la lengua de la Real Academia Española define a la ironía como una “figura retórica que consiste en dar a entender lo contrario de lo que se dice”. El sarcasmo es la “burla sangrienta, ironía mordaz y cruel con que se ofende o maltrata a alguien o algo”.

discurso dominado por la temática futbolera, un enunciador *hinja*, quien también puede desplegar un registro de *hinja* para comentar hechos ajenos al ámbito futbolístico. Es el caso de los cantos “Olé, olé, olé, Diego, Diego”, o “Olé, olé, olé Beto, Beto”, en dos ocasiones después de la lectura de titulares de revistas.

En este espacio “de machos” se instala un enunciador machista, en un discurso que concede poco lugar a la voz femenina⁸⁴ y que la hace aparecer para ridiculizarla y justificar su ausencia. Es el caso de la aparición de una voz femenina –al parecer parte de la producción del programa- durante un intercambio de opiniones, quien dice: “La cepa de la gripe cambia”, y la participación es inmediatamente desautorizada por Pergolini, quien pide: “Cortáale el micrófono”, y luego siguen risas grabadas. También en una pieza humorística, la voz que representa a una mujer entrevistada dice sobre una película: “Si, o sea, tipo que me gustó, nada, no entiendo porque la pareja esta tiene que andar sacando fotos de accidentes, digo, los fantasmas no pueden salir igual en las fotos de un jardín con flores por ejemplo...onda que, digo, encima de los fantasmas, tenés que ver cadáveres despanzurrados”; y al finalizar el parlamento, la voz de un supuesto compañero remata: “Qué pelotuda que sos, por Dio’ ”. Por otra parte, durante un intercambio sobre las poses de las mujeres fotografiadas semi-desnudas para revistas, Gallo señala: “Yo creo que ella lo hace sola”. Luego de un “sí” largo y generalizado, De la Puente juega a ser el fotógrafo: “Dale, hacé lo que sabes mamita, le dice”, y Gallo concluye: “Le dice: cuando ves el culo flotando, apretá el gatillo”.

Coincidente con las artísticas institucionales, el programa instaura un enunciador homofóbico cuando su discurso, en forma recurrente, incluye chistes o

⁸⁴ Es un dato notorio y significativo que la gran mayoría de mensajes recibidos son de oyentes hombres.

burlas que suponen a la homosexualidad como motivo de risa. Los ejemplos citados sobre el sketch de inicio y sobre Iñaki Urlezaga sirven como muestra.

En el mismo sentido, la ridiculización y la burla sobre determinados personajes, personas e incluso temas, sostenidos por la presentación de estereotipos, se constituyen en las formas de procesamiento discursivo de la otredad y la diferencia. A los ejemplos ya citados sobre Florencia de la V y Pablito Ruiz, entre otros, se puede agregar el fragmento en el que los conductores ironizan sobre el cine independiente y sus supuestos títulos: “Me encanta. Vi *Te extrañaré mañana*, vi una que es una toma de 45 minutos en blanco y negro con dos artistas argentinos pedorros. También vi *Transito lento, vida rápida*, me encantó. La finlandesa, toda de blanco está hecha, porque está filmada toda en la nieve”. El mismo procesamiento se evidencia en una pieza humorística de un supuesto suplemento para emprendedores: “También, quince actividades más dignas que pintarse la cara de blanco y hacerse el mimo que camina contra el viento”. Del mismo modo, durante un móvil, un simpatizante del equipo es entrevistado brevemente para ofrecerle entradas para un cabaret. El simpatizante dice: “Si, te llevo al de Damas Gratis⁸⁵ también si querés, te llevo a Pablito Lescano”. El tono y las referencias entregadas por el entrevistado desencadenaron una serie de comentarios. El movilero: “Me está siguiendo ahora, me está poniendo algo en la espalda”. Pergolini: “tené cuidado si te mira el culo”. Gallo: “Dale las zapatillas y entrá a correr”. El mismo mecanismo se constata con la apreciación irónica del personaje de *el doctor*: “Vieron que quieren sacar a los travestis del Rosedal, los quieren mandar atrás del Planetario, dice que se quejan porque no entran en 100 metros todos los travestis, bueno, amúchense”, Gallo responde con una burla: “Y si se amuchan, quedan enganchados”.

⁸⁵ Damas Gratis es un grupo de cumbia, de la llamada *cumbia villera*.

Como muestra el análisis y se observa en estos ejemplos, la burla sirve a la construcción en el discurso de otro tipo de enunciador: el ocurrente, el cómico, el divertido.

Sin embargo, el enunciador cómplice dominante construido en el gran discurso de *Cuál Es* también traza una distancia con el enunciatario allí donde excluye al oyente de la conversación que se desarrolla en un bloque del programa⁸⁶, incluso haciendo explícita la exclusión, y se erige como lugar privilegiado –donde se es parte de la conversación–, allí donde el programa oculta un misterio, y en el mismo sentido, allí donde la radio se presenta como panacea, soberbia y omnipotente⁸⁷. Esta enunciación plantea, así, un enunciatario intrigado y ansioso. De esta construcción enunciativa dan cuenta varios ejemplos. El momento en que Pergolini inicia una anécdota que incluye a famosos de la televisión y la elevación del volumen de la cortina musical impide escuchar lo dicho; el segmento ya referido que marca el comienzo de los intercambios escuchados por los oyentes pero que se trata de una conversación ya iniciada cuya clave de entendimiento es mantenida como un misterio⁸⁸.

Se establece en estos casos un contrato que reconoce asimetrías donde la construcción de la exclusión del oyente de un tema o conversación necesita de su participación ansiosa en la búsqueda por encontrar claves o pistas de comprensión que lo incluyan en la conversación de la que es excluido.

La complicidad instalada en la enunciación, recuperada desde la articulación de marcas en las dimensiones temática y retórica, reconoce un lugar de autoridad que

⁸⁶ En la descripción del programa se hacía referencia a momentos donde los movimientos en el estudio parecen olvidar la situación comunicacional instalada por la radio y el oyente accede a un momento de intimidad pero como observador.

⁸⁷ Ver Artística institucional de la radio, en Descripción del programa *Cuál Es*.

⁸⁸ Ver Bloque inicial de conversación en el estudio, en Descripción del programa *Cuál Es*.

es el construido por los conductores, especialmente encarnado por Pergolini. Sostenido este lugar en su construcción como enunciadore autorizados en temas centrales del programa: el fútbol –especialmente Gantman-, la música, las drogas – Pergolini y De la Puente⁸⁹- y la televisión o los medios de comunicación – los tres conductores por ser integrantes de este mundo-. De este modo, si bien se evidencia la aparición de un espacio discursivo de complicidad y confianza, compartido por enunciadore y enunciatario, de este espacio emerge una figura de autoridad, personificada por los conductores –más claramente por Pergolini- que incluso puede asumir funciones pedagógicas. Pero se trata de formas pedagógicas que se producen en un espacio discursivo común y no llegan de desde fuera del mismo⁹⁰.

La complicidad construida en lo temático, en los modos del decir y en el contrato de lectura da paso, sin embargo, a un vínculo asimétrico entre conductores (programa/radio) y el oyente, donde se reconoce una autoridad que abre y cierra discusiones, marca los tonos y los temas que deben seguirse, dirige la burla, la ironía y la aceptación o no a la comunidad discursiva construida.

La reafirmación de esta comunidad discursiva puede observarse en dos ejemplos donde se retoman dos temas dominantes en el programa que definen a esa comunidad: la música y la televisión, junto con la exclusión de *lo político*. En un fragmento Pergolini señala: “La verdad que la gente de Rock and Pop, el oyente de Rock and Pop, yo creo que tiene bastante claro, que música le gusta, o que música escuchamos...”. En otra oportunidad el conductor lee un mensaje: “¿Si hablás de Antonini, Skanska, hijos apropiados por dueña de medios?”. Al instante contesta:

⁸⁹ De la Puente forma parte de un grupo de música. Esto es conversado y promocionado en el programa.

⁹⁰ Esta figura es reconocida en mensajes de agradecimiento, felicitaciones, preguntas y pedidos de consejos.

“Bueno, no se metan donde no hay que meterse, olvidemos el pasado”, contesta irónico pero conclusivo respecto a la exclusión de la temática propuesta.

Por último, es posible señalar este modo irreverente y despreocupado de hablar, en un arco temático determinado y en un espacio de complicidad donde ese modo de decir y hacer es compartido, como una marca de estilo del programa, según la definición de estilo indicada por Steimberg (1993).

10. Conclusiones

En la presentación de este trabajo se señaló que partiríamos de una consideración de la cultura masiva como una matriz modeladora de la acción cultural. Siguiendo a María Cristina Mata (1985), de la cultura masiva se marcaron dos rasgos salientes de interés para esta investigación: la centralidad de los medios masivos, y su constitución como campo de segmentación social. Desde este marco se realizan las conclusiones sobre la construcción de un tipo particular de joven como enunciatario de un programa de radio privada de FM.

Por otra parte, la pregunta por el enunciatario juvenil en el programa *Cuál Es* supone una definición de la figura discursiva de joven construida desde el análisis, en tanto este trabajo considera a la representación como “fuerza activa en la construcción social de la realidad”, según las palabras de Rodríguez (2003) ya citadas.

Además, estas conclusiones también se apoyan en dos supuestos ya mencionados y explicados:

1. El público de *Cuál Es* es un público prioritariamente joven en términos de edad, como lo señalan las estadísticas citadas y como lo indica la trayectoria institucional de la radio Rock and Pop y del mismo programa.

2. El análisis de un corpus pequeño puede entregar conclusiones generalizables del discurso del programa. Supuesto justificado en el mantenimiento de la fidelidad de oyentes a la emisión, lo que supone el establecimiento de un contrato de lectura sólido, afirmado y con regularidades en el transcurso de los años.

El arco temático recurrente dibujado por el programa está compuesto por los siguientes temas: el fútbol y la música (en un primer nivel), la televisión (segundo nivel), los video-juegos y el sexo (tercer nivel), la salud y las drogas.

Recuperando lo dicho sobre los rasgos temáticos y retóricos del programa, se puede establecer que la *información* en *Cuál Es* es sobre música –rock y pop-, fútbol y video-juegos, mientras la *reflexión* llega desde el terreno de la historia, la literatura, un testimonio de vida, un editorial poético, y eventualmente del deporte. En el caso de los espacios reflexivos se trata de cápsulas demasiado distanciadas de las formas del decir dominantes del discurso del programa, al punto que parecen incrustadas en una continuidad que corre por otros caminos del decir. Esto es evidente, sobre todo, en el ensayo literario, el editorial poético y la pieza testimonial, por ser cápsulas sin intercambios ni continuidades en el resto del programa.

Considerando los modos del decir dominantes del programa, *Cuál Es* se presenta como un programa que habla “canchero”, urbano e informal. Con una despreocupación evidente en las formas de expresión, especialmente en sus conductores y acotadores⁹¹, es posible señalar una vuelta hacia una “retórica irreverente”, si por esta se entiende un modo de decir arrogante y provocador, irrespetuoso y sin formas, sin cortesía ni moderación. Como se ha apuntado más arriba, los modos del decir en *Cuál Es* se vuelcan en forma dominante a la emoción (conmover) más que a la razón o la reflexión (convencer).

El espacio de conversación en el estudio –dominante en cuanto al tiempo que ocupa- puede entenderse como la reproducción mediática de figuras urbanas: *la esquina del barrio, la barra de amigos*. Existe un modo de decir “callejero”, vociferado, cómplice y malicioso, que incluso conserva algo de misterio para quienes

⁹¹ Retomada por los oyentes y, eventualmente, entrevistados.

no lo comparten, que teje un vínculo entre estas discursividades ubicadas en distintos niveles de lo social. Este formato de conversación reproduce un devenir del intercambio sin orden, síntesis ni conclusiones, que se contrapone a discursos que se pretenden racionales o reflexivos.

El contrato de lectura de *Cuál Es* es en forma dominante un contrato *cómplice* que instala una relación de cierta simetría entre enunciador y enunciatario, un vínculo de confianza y complicidad con los oyentes, sostenido también en lo que se ha llamado aquí como una “complicidad retórica”, afirmada en figuras retóricas y claves tácitas de comprensión de los discursos, compartidas en el espacio común de significación. Espacio de complicidad donde es posible hablar sin reparar en las formas lingüísticas de géneros letrados, en confianza, sin tabú ni corrección política, donde no hay que quedar bien con nadie, y donde el agravio y la agresión verbal son formas de expresión toleradas justamente por manejarse en ese espacio. Donde hay libertad para hablar como en *la esquina del barrio* o en *la barra de amigos*, pero que quede claro: es una esquina -o una barra- urbana, rockera y provocadora.

Sin embargo, este vínculo cómplice entre quienes se reúnen en el mismo universo discursivo construido por el programa supone, en muchos momentos, una distancia clara entre los conductores -especialmente Pergolini- y el público. Distancia que también implica el reconocimiento de una autoridad que marca los gestos, los modelos, las formas de expresión, los caminos del decir, los temas, los ritmos y los límites del espacio compartido. Autoridad que asume funciones pedagógicas, en las que sostiene su autoridad, que no llegan desde terrenos formales o de un supuesto “mundo adulto” –como podría ser un historiador o un escritor-, sino que están referidas a los temas que convocan a los que comparten el espacio cómplice: el fútbol,

la música, la televisión, las drogas, incluso los video-juegos. Tratándose de un espacio discursivo que rechaza y opone –en el extremo, ridiculiza- a lo externo y diferente, la construcción se muestra particularmente efectiva para lograr el reconocimiento de esa figura de autoridad en el enunciador en un contrato de lectura cómplice.

Y si antes se sugerían figuras urbanas para definir el espacio mediático instalado por el programa, Pergolini ocupa el lugar de *el líder de la barra de amigos*, *el dueño de la esquina del barrio*, en términos familiares a los modos arrogantes y provocadores del decir del joven en *Cuál Es*.

De este modo, las huellas de la enunciación permiten reconocer en el discurso de *Cuál es* a un enunciatario juvenil *cómplice, urbano, digitalizado, futbolero –hincha-, varón, varonil, machista, homofóbico, intolerante, anti-político, pícaro, con sentido del humor y una sensibilidad más emotiva que reflexiva*.

Esta definición del enunciatario juvenil en *Cuál Es* se reconoce en los chistes – que entiende, construye y comparte-, en la música –que escucha-, en las temáticas y motivos –que lo convocan-, en lo que rechaza o cuestiona, en lo que lo divierte, en las preguntas que hace, en lo que le molesta, le agrada, lo inquieta o lo interpela. Expresado también en los modos de decir y relacionarse con “los suyos”, y también en los modos de vincularse con los que no entienden esos chistes, no escuchan esa música o no eligen esos temas para conversar, cuando aparecen como entrevistados o como parte del referente en alguna crítica, chiste o comentario.

En este mismo sentido, el análisis del programa *Cuál es* habilita a reconocer un espacio discursivo de encuentros y referencias que delimita un campo semántico donde se da forma a una definición de joven, sin dejar de remarcar que “los colectivos

que producen los medios ‘audiovisuales’ no son formales: esa es la diferencia entre el colectivo ‘ciudadanos’ y el colectivo ‘consumidores’” (Verón, 2001: 110).

Se construye un mundo discursivo de referencia, con marcas y claves de entendimiento, con acuerdos tácitos sobre los modos y gestos de comunicación, con aprobaciones y reprobaciones que renuevan estos acuerdos, con temas preferenciales, con formas de procesar lo externo al espacio discursivo común. Se trata de un mundo semántico cargado con valores, modos de comprender, acceder y procesar la realidad (el mundo representado).

En este mundo discursivo hay un enunciatario inscripto –que ya hemos definido- en la situación de enunciación instalada por *Cuál Es*, que traza los límites –no homogéneos ni estancos- entre los cuales se construye una figura discursiva del joven, eje desde el que se elaboran las complicidades, las oposiciones, las expresiones, las inclusiones y exclusiones del espacio discursivo de referencia y pertenencia.

El espacio discursivo de *Cuál Es* es un lugar sonoro-lingüístico donde se configura un cierto joven que, aún sin haber incursionado en la instancia de reconocimiento, entendemos que se siente contenido, expresado y representado.

De este modo, se puede señalar que *Cuál es* genera un colectivo discursivo que define a un tipo particular de joven: futbolero –que provoca a los de su equipo rival-; urbano y rockero –porque escucha rock internacional, a Divididos y a Papo-; pícaro, jodón y burlón –atento al doble sentido y abierto a descifrar el chiste- preferentemente varón, varonil y machista –que posiciona a la mujer sólo como instrumento de satisfacción o generación del deseo sexual-; homofóbico –que pregunta si un bailarín debutó con su tío y se ríe-; libidinoso –que disfruta los gemidos

de una mujer-; que mira televisión, conoce a sus personajes y habla de eso; que se entretiene con video-juegos, que mantiene una relación familiar con algunas drogas; informal, provocador, irreverente, intolerante, y desinteresado –pero no desconocedor- de la política, en el extremo, anti-política .

Es preciso hacer algunos señalamientos sobre las operaciones en las que se asienta la construcción discursiva del joven en *Cuál Es*. La irreverencia se entiende aquí como un modo de decir y hacer informal e irrespetuoso en el marco de algunas temáticas. Es un modo de expresarse sin acartonamiento ni corrección, en el irrespeto de las que se suponen son las formas del “mundo serio y adulto”. Esta irreverencia retórica supone también el tratamiento sin miramientos en algunos temas que en otros espacios discursivos pueden ser tabú, como el sexo o las drogas. La irreverencia como estilo distintivo del grupo de pertenencia. Como ya se ha señalado, los modos de expresión “despiadados” no van más allá de las temáticas dominantes: a las recién mencionadas se suman el fútbol, la música, la televisión, la sexualidad.

Por otra parte, quienes quedan afuera de ese universo discursivo común y cómplice pueden ser -es un mecanismo discursivo recurrente en el programa- objeto de burla y ridiculización, motivo de chiste y risa, operatoria en la que se afirma el colectivo de referencia y de allí la aparición de un tipo de joven intolerante.

Se señala también el desinterés pero no el desconocimiento de lo político, y esto es así porque la escena política del país no está ausente del discurso del programa (lo demuestran las expresiones sobre el conflicto entre el gobierno y “el campo”, las menciones irónicas y cifradas de Luis Patti y Aldo Rico), pero su representación implica un merodeo a la temática y una obturación a formas de expresión que

consoliden una búsqueda de posicionamiento, esclarecimiento o reflexión dentro de esa escena política, en momentos de su aparición.

De este modo, la incorrección política se ciñe a modos de expresión sin moderación ni respeto por las formas (con puteadas, insultos, agravios) y sin profundidad argumentativa, o al abordaje de situaciones incómodas pero circunscriptas al universo temático señalado. Se trata de una marca de estilo del colectivo representado que identifica maneras de hacer, gestualidades y desempeños valorados, y otros desechados. Una marca de estilo que contribuye a la diferenciación y reconocimiento del espacio de pertenencia. Y aquí es posible recuperar la presentación del programa en Internet (“Dentro de la familia todo. Fuera de ella, ni justicia! De las tribus urbanas: la más temida”), porque *la barra de amigos* necesita esta incorrección política para ser la tribu urbana más temida, y para diferenciarse del resto, porque dentro de la familia hay complicidad y confianza, pero fuera de ella, ridiculización y burla -ni justicia-.

Las preguntas iniciales que motivaron la elección del tema de esta tesina partían de preocupaciones concretas en tanto productor de un programa destinado a un público joven en una radio comunitaria y alternativa. En ese sentido, resultan tan interesantes las conclusiones sobre el enunciatario juvenil de *Cuál Es* como los hallazgos sobre las operatorias discursivas que dan forma al contrato de lectura y desde las que surge ese enunciatario. En definitiva, estas interpretaciones serán insumo de reflexión sobre las estrategias discursivas del programa del que formo parte –discusiones sobre formatos, agendas, propuesta musical, contexto social, etc.- y elementos a considerar en función de la búsqueda y construcción de nuevos oyentes y mayor incidencia.

Así es que las preguntas iniciales abren espacios de preocupaciones a la luz de las conclusiones de este trabajo. Uno de ellos se deriva de la centralidad de la televisión –y de sus personajes- ya no sólo como proporcionadora de claves de acercamiento y comprensión de la realidad sino también como tema recurrente de visita, sobre todo cuando esta tematización no incluye la problematización crítica sobre la relación entre las representaciones mediáticas y lo representado. En relación con este punto, merece particular atención la conformación de un espacio temático propuesto por *Cuál Es*, donde el fútbol, las mujeres, el sexo, la televisión, la música, los video-juegos y los deportes en general constituyen un horizonte de intereses muy reducido y precario para un programa que lidera las mediciones de audiencia.

Por otra parte, la construcción de *lo político* como espacio ajeno y fuera del interés del tipo particular de joven en *Cuál Es* supone la presentación del mundo político como lejano y desvinculado de la vida cotidiana de los jóvenes.

Quizás la mayor preocupación que surge de estas conclusiones es la que se desprende de constatar la aparición en *Cuál Es* de una figura juvenil machista, homofóbica e intolerante. La construcción de un círculo discursivo de referencia, afirmación y pertenencia, en el que se reconoce nuestro joven de *Cuál Es*, que establece sus fronteras sobre la ridiculización y la burla de los diferentes y de los que se mantienen al margen de ese espacio compartido, implica un diagnóstico poco alentador en función de las expectativas sobre la potencialidad de los jóvenes, y de los medios también, de aportar a la construcción de sociedades más plurales, abiertas, inclusivas e interculturales.

10.1 Puertas abiertas

Las conclusiones de este trabajo abren algunas líneas que pueden trazar nuevas indagaciones que complementen, amplíen y profundicen lo que aquí se ha señalado sobre la representación del joven en el programa *Cuál Es*. Es posible indicar algunos posibles caminos abiertos para futuras investigaciones:

- Avanzar en análisis en recepción del programa *Cuál Es*, con la posible realización de focus group y/o entrevistas individuales a oyentes del programa, de modo de contrastar esta perspectiva analítica con los efectos de sentido empíricos derivados de la circulación de los discursos. Esto permitiría articular los análisis en producción y en recepción a fin de alcanzar conclusiones más completas y complejas.

- Análisis de la construcción del enunciatario juvenil en *Cuál Es*, que recupere distintos momentos históricos del programa, y así poder establecer comparaciones diacrónicas con la presente investigación. Esto es, indagar en la evolución de la emisión a través de los años en su propuesta enunciativa.

- Enfocar las formas de interpelación que asume la música presente en el programa *Cuál Es*; espacio no profundizado por esta investigación. Indagar en la propuesta musical del programa en particular y de la radio en general, de modo de alcanzar conclusiones sobre la predominancia de géneros y subgéneros, procedencia de los intérpretes, antigüedad de los grupos musicales con mayor presencia, etc. Una indagación de este tipo también podría considerar la evolución en el tiempo de la propuesta musical del programa y de la radio.

- Profundizar el análisis del discurso focalizando en las artísticas institucionales de la radio, con la posible indagación y comparación a partir del análisis de su evolución en el tiempo en el recorrido histórico de la emisora.

- Avanzar en interrogaciones sobre el proceso productivo del programa *Cuál Es* en términos de producción radiofónica, con entrevistas en profundidad a productores y conductores del programa, y con observación no participante en el momento de emisión del programa en el estudio de radio.

- Por último y de más largo aliento, analizar la construcción de los enunciatarios juveniles en otros programas de FM comercial de la Ciudad de Buenos Aires, de manera que posibilite comparaciones con la presente investigación.

10.2 Placer y fuerza de la radio

Las horas de trabajo y estudio dedicadas a esta tesina fueron impulsadas, una y otra vez, por el placer de escuchar la radio; por la convicción -y preocupación- de la fuerza de los parlantes, la seducción y pregnancia de los sonidos; y por la tozudez crítica de hallar la potencia del sentido en las palabras dichas y las palabras oídas, en las melodías sentidas y en las imágenes que salen del estudio de aire. Pero el esfuerzo de este trabajo está sostenido, sobre todo, por la fascinante y siempre desafiante tarea de hacer radio, que es, también, reflexionar cómo hacerla.

Bibliografía

- Aprea Gustavo; Martínez Mendoza, Rolando C. (1996): *Hacia una definición del género telenovela*, en Marita Soto (coord.) *Telenovela/Telenovelas. Los rastros de una historia de amor*, Atuel, Buenos Aires.
- Arfuch, Leonor (2002): *Semiótica y Política*. V Congreso Internacional de la Federación Latinoamericana de Semiótica. Mesa: "Política, vida cotidiana y medios de comunicación".
- Barthes, Roland (1985): *La retórica antigua*, en *La aventura semiológica*, Editorial Paídos, Barcelona.
- Carlón, Mario (2005): *Metatelevisión: un giro metadiscursivo de la televisión argentina*, en revista *Designis* N° 7/8, Gedisa, Barcelona.
- Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española (2001): Espasa, Madrid.
- Fernández, José Luís (1994): *Los lenguajes de la radio*, Colección del Círculo, Atuel, Buenos Aires.
- Fernández, José Luís (2000): *Operaciones y caminos de la figuración. Semiótica de los géneros contemporáneos (materia)*. Teórico N° 18. 2° Cuatrimestre.
- Fernández, José Luís (2003): *Semiótica de los géneros contemporáneos (materia)*. Clase teórica. 1° Cuatrimestre.
- Genette, Gérard (1989): *Palimpsestos: Literatura en segundo grado*, Taurus, Madrid.
- Gil Calvo, Enrique (1985): *Los depredadores audiovisuales. Juventud urbana y cultura de masas*, Editorial Tecnos, España.
- González Requena, Jesús (1987): *Enunciación, punto de vista, sujeto*, en *Revista Contracampo IX Número 42*. Madrid.
- Haye, Ricardo M. (2004): *El arte radiofónico: algunas pistas sobre la constitución de su expresividad*, La Crujía, Buenos Aires
- Haye, Ricardo M. (2000): *La radio del siglo XXI : nuevas estrategias*, La Crujía, Buenos Aires.
- Jaramillo, Alfredo (2005): *La juventud consumida: representaciones de lo juvenil en el discurso publicitario*. (<http://www.astrolabio.unc.edu.ar/articulos/comunicacion/articulos/jaramillo.php>)

- Marafioti, Roberto (comp.) Pérez de Medina, Elena y Emilse (1998): *Recorridos Semiológicos. Signos, enunciación y argumentación*, Eudeba, Buenos Aires.
- Mata, María Cristina (1985): *Curso de Especialización. Educación para la comunicación. Modulo 2*, La Crujía, Buenos Aires.
- Mata, María Cristina y Scarafino, Silvia (1993): *Lo que dicen las radios*. ALER. Quito.
- Mata, María Cristina (1991): Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores popular, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.30.
- Mata, María Cristina (1988): Radios y públicos populares, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.19.
- Mata, María Cristina (1988): La radio: una relación comunicativa, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.35.
- Molinari, Viviana (2004): Juventud & publicidad Asoc.” en Wortman, Ana (coord.), *Imágenes publicitarias/Nuevos burgueses*, Prometeo Bs. As.
- Morduchowicz, Roxana (2008): *La generación multimedia*, Paidós, Buenos Aires.
- López Vigil, José Ignacio (1997): *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito.
- Nieto, Alfonso e Iglesias, Francisco (1993): *Empresa Informativa*, Editorial Ariel, Barcelona, España.
- Rodríguez, María Graciela (2003): *Representaciones: el juego incompleto*. 1eras Jornadas sobre Representaciones Sociales “Representaciones sociales: investigación y prácticas”, Buenos Aires.
- Rossi, Diego (2005): La Radiodifusión entre 1990-1995: exacerbación del modelo privado-comercial, en Mastrini, Guillermo (editor), *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires.
- Segre, Cesare (1985): Tema y motivo, en *Principios del análisis del texto literario*, ed cast. Crítica, Barcelona.
- Semán, Pablo y Vila, Pablo (1999): Rock Chabón e identidad juvenil en la Argentina neoliberal, en Filmus, Daniel (comp.) *Los noventa: política, sociedad y cultura en América Latina y Argentina de fin de siglo*, FLACSO, Buenos Aires.
- Steimberg, Oscar (1993): *Semiótica de los medios masivos. El pasaje a los medios de los géneros populares*, Atuel, Buenos Aires.

- Traversa, Oscar (a) (1983): La aproximación inicial al filme: el contacto con el género, en *Cine: el significante negado*, Hachette, Buenos Aires

- Ulanovsky, Carlos (2007): “*Siempre los escucho*”. *Retratos de la radio argentina en el siglo XXI*, Emecé.

- Urresti, Marcelo (2008): *Ciberculturas Juveniles*, Ediciones La Crujía, Bs. As.

- Verón, Eliseo (2001): *El Cuerpo de las Imágenes*, Enciclopedia latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires.

- Verón, Eliseo (1995): Semiosis de lo ideológico y del poder, *En Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*, Facultad de Filosofía y Letras, UBA, Buenos Aires.

- Verón, Eliseo (1987): *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, Buenos Aires.

- Verón Eliseo (1985): El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media, en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, application*, IREP, París.

- Wolf, Mauro (1997): Investigación en comunicación y análisis textual, en Dayan, Daniel (comp.), *En busca del público*, Gedisa.

ANEXO

Anexo 1

Grilla del programa modelo del día miércoles 16 de abril

Número	Formato	Tiempo de duración	Tiempo acumulado
1.	Sketch humorístico de inicio. (*)	1 min. 20 seg.	1 min. 20 seg
2.	Canción de apertura.	1 min. 47 seg.	3 min. 7 seg.
3.	Bloque inicial de conversación en el estudio.	29 min. 28 seg.	32 min. 36 seg.
4.	3 canciones seguidas.	16 min. 05 seg.	48 min. 41 seg.
5.	Artística institucional de la radio.	36 seg.	49 min. 17 seg.
6.	Tanda publicitaria.	2 min. 54 seg.	52 min. 11 seg.
7.	Separador artístico institucional de la radio.	4 seg.	52 min. 15 seg.
8.	Artística del programa. Contacto.	27 seg.	52 min. 42 seg.
9.	Artística del programa. Apertura de columna de deportes.	25 seg.	53 min. 07 seg.
10.	Columna de deportes.	12 min. 22 seg.	1 h. 5 min. 29 seg.
11.	Canción.(2 canciones)	9 min. 29 seg.	1 h. 14 min. 58 seg.
12.	Artística institucional de la radio.	34 seg.	1 h. 15 min. 32 seg.
13.	Tanda publicitaria.	4 min. 5 seg.	1 h. 19 min. 37 seg.
14.	Pieza humorística.	43 seg.	1 h. 20 min. 20 seg.
15.	Canción.	3 min. 55 seg.	1 h. 24 min. 15 seg.
16.	Bloque de conversación en estudio. Anticipo de entrevista.	1 min. 20 seg.	1 h. 25 min. 35 seg.
17.	Artística del programa. Separador.	4 seg.	1 h. 25 min. 39 seg.
18.	Artística institucional de la radio.	43 seg.	1 h. 26 min. 22 seg.
19.	Tanda publicitaria.	2 min. 40 seg.	1 h. 29 min. 02 seg.
20.	Artística del programa. Separador.	5 seg.	1 h. 29 min. 07 seg.
21.	Entrevista telefónica.	12 min. 04 seg.	1 h. 41 min. 11 seg

22.	Canción.	3 min.	1 h. 44 min. 11 seg.
23.	Primer resumen del día. Pieza artística	2 min. 56 seg.	1 h. 47 min. 7 seg.
24.	Promoción de programa de la radio.	32 seg.	1 h. 47 min. 39 seg.
25.	Artística de apertura a canción presentada por Gancia.	20 seg.	1 h. 47 min. 59 seg.
26.	Canción.	2 min. 10 seg.	1 h. 50 min. 09 seg.
27.	Artística de cierre de canción presentada por Gancia.	14 seg.	1 h. 50 min. 23 seg.
28.	Artística del programa. Presentación del Radioteatro.	20 seg.	1 h. 50 min. 43 seg.
29.	Radioteatro.	5 min. 41 seg.	1 h. 56 min. 24 seg.
30.	Canción.	4 min. 7 seg.	2 h. 00 min. 31 seg.
31.	Artística institucional de la radio.	37 seg.	2 h. 01 min. 08 seg.
32.	Tanda publicitaria.	3 min.	2 h. 04 min. 08 seg.
33.	Artística del programa. Presentación de Cual Es Louded. (columna de videojuegos)	38 seg.	2 h. 04 min. 46 seg.
34.	Columna de videojuegos.	3 min. 18 seg.	2 h. 08 min. 04 seg.
35.	Artística del programa. Presentación del móvil deportivo.	16 seg.	2 h. 08 min. 20 seg.
36.	Móvil.	17 min. 07 seg.	2 h. 25 min. 27 seg.
37.	Artística del programa. Cierre de móvil	6 seg.	2 h. 25 min. 33 seg.
38.	Artística institucional de la radio	15 seg.	2 h. 25 min. 48 seg.
39.	Tanda publicitaria	3 min. 32 seg.	2 h. 29 min. 20 seg.
40.	Separador artístico institucional de la radio	2 seg.	2 h. 29 min. 22 seg.
41.	Artística del programa. Presentación de Cual Es Louded. (columna de video juegos)	38 seg.	2 h. 30 min. 00 seg.
42.	Columna de video-juegos	19 min. 57 seg.	2 h. 49 min. 57 seg.
43.	Canción.	3 min. 20 seg.	2 h. 53 min. 17 seg.
44.	Artística institucional de la radio.	40 seg.	2 h. 53 min. 57 seg.

45.	Tanda publicitaria.	3 min. 39 seg.	2 h. 57 min. 36 seg.
46.	Pieza humorística.	50 seg.	2 h. 58 min. 26 seg.
47.	Canción	2 min. 25 seg.	3 h. 00 min. 51 seg.
48.	Pieza de ensayo-poético.	2 min. 46 seg.	3 h. 03 min. 37 seg.
49.	Canción.	3 min. 40 seg.	3 h. 07 min. 17 seg.
50.	Artística del programa. Separador.	7 seg.	3 h. 07 min. 22 seg.
51.	Entrevista telefónica.	8 min. 03 seg.	3 h. 15 min. 25 seg.
52.	Canción.	4 min. 06 seg.	3 h. 19 min. 31 seg.
53.	Bloque en el estudio.	1 min.13 seg.	3 h. 20 min. 44 seg.
54.	Artística del programa. Separador.	2 seg.	3 h. 20 min. 46 seg.
55.	Artística institucional de la radio	26 seg.	3 h. 21 min. 12 seg.
56.	Tanda publicitaria	2 min. 56 seg.	3 h. 24 min. 08 seg.
57.	Separado artístico institucional de la radio.	5 seg.	3 h. 24 min. 12 seg.
58.	Artística del programa. Presentación de pieza de ensayo literario.	20 seg.	3 h. 24 min. 32 seg.
59.	Ensayo literario.	4 min. 32 seg.	3 h. 29 min. 04 seg.
60.	Bloque en el estudio.	5 min 43 seg.	3 h. 34 min. 47 seg.
61.	Canción	6 min. 2 seg.	3 h. 40 min. 49 seg.
62.	Artística del programa. Separador.	3 seg.	3 h. 40 min. 52 seg.
63.	Artística de promoción del programa The Gancia Selector	26 seg.	3 h. 41 min. 18 seg.
64.	Informe de Rock.	4 min. 57 seg.	3 h. 46 min. 15 seg.
65.	Pieza artística. Resumen del día.	3 min. 37 seg.	3 h. 49 min. 52 seg.
66.	Canción de despedida.	3 min. 9 seg.	3 h. 53 min. 01 seg.
67.	Pieza artística-publicitaria.	22 seg.	3 h. 53 min. 23 seg.
Final	-----	-----	-----

Anexo 2

Medición de audiencia de la empresa IBOPE del trimestre febrero-marzo-abril de 2008

Radio Reporte: Informe de audiencias por grupos horarios
Período: Febrero - Marzo - Abril 2008

Emisora	Rating%	Reach%	Share%
Radio 10 (LRL 710)	2,36	13,68	40,81
Mitre (LR6)	0,90	7,65	15,56
Del Plata (LS10)	0,59	4,32	10,19
La Red (LR5)	0,50	4,66	8,70
Continental (LS4)	0,50	4,84	8,60
Rivadavia (LS5)	0,23	2,51	3,92
America (LR9)	0,11	0,98	1,91
Nacional (LRA)	0,08	0,96	1,44
Radio de la Ciudad (LS1)	0,01	0,20	0,24
Otras AM	0,42	4,09	7,34
No Identificada pero AM	0,08	0,80	1,30
Encendido AM	5,79	32,61	100,00

Emisora	Rating%	Reach%	Share%
Mega 98.3	1,57	12,81	12,22
Rock And Pop	1,52	11,21	11,88
Vale 97.5	1,35	10,06	10,50
LA 100	1,20	11,25	9,37
F.M. Hit / 40 Principales	0,94	9,33	7,33
Radio Disney	0,75	7,04	5,82
Metro 95.1 o Metrodance	0,69	5,07	5,38
Pop Radio 101.5	0,61	6,45	4,74
Aspen	0,50	5,11	3,89
LA 101 / Radio Latina	0,32	2,93	2,49
Radio uno 103.1	0,32	2,78	2,46
Blue 100.7	0,27	2,39	2,11
Amadeus (LRI 711)	0,18	1,57	1,38
La 2X4	0,12	1,07	0,96

Nacional Folclórica	0,12	1,09	0,92
Nacional Clásica	0,05	0,49	0,40
Otras FM	2,08	15,07	16,22
No Identificada pero FM	0,25	2,44	1,93
Encendido FM	12,83	61,15	100,00

Datos:

Lunes a Domingo - 24 hs

Edades: 12 a 74 años

Personas de ambos sexos

Todos los N.S.E.

Casos: 10.356

Población: 8.001.206 personas

Anexo 3

Medición de audiencia de la empresa IBOPE del trimestre julio-agosto-septiembre de 2008

Radio Reporte: Informe de audiencias por grupos horarios
Período: Julio - Agosto - Setiembre 2008

Emisora	Rating%	Reach%	Share%
Radio 10 (LRL 710)	2,20	13,50	39,27
Mitre (LR6)	0,87	7,09	15,53
Del Plata (LS10)	0,64	4,32	11,50
Continental (LS4)	0,53	5,14	9,46
La Red (LR5)	0,52	4,50	9,36
Rivadavia (LS5)	0,18	2,22	3,22
Nacional (LRA)	0,10	1,10	1,71
America (LR9)	0,08	0,81	1,51
Radio de la Ciudad (LS1)	0,02	0,18	0,35
Otras AM	0,38	3,61	6,81
No Identificada pero AM	0,07	0,83	1,29
Encendido AM	5,60	32,10	100,00

Emisora	Rating%	Reach%	Share%
Rock And Pop	1,38	10,56	11,07
Vale 97.5	1,33	10,29	10,65
Mega 98.3	1,26	11,72	10,10
LA 100	1,14	11,09	9,15
Pop Radio 101.5	0,99	9,09	7,92
Metro 95.1 o Metrodance	0,95	6,10	7,60
F.M. Hit / 40 Principales	0,77	8,72	6,22
Radio Disney	0,74	7,53	5,95
Aspen	0,53	5,21	4,24
Radio uno 103.1	0,37	3,20	3,00
Blue 100.7	0,31	2,96	2,52
LA 101 / Radio Latina	0,26	2,90	2,06
Amadeus (LRI 711)	0,18	1,77	1,45

Nacional Folclórica	0,12	1,22	0,98
La 2X4	0,12	1,02	0,97
Radio Continental FM 104.	0,10	1,43	0,81
Nacional Clásica	0,06	0,65	0,47
Otras FM	1,61	11,97	12,92
No Identificada pero FM	0,24	2,46	1,93
EncendidoFM	12,45	61,19	100,00

Datos:

Lunes a Domingo - 24 hs
Edades: 12 a 74 años
Personas de ambos sexos
Todos los N.S.E.
Casos: 10.439
Población: 8.001.206 personas

Anexo 4

Corpus total construido para la presente investigación. En formato de audio digital.