

Universidad Nacional de Cuyo
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Comunicación Social

Tesina

Radio Nacional Mendoza como medio estatal y difusor de la cultura local

Alumno: Víctor Manuel Molina

Registro: 15556

Año 2014

Director: Darío Daldi

Co-director: Oscar Di Nasso

Introducción:

Enredado en la obligación de presentar un trabajo final –tesina- como requisito para finalizar la carrera de Comunicación Social, comencé a buscar temas que pudieran dar dirección a mi empresa.

Los medios “públicos” fueron entonces, el polo de atracción. Los fuertes debates sobre la ley de medios (ley de servicios de comunicación audiovisual 26.522), La invisibilización -por parte de los medios- de distintos temas cada uno según sus intereses, la pelea y discusión, sobre los monopolios de la información y su lugar de poder, el escenario de “guerra mediática” que surgió entre “Clarín vs. Gobierno”, el rol de los medios en el denominado “conflicto del campo” en 2008 y demás tópicos referidos al apasionante mundo de la “comunicación social” terminaron por atrapar mi interés.

Desde mi construcción de la realidad no podía pedírsele a nadie que desarrollara medios de comunicación que cumplieran un rol de servicio social, si antes no se le reclamaba al Estado.

En otras palabras es el Estado quien debe mostrar cómo es un medio de comunicación que cumple con el servicio de comunicar, desarticulando el poder de los monopolios, diversificando y pluralizando las voces, respetando la independencia de los distintos sectores sociales para plantear sus necesidades y demandas.

Es el Estado de donde surge la posibilidad de vivir sin destruirnos unos a otros, soportando las injusticias que atraviesan las relaciones sociales, en un sistema capitalista, donde la acumulación y poder del dinero, son el principal determinante de las relaciones sociales.

Es el Estado a diferencia de sectores “privados” o “sin fines de lucro”, el que contiene diversos actores con ideas e ideologías distintas, con objetivos distintos (oficialismo, oposición, otras posiciones, etc.)

Es el Estado el que debe reflejar en sus instrumentos, entre ellos los medios de comunicación que administra, la diversidad que lo compone, de él dependen que subsistan las posibilidades de explotación del hombre por el hombre, la existencia de monopolios, no sólo de la información.

Quien distribuyó y adjudicó las licencias, y generó las condiciones para la monopolización de los medios masivos audiovisuales fue el Estado, también de él surge la ley que supuestamente pretende desarticularlos o desmonopolizarlos.

“Los medios públicos” se volvió un tema demasiado amplio e inabarcable para los recursos con los que contaba, por eso decidí tomar a “Radio Nacional Mendoza” como centro de esta tesina.

En este sentido el abordaje debía tener los requisitos epistemológicos, que permitieran dar un marco teórico para lograr algún tipo de conclusión. Surgió entonces “Radio Nacional Mendoza como medio de difusión de la cultura local”.

Dispuestos, equipo, tema y recursos, comenzamos el recorrido del camino que se presenta, el objetivo es trabajar con responsabilidad, compromiso con el medio analizado y la comunidad que lo contiene, con un equipo que desde el primer momento entiende a la comunicación, como un servicio, estrechamente ligado con la comunidad que lo contiene (diversa, con disputas y luchas en su interior, unida por espacio geográfico, político y social, distinta de otras, compleja y rica).

La radio enmarcada desde lo físico, simbólico y cultural en la provincia de Mendoza debía tener un correlato con ésta condición.

La cultura local, tomada como el más importante bien intangible y “universal” de la comunidad, es el eje sobre el cual girará esta investigación, entendiendo que la difusión y desarrollo debe primar en un medio de gestión estatal, cuyo objetivo está centrado en los beneficios de las comunidades más cercanas a su entorno.

Definimos la cultura local como “los aspectos arraigados en nuestro mundo de relaciones humanas que nos diferencian de otras comunidades, estos aspectos son históricos, míticos, geográficos, tradicionales, identitarios y naturales”.

El desarrollo de este trabajo se plantea con cinco capítulos, en los cuales abordaremos aspectos de Radio Nacional Mendoza en relación con la cultura local, a mí entender son los aspectos más relevantes y determinantes que permiten apoyar la investigación en un objeto concreto y actualizado, es decir contemporáneo.

El capítulo 1 tratará a Radio Nacional Mendoza en sus aspectos superficiales, aquellos que permiten el primer contacto con el medio, por lo tanto, qué información es más accesible y cómo influye esto en la relación con la comunidad cercana a la radio.

Como toda relación, al comienzo, es importante saber, cómo y dónde encontrarse, de dónde venimos y que historia tenemos, son aspectos que pueden pasar a un segundo plano, cuando se alarga la interacción en el tiempo, pero en el inicio son datos muy importantes

En el segundo capítulo el aspecto elegido es el discurso y la construcción simbólica, que se difunde y propone el medio, cómo entendemos la comunicación, a quién se dirige el mensaje y de qué manera.

Los años destinados al estudio de la comunicación social, permiten este tipo de abordajes, con insumos de la Lingüística, Semiótica, Pragmática y el análisis del discurso pero el intento por definir un campo de estudio propio de la Comunicación Social es la pretensión más elevada de este capítulo.

El capítulo 3 se enfoca en la nueva ley de medios audiovisuales y su influencia en Radio Nacional Mendoza, la evaluación de los conceptos de público y estatal, una definición de estado y diferencias entre el funcionamiento de los medios de comunicación privados y sin fines de lucro.

La aparición de una nueva reglamentación, es un factor de gran impacto en el mundo de los medios de comunicación, sobre todo por el ingreso de conceptos que deben madurar en el ideario popular, como “servicio de comunicación”, “pluralidad de voces” y tantos otros.

Definir al “Estado”, Lo público y lo estatal, la relación con lo privado, y los medios correspondientes a instituciones sin fines de lucro (la división en estos tres sectores pone al 33% del espectro radiofónico a disposición de cada uno de ellos), es un paso ineludible para abordar a Radio Nacional Mendoza.

En cuarto lugar se analiza a Radio Nacional Mendoza como un espacio de poder en disputa, ¿Cómo es la relación del público con lo público? ¿Los medios del estado son medios del gobierno? ¿Tienen poder los medios de comunicación, cómo lo ejercen? Son algunas de las preguntas disparadoras, en relación con el poder y la disputa por él.

Observamos al mundo de los medios de comunicación construido, por los sectores hegemónicos de poder, como un campo de batalla político, económico, social y cultural en donde el botín es la audiencia, la creación de la “realidad” y la “verdad”.

En el último capítulo se ofrece lo relevado (entrevistas, bibliografía, recorrido del espacio físico del medio, etc.) y los aportes que proponemos, en pos de un medio público mucho más comprometido, con la comunidad que la contiene, y en este sentido con la difusión de la cultura local.

Ponemos a consideración y debate nuestra interpretación de lo relevado, sobre lo que encontramos y significamos, hemos realizado las propuestas que para nosotros, haría de Radio Nacional Mendoza, un medio comprometido con la difusión de la cultura local.

CAPITULO 1 PRIMER APROXIMACIÓN

ESPACIO FISICO Y VIRTUAL

Poner a Radio Nacional Mendoza en foco requiere adentrarse en su mundo partiendo de lo superficial avanzando, profundizando y conectándonos con insospechados aspectos de la radio.

La imagen, lo visible frente a cualquiera que se interese por detener la atención en Radio Nacional Mendoza (RNM), es su domicilio y la fachada del edificio desde el cual a diario parten las emisiones buscando oídos que les den sentido. Pero en un mundo virtualizado como el actual, no basta con la fachada física y tradicional.

El lugar en internet es otra cara, tan importante como el edificio, es por donde accede gente desde lejos, en cualquier momento sin necesidad de hacer un recorrido por los alrededores de ningún lado y donde las consultas pueden llegar a extenderse por que el tiempo no es límite.

Partiendo de esta posición hare una descripción de la cascara de RNM, tanto de su espacio físico como del virtual tratando de aportar la mayor cantidad de datos y aspectos diversos que pueda encontrar.

Radio Nacional Mendoza es un medio concebido dentro de aquellos que funcionan con presupuesto del Estado, poniendo en juego los conceptos tanto académicos como de sentido común que la sociedad tiene sobre estado.

Los conceptos sobre el Estado y sus componentes hacen que lo superficial o la fachada de RNM sea importante. Es a partir de este primer contacto que se aborda la institución, y desde ese abordaje, arrojar alguna consideración sobre su funcionamiento y concepción, tiene el primer sustento. De allí parte la construcción simbólica que desarrolla este medio, tanto en política, cultura y sociedad.

En el mapa mediático de la República Argentina RNM ocupa un lugar, dependiente de RTA, Radio y Televisión Argentina con sede en Bs. As., cuyo director es Tristán Bauer. Pensamos a RNM como un pequeño apéndice de un conjunto de medios, con cabeza centralizada en Bs. As.

Cabe destacar que la directora general de Radio Nacional –actualmente- es María Seoane.

Dato que adquiere relevancia en cuanto a la difusión de la cultura local, entendiendo como local lo referido a Mendoza en su totalidad (no solamente la ciudad sino todos los departamentos también).

La radio es el primer medio electrónico que permite la difusión de un mismo mensaje a una gran cantidad de decodificadores (anterior a la tv. e internet), en la actualidad es de los más fácil de transportar y de utilizar, por eso adquiere importancia, incluso personas que no saben leer y escribir pueden acceder a distintas construcciones, produciendo una masividad de audiencia de todo tipo de edades y condiciones sociales.

La evolución en cuanto a medios electrónicos transformó tanto las tecnologías destinadas a su funcionamiento, como los discursos y recursos de llegada y penetración en las audiencias, las cuales a la luz de estos cambios fueron adaptándose rápidamente.

La proximidad con la comunidad que la contiene, ha sido una de las características más sobresalientes de la radio como medio masivo de comunicación.

José Ignacio López Vigil propone desde una graciosa metáfora la descripción de esta proximidad, *“una declaración de amor”* a continuación la explicación *“La programación es el diálogo que la radio entabla con su público”* (*Manual Urgente para Radialistas Apasionadas y Apasionados. Ministerio de Comunicación e Información de Venezuela 2006 pág. 8). Esta *“declaración de amor”* es un importante concepto para evaluar a RNM como difusora de la cultura local y es entre otros datos y a mi juicio el más superficial de todos, el primer y más fácil contacto que se puede hacer con RNM, un diálogo entre la radio y su audiencia que se traduce en una programación.

Una programación que tiene como objetivo cimentar *“una declaración de amor”* no es algo azaroso y desmedido, sino todo lo contrario, Vigil expone *“Así como un montón de ladrillos no hace una casa, tampoco una suma de programas juntos y revueltos forma una programación. No basta aglomerar programas en una parrilla hay que organizarlos”*. *“Conocer los hábitos de la audiencia nos permite situar con buen tino los programas”* (*ídem anterior pág. 9).

Los hábitos, el comportamiento, las costumbres, valores, etc. como parte de la cultura, deben ser tomados muy en cuenta cuando un medio se propone la difusión de la cultura local. Esta organización o cohesión es en definitiva, el elemento que permite que la audiencia se afilie al medio.

Elegir los programas, dónde y cómo se producen los intereses por trasladar *“la declaración de amor”* a la audiencia, es un distintivo que marca los intereses de ese *“amor”* si es puramente comercial, si se busca informar, ampliar la base de audiencia hacia otras edades, ideologías o motivaciones, etcétera. En estos intereses hay un punto de atención sobre todo en un medio público-estatal.

No todos los sectores sociales tienen el mismo interés en la difusión de infinidad de mensajes, por lo tanto es de especial atención la producción en distintos medios. Los privados, movilizan los intereses del dueño -siempre y cuando cumplan con la ley- no hay cómo discutirles, pero en donde el espacio es público el juego está abierto o mejor dicho ¿El juego está abierto? Este cuestionamiento es el que genera atención.

En la búsqueda de la información necesaria para analizar la grilla de RNM di los primeros pasos arrancando desde internet, la razón de iniciar aquí, sin necesidad de trasladarme tengo contacto con los primeros datos que puede ofrecer una institución.

La manera de dar con el espacio virtual de RNM es abrir una ventana de conexión a internet y poner en un buscador de información Radio Nacional Mendoza, lo primero que encontré fue un salto virtual con la indicación LRA 6 Radio Nacional Mendoza, al entrar en este sitio esto es lo que se encuentra.

[RA 6 Radio Nacional Mendoza](#)

Escucha la radio en vivo haciendo [CLICK ACA](#)

Ubicada en la capital de la provincia, comenzó a emitir el 1 de septiembre de 1953.

Director: Ernesto Espeche

[Mas información sobre la FM](#)

AM: 960 Khz.

FM: 97.1 Mhz.

Dirección: Avenida Emilio Civit 460

Teléfonos: (0261) 438-0596 / 425-7931 /423-3822

E-mail: mendoza@radionacional.gov.ar

Son algunos de los datos encontrados en la primer opción de direcciones que entrega el buscador, es pertinente tenerlos en cuenta porque son los indicios de lo que la radio quiere poner en la vidriera y cómo inicia su relación con los que quieran tener alguna información extra para los interesados en algo más, aparte de lo que oyen a diario en la estación de RNM, mucho más en estos momentos en que no sólo la academia sino el público en general pretenden saber quién está detrás de cada medio que influye en la opinión pública.

En la tercer opción aparece la siguiente dirección, <http://radionacionalmendoza.blogspot.com.ar/> aquí la información es más ajustada a RNM que en la página anterior en donde los datos pertenecían a Radio Nacional en general (con sede en Bs.As.).

En el blog de RNM hay colgadas algunas entrevistas y en el final un archivo de entrevistas grabadas con anterioridad, separadas por el mes en el que han sido realizadas. Este archivo contiene entrevistas de todos los programas en distintos horarios, y si se visitan mes a mes puede advertirse que son entrevistas y audios realizados en Mendoza en su mayoría.

La grilla de programación se encuentra allí en un link que dice “programación 2013”

Sobres este dato trabajaremos para advertir, de ser posible, cuáles son los principales intereses de RNM en torno a esta declaración de amor de las que nos habla José Ignacio López Vigil.

LA GRILLA DE PROGRAMACION

HORARIO	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	HORARIO
00.00/00.05								00.00/00.05
00.05/00.30	Agenda de Noticias							00.05/01.00
00.30/02.00	Asesora para Comenz						Plácido Domingo	01.00/02.00
02.00/04.00								02.00/04.00
04.00/05.00								04.00/05.00
05.00/06.00								05.00/06.00
06.00/07.00								06.00/07.00
07.00/07.30								07.00/07.30
07.30/08.00								07.30/08.00
08.00/08.30								08.00/08.30
08.30/09.00								08.30/09.00
09.00/09.30								09.00/09.30
09.30/10.00								09.30/10.00
10.00/10.30								10.00/10.30
10.30/11.00								10.30/11.00
11.00/11.30								11.00/11.30
11.30/12.00								11.30/12.00
12.00/12.30								12.00/12.30
12.30/13.00								12.30/13.00
13.00/13.15								13.00/13.15
13.15/13.30								13.15/13.30
13.30/14.00								13.30/14.00
14.00/14.30								14.00/14.30
14.30/15.00								14.30/15.00
15.00/15.30								15.00/15.30
15.30/16.00								15.30/16.00
16.00/16.30								16.00/16.30
16.30/17.00								16.30/17.00
17.00/17.30								17.00/17.30
17.30/18.00								17.30/18.00
18.00/18.30								18.00/18.30
18.30/19.00								18.30/19.00
19.00/19.30								19.00/19.30
19.30/20.00								19.30/20.00
20.00/20.30								20.00/20.30
20.30/21.00								20.30/21.00
21.00/21.30								21.00/21.30
21.30/22.00								21.30/22.00
22.00/22.30								22.00/22.30
22.30/23.00								22.30/23.00
23.00/23.30								23.00/23.30
23.30/24.00								23.30/24.00

Esta grilla (no actualizada) es la que tiene la programación más ajustada a lo que RNM ha estado emitiendo actualmente.

Lo primero que se observa es que los espacios griseados pertenecen a programas producidos fuera de la provincia, y los espacios en blanco corresponden a los programas producidos en RNM.

Se observa una diferencia en el periodo que va de lunes a viernes comparada con sábado y domingo generando tres lugares en los que se puede analizar la programación.

TRES ESPACIOS DE PROGRAMACION

El primer espacio que determinaremos será el periodo “Lunes a Viernes”, partiendo de las 0 (cero) hora hasta las 23 contabilizando el día completo de programación (24 horas).

La producción local en este periodo ocupa un total de 11 horas mientras el resto (13 horas) son para programas producidos fuera de la provincia todos producidos en Buenos Aires y sólo “La Coca es Pal Ferné” tiene integrantes que hacen dudar sobre si se ha producido en Córdoba, por la tonada particular de sus conductores (pero también es un programa realizado en Bs. As.)

Si traducimos estos datos a porcentajes el resultado aproximado da, 54 % de la producción es realizada fuera de la provincia y el 46% en Mendoza.

Aparece una excepción en el día Viernes de 21 a 0 horas hay dos programas “Desde el auditorio” y “Azúcar Negra” dejando al viernes con 15 horas de producción local y 11 horas de productos realizados fuera de la provincia.

Traducido a porcentajes aproximadamente 61% de locales contra el 39%. En la descripción y nombres de los programas locales aparecen al final del nombre de los realizadores del programa entre paréntesis una sigla “C.E.” y “PL” que no está aclarado en ningún lugar lo que significa, pero tras consultar a Ernesto Espeche (director de RNM) dijo que “C.E.” significa Convenios de Emisión, es decir, espacios para proyectos de gente que no trabaja en relación de dependencia con RNM. Y “PL” Producción Local es decir hecho por el personal de planta de RNM.

La mayor parte de la producción local es de personal de RNM en relación de dependencia, solamente el espacio destinado al programa “Historia Activa” corresponde a Convenios de Emisión

Los programas que van de lunes a viernes tienen un horario habitual para la jornada. Esto permite identificar el nombre del programa con un horario en particular por ej. De 9:00 a 12:00 hs. está “Dicho de Otro Modo”, por esta razón puede decirse que estos programas son programas troncales de la grilla, ya que durante la semana disponen de una mayor cantidad de horas en el aire.

Aquí tanto los programas producidos en la provincia como los hechos fuera, mantienen la característica de ocupar un lugar que genera la costumbre del oyente, en el periodo de lunes a viernes.

El segundo espacio para analizar es “día Sábado” que plantea variación en los nombres de los programas, estos nombres no aparecen en toda la semana, sólo son programas emitidos el día sábado salvo “Todos en Cuero” y “La Coca es Pal Ferné” en el inicio y “Desde el Auditorio” casi al final de la jornada.

Aquí a diferencia del periodo “Lunes a Viernes” la programación local tiene 18 hs contra 6 hs de producción foránea traducido a porcentajes el 75 % es de producción local y el resto es 25%.

Por aparecer sólo en un día de la semana, estos programas pueden ser llamados programas periféricos de la grilla por que no tienen más de 2 horas por semana en promedio.

Aquí donde son mayoritarios los programas realizados dentro de la provincia (13), también son mayoritarios los programas de Convenios de Emisión (9), ostentan la sigla C.E. mientras 4 son de PL Producción Local.

El tercer y último espacio que definiremos será el “Día Domingo” con características similares al segundo espacio, por la programación, que cuenta con programas emitidos una vez por semana

El inicio de la programación desde las cero horas hasta las 8:00 con programación producida fuera de la provincia, luego los programas semanales con un espacio destinado al fútbol desde las 16:00 a las 18:00 hs., que aparece en la grilla griseado, como los programas que la radio emite de producción fuera de la provincia.

Esto se debe a que los partidos que transmiten son de Bs. As. Jugados en Bs. As. Y por lo general corresponden a algunos de los equipos de mayor publicidad en la Argentina (Boca, River, Racing, Independiente o San Lorenzo), este dato es importante porque el fútbol en la República Argentina es un elemento cultural muy importante.

En el cierre de la edición dominical hay media hora en la que se emite “Tímpano” un programa que es producido fuera de la provincia y va de 23:00 hs a 0:00 la cantidad de horas de producción local son más que las producidas fuera de Mendoza pero son menos que las que se encuentran el día sábado, traducido a porcentajes aproximados el 40% correspondería a la producción local y el 60% sería producido fuera.

De los programas examinados en esta grilla los que son hechos en Mendoza, son todos producidos en la capital de la provincia, y de los realizados fuera de la provincia todos son producidos en Bs. As., incluido “la Coca es Pal Ferné”, programa de humor con periodistas y locutores que dejan percibir en el audio la característica tonada de la gente de Córdoba.

Hasta aquí hemos avanzado en el análisis de la grilla como elemento perteneciente a la superficie de RNM y por tanto los “temas o tópicos” que son puestos en el aire y en que horarios serán analizados más adelante.

EL PERSONAL

Como elemento de superficie analizaremos cuál es la cantidad de personal del que dispone RNM.

No hay un lugar en donde esté publicada la nomina de personas que trabaja en la radio, por lo tanto es difícil precisar un número de trabajadores.

Consultado el director de la radio sobre esta nómina respondió que trabajaban alrededor de 60 personas y que se encuadraban en distintos gremios, por lo tanto distintos convenios de trabajo, algunos en sindicatos de prensa, otros en sindicatos de trabajadores del estado etc.

Cuando consultamos cuánto ganaban, la respuesta fue “lo que dice el convenio, en el que cada uno se encuadra”.

Los cargos de la radio en todas sus funciones deben ser concursados. En la página de internet de Radio Nacional figura un link que se llama concursos, aquí aparece un reglamento a seguir, son 15 artículos (vale la pena reproducirlo por que detalla los conceptos que la radio plantea para el acceso de personal a su espacio de aire y realización).

“REGLAMENTO DE DESIGNACIÓN Y REMOCIÓN DEL PERSONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN ARGENTINA SOCIEDAD DEL ESTADO”

Artículo 1.

-Objeto y ámbito de aplicación

El presente Reglamento tiene por objeto regular la designación y remoción del personal de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado con excepción de los siguientes casos:

- a) Personal designado conforme los artículos 17 a 20 del Reglamento de Funcionamiento del Directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado.
- b) Personal contratado por contrato de trabajo eventual.
- c) Personal contratado por contratos de trabajo a plazo fijo o de temporada.

Artículo 2.

-Facultades

En todo aquello que no esté específicamente reservado a otros funcionarios u órganos, el Directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado podrá encomendar a la Dirección de Administración, Finanzas, Relaciones Comerciales y Recursos Humanos (DAFRC y RH) el ejercicio de las facultades reglamentadas en el presente, con relación a toda cobertura de vacante autorizada de jerarquía inferior a la de Gerente de cada Unidad de Gestión. En estos casos la DAFRC y RH mantendrá informado al Directorio del desarrollo de las actuaciones respectivas. Asimismo, la DAFRC y RH podrá encomendar los aspectos operativos en las Gerencias de Recursos Humanos de las Unidades de Gestión.

Artículo 3.

-Procedimiento General.

De conformidad a los términos del artículo 134 inciso d) de la Ley Nº 26.522 la designación de personal se deberá efectuar de acuerdo a pautas y procedimientos de selección objetivos, que aseguren la mayor idoneidad profesional y técnica, en base a concursos públicos y abiertos de antecedentes, oposición o de proyecto. La remoción del personal se efectuará siguiendo los procedimientos que los diferentes regímenes laborales vigentes en el ámbito de la empresa, establecen.

Artículo 4.

-Llamado a concurso

La convocatoria a concurso podrá ser individual o de carácter múltiple cuando exista más de una vacante a cubrir, pudiendo concentrarse los mecanismos de selección en una misma Comisión de Selección.

Para todos los casos, la Comisión de Selección se conformará en forma previa a la publicación del llamado a concurso, y se integrará con un número impar de miembros ad-hoc que se determinará para cada concurso; en todos los casos se incluirá en la Comisión de Selección un miembro de la Gerencia de la que dependa la vacante a cubrir y otro de la Gerencia de Recursos Humanos de la Unidad de Gestión pertinente.

Artículo 5.

-Publicidad

Sin perjuicio de las disposiciones especiales en la materia que rijan por aplicación de la normativa convencional vigente, la convocatoria se publicará como mínimo en el portal de Internet de la empresa, en los portales de sus unidades de gestión, en las carteleras que existan en cada sede y en el Boletín Oficial, con una antelación no menor a siete (7) días a la fecha de vencimiento de la inscripción.

Artículo 6.

-Contenido de la publicación

La publicación deberá contener como mínimo:

- a) Cargo para el que se efectúa la convocatoria, con la individualización de la categoría correspondiente al mismo, los requisitos exigidos para su cobertura, el perfil buscado, y el lugar de prestación de las tareas.
- b) Plazo de consultas sobre el concurso y de inscripción al concurso, con indicación de su fecha de inicio y de finalización, así como del lugar y horario habilitados para llevarlas a cabo.
- c) Plazo para que la Comisión de Selección se expida respecto de la conformación de la terna
- d) Modalidad o procedimiento de selección (antecedentes, oposición, exámenes, entrevistas, etc.).

Artículo 7.

-Presentación de los postulantes

Será de presentación obligatoria una nota dirigida a la Gerencia de Recursos Humanos de la unidad de gestión de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado que corresponda, en la que el postulante se identifique mediante la consignación de su nombre completo, apellido y documento de identidad y demás datos personales, solicitando su inscripción como concursante al cargo para el que se efectuó la convocatoria y enumerando la documentación que se adjunte como anexo. La nota deberá ser firmada al pie por el presentante y en la misma deberá denunciar su domicilio real, un número telefónico personal y su correo electrónico. La falta de presentación en tiempo y forma de la mencionada nota implicará el rechazo in limine del postulante

Serán de presentación obligatoria los siguientes anexos:

- a) Fotocopia de su documento de identidad.
- b) Fotocopia del título profesional o técnico si el mismo es requerido.

- c) Currículum vitae, acompañando la documentación que acredite lo vertido en éste y respetando, de corresponder, el formato de presentación que se establezca entre los requisitos del concurso.
- d) Fotocopia de la constancia original de inscripción en la matrícula profesional, si el cargo la requiriera.
- e) En los casos en que así se requiera, la presentación de un proyecto o propuesta de trabajo que contemple los tópicos y aspectos que establezcan las bases del concurso.
- f) Información con carácter de declaración jurada de los juicios que ha mantenido o mantiene con el Estado Nacional y/o las entidades del Sector Público Nacional, Provincial o de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- g) Información con carácter de declaración jurada de no hallarse incurso en alguno de las causales de rechazo detalladas en el artículo 8º del presente Reglamento.

Serán de presentación optativa todo otro antecedente que considere de utilidad a los efectos del concurso convocado.

La información contenida tanto en la presentación como en la documentación anexa tendrá carácter de declaración jurada. Su falsedad parcial o total generará automáticamente la exclusión del postulante. El postulante seleccionado deberá, previo a su incorporación, presentar: 1) documentación que acredite su domicilio real, 2) original o copia certificada de la documentación presentada en fotocopia simple, 3) certificado de antecedentes penales expedido por el Registro Nacional de Reincidencias, 4) toda otra documentación que resulte pertinente y le fuera requerida para acreditar antecedentes laborales, de estudio, etc. que hubiere informado para su postulación al concurso.

Artículo 8:

No podrá designarse a quienes:

- a) Tuviesen condena penal firme por delito doloso y no hubiesen transcurrido los plazos de caducidad fijados en el artículo 51 del Código Penal.
- b) Estuvieran sometidos a proceso penal pendiente por delito doloso, en el cual se haya decretado auto de procesamiento o elevación de la causa a juicio o su equivalente en los Códigos Procesales Penales Nacional o Provinciales y que se encuentre firme.
- c) Se hallaren inhabilitados para ejercer cargos públicos.
- d) Se encontraren sancionados con exclusión de la matrícula profesional.
- e) Hubieran sido cesanteados o exonerados de organismos públicos.
- f) Hubiesen sido declarados en quiebra y no estuvieran rehabilitados.

Artículo 9.

-Etapas del concurso

En los casos de concursos de antecedentes el procedimiento de selección consistirá al menos de dos etapas: a) estudio de las presentaciones y antecedentes (laborales, profesionales, de estudios, etc.) y eventual pedido de aclaraciones o documentación adicional y, en caso de establecerse, entrevistas iniciales, b) entrevistas personales con aquellos postulantes que resulten seleccionados para la terna. La falta de citación a esta entrevista, implica que el candidato no ha sido seleccionado para la terna de postulantes.

Artículo 10.

Conformación de la terna de postulantes

Los miembros de la Comisión de Selección procederán a merituar el resultado de cada etapa de evaluación, conforme los requisitos y criterios fijados en la convocatoria a concurso, lo cual quedará plasmado en un informe. Del promedio ponderado de los puntajes otorgados por parte de los miembros de la Comisión, resultará la calificación asignada a cada postulante, en función de la cual se determinará el orden de mérito, conformándose la terna con los postulantes que se ubiquen en los tres primeros lugares. La Comisión de Selección podrá declarar desierto el concurso o alguna de las plazas de las ternas, mediante decisión debidamente fundada, cuando los antecedentes y demás circunstancias de los postulantes, no acrediten reunir el perfil, cualidades e idoneidad requeridos para cubrir el cargo vacante.

Artículo 11.

-Notificación a los postulantes e impugnaciones

La calificación obtenida y el orden de mérito serán notificados fehacientemente, pudiendo los postulantes impugnarlos dentro del plazo de tres (3) días hábiles. La no impugnación de lo actuado implicará su pleno consentimiento.

Artículo 12.

-Contenido de las impugnaciones

Las impugnaciones deberán dirigirse a la Comisión de Selección y deben individualizar al presentante, especificar los puntos concretos que se cuestionan, proporcionar los fundamentos de la impugnación y peticionar la solución que se considera apropiada.

Artículo 13.

-Resolución de impugnaciones

Las impugnaciones serán resueltas dentro del plazo de cinco (5) días hábiles de haberse interpuesto.

Todas las impugnaciones serán analizadas y resueltas por la Comisión de Selección en un mismo acto. Contra tal resolución se podrá interponer recurso de apelación dentro de los tres (3) días hábiles de notificada, el que será resuelto por el Presidente del Directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado dentro del plazo de diez (10) días hábiles con previo dictamen del servicio jurídico correspondiente. Las resoluciones de las impugnaciones deberán ser notificadas en forma fehaciente al originante.

Artículo 14.

-Elevación de las ternas

Vencido el plazo de impugnaciones o resueltas las mismas, en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles, la Comisión de Selección procederá a la elevación de la terna de postulantes a la DAFRC y RH.

Artículo 15.

-Designación

Para los concursos para cargos no jerárquicos, en los términos de lo establecido en el artículo 2º, dentro del plazo de cinco (5) días hábiles la DAFRCyRH, designará en el cargo al postulante que hubiere resultado primero en el orden de mérito de la terna. En caso de empate entre los ternados y/o puntajes muy próximos, podrá definir la selección mediante la realización de una instancia de evaluación adicional, para lo que podrá requerir la intervención de la Gerencia pertinente.

Para los concursos para cargos jerárquicos, en los términos de lo establecido en el artículo 2º, dentro del plazo de cinco (5) días hábiles la DAFRC y RH pondrá a consideración del Presidente la propuesta de designación de entre los ternados, previa entrevista final. La designación se hará efectiva una vez ratificada por el Directorio.

Una vez comunicada fehacientemente la designación, la Gerencia de Recursos Humanos pertinente requerirá la documentación original correspondiente o copias certificadas, los exámenes pre-ocupacionales y, una vez cumplimentado, procederá a dar el alta temprana ante la AFIP.”

Estos son los lineamientos a seguir para incorporar personal o para despedir personal en RNM actualmente.

De la nómina de personal podríamos analizar además de la cantidad de personas, su antigüedad, franja etaria a la que pertenecen, cuantos ingresaron en los últimos 3 años, cuantos fueron despedidos y por que motivos (tanto los ingresos como los despidos) etc.

Para este análisis la nómina de personal es un reflejo de la empresa en la sociedad, permite ver cómo se comporta frente a la ley, como funciona la agremiación del personal, que edades y sexo son preponderantes en la empresa, y demás datos que son relevantes para nuestra investigación, hasta el momento no hemos tenido accesos a esta nómina de personal.

Entre los datos referidos al personal sería interesante saber los nombres de quienes se jubilaron en los últimos 5 años.

EL PRESUPUESTO

Un medio estatal no se sostiene, desde el punto de vista económico, de la misma manera que un medio privado o uno perteneciente a alguna institución sin fines de lucro, que son los ámbitos a partir de los cuales se puede poner en funcionamiento un medio electrónico según la ley 26.522.

El dinero con que funciona RNM, medio electrónico estatal, depende de un presupuesto que el Estado mediante su gobierno destina para este funcionamiento.

De este presupuesto depende la cantidad de personal asalariado que puede mantener RNM, si puede aumentar o tiene que disminuir, por lo tanto qué cantidad de espacios radiofónicos pueden estar en el aire, debido a la cantidad de turnos de trabajo que la radio puede solventar, por ejemplo, si el presupuesto no alcanza para cubrir las 24 hs. del día, la radio se verá obligada a cubrir lo que el presupuesto le permite eligiendo los horarios que le parezcan mejor o usando los horarios que pueda.

En el caso de RNM el presupuesto no se conoce porque depende de un presupuesto nacional asignado a Radio y Televisión Argentina (RTA) que reparte entre la Radio Nacional y la Televisión Pública.

Radio Nacional está compuesta por varias emisoras ubicadas en distintas provincias del territorio nacional que tienen su propia programación, combinada con lo producido en otros lados (por lo general Bs. As.) como hace RNM

Esto hace que el presupuesto que administra RTA sea repartido entre la televisión (un espacio "Canal 7") las radios (48 emisoras repartidas en todo el territorio nacional), RAE Radiodifusión Argentina al Exterior que depende de Radio Nacional.

No sólo los salarios dependen de este presupuesto, sino los insumos necesarios para el funcionamiento, (artefactos como grabadores, computadoras, equipos de sonido, micrófonos, teléfonos etc.). El mantenimiento del edificio y sus servicios, los traslados de personal a distintos puntos donde la radio llega a cubrir y demás gastos que puedan ocurrir. Al no tener información sobre el presupuesto que RNM se limita la posibilidad de hacer alguna conclusión sobre la función de la radio como difusora de la cultura local.

Dentro del presupuesto de los medios en general se encuentra la posibilidad de vender publicidad como modo de solventar los gastos que mencionábamos arriba, en RNM, la publicidad los ingresos por este concepto se pactan en Bs. As. y se pagan allí.

Esto hace una bolsa común para todas las emisoras.

LA HISTORIA

Radio Nacional Mendoza, no tiene un historial propio, cuando se consulta en el edificio de calle Emilio Civit por la historia de la radio y su bibliografía, aparece un libro "La Radio Nacional voces de la historia 1937-2010" un libro de RTA s.e. y que en la tapa muestra como autor a Carlos Ulanovsky, compilación de Susana Pelayes y equipo.

Este es el único registro histórico que tiene Radio Nacional Mendoza, y es un libro que desarrolla la historia de la radio a nivel nacional.

En este libro aparece un apartado dedicado en particular a RNM y tiene una reseña histórica con los datos principales. El título del apartado es “Contribuimos a la construcción simbólica y cultural de la comunidad” LRA6 RADIO NACIONAL MENDOZA*.

El inicio de la actividad como medio estatal está situado según este texto en el año 1953 durante el segundo gobierno de Perón, anteriormente a este periodo funcionó como Radio Aconcagua y era un medio privado, el texto desmiente lo escrito por algunos historiadores provinciales (no los nombra) sobre el traspaso de medio privado a medio público, aquí se afirma que RNM no fue nacionalizada sino que fue comprada por el gobierno de Juan Domingo Perón para integrar la cadena Azul y Blanca de emisoras argentinas.

Algunos de los hacedores de la radio entrevistados en esta reseña histórica como Tíndaro Muscará recuerdan “la radio nació como una verdadera necesidad”, “La emisora tuvo como característica principal el hecho de que no le interesaba competir. En esto se diferenciará de las cadenas nacionales que sólo querían alcanzar grandes ciudades y lugares de interés comercial y no los rincones del país a donde no se accedía a otro medio de comunicación. Esta última característica se sigue manteniendo hasta estos días”.

Las páginas dedicadas en este libro a RNM no cuentan nada del funcionamiento de la radio después de 1953, datos que sería interesante relevar en un medio que nunca dejó de ser estatal con un Estado conducido por distintas manos alternando periodos democráticos y de dictadura.

Anclado en la década del 70 el texto señala, un recuerdo del locutor Raúl Marín sobre el periodo de la dictadura iniciada el 24 de marzo de 1976, “entiendo que no hubo ningún desaparecido en ninguna de las radios nacionales del país”.

Esta frase deja abierta la pregunta sobre RNM como medio estatal, ¿Pudo en algún momento de su historia escapar en cuanto a discurso y funcionamiento, al poder del gobierno de turno?

En dos páginas es poco el espacio para ahondar en la historia de una institución de 60 años, los datos que se aportan coinciden con las políticas desplegadas en el país en los distintos periodos históricos posteriores a 1983, retorno ininterrumpido de procesos democráticos de gobierno. Intentos de privatización, despidos, desinversión, cambio de personal, nuevas incorporaciones, nuevas inversiones, son algunos de los datos escuetos que el texto ofrece para poder hacer un perfil histórico de RNM, desde la superficie y con los datos que aparecen más a la vista y sin necesidad de profundizar en la investigación.

Como dato curioso surge que en este año 2013 se cumplen 60 años de Radio Nacional Mendoza de los cuales 30 fueron periodos caracterizados por un Estado que era asaltado cada tanto por el poder militar y sus socios y los otros 30 representan el periodo democrático más extenso que la historia de la República Argentina registra.

La historia de RNM, según estos pobres datos, está todavía por escribirse, será menester de algún osado investigador que quiera dar cuenta del largo camino recorrido por RNM en el tiempo.

SALIDA AL AIRE Y SU CALIDAD

La salida al aire es una consideración que surgió del seguimiento que comenzamos a desarrollar desde que se planteó la idea de tesina sobre “RNM como difusora de la cultura local”. Al escuchar en distintos horarios y prácticamente todos los días.

Constatamos la regularidad de aparición de los trabajadores de la radio, si alguno estaba enfermo, de viaje o de vacaciones, pero también encontramos muchos momentos en que la audibilidad se ensuciaba con un ruido persistente que obliga a dejar de escuchar o cambiar de emisora.

La reiteración de estas situaciones en distintos horarios y programas, hizo que la atención fuera hacia las herramientas técnicas de las cuales depende la circulación de cualquier tipo de mensaje sobre todo si se espera la difusión de la cultura local.

Silvia Fernández trabajadora de RNM en el área periodística a quien tuve la oportunidad de entrevistar, comentaba sobre los datos de mediciones de audiencia que ella tenía conocimiento y sobre los cuales también tenía sospecha de su veracidad, que RNM se encontraría en 4° lugar detrás de Nihuil, LV 10 y LV8.

“Hay un problema serio que tenemos en la emisora que seguramente se va a resolver en este año (2014) porque hay inversiones en ese sentido

Es el tema técnico, no tenemos el equipo que tiene Nihuil, entonces el tema técnico aunque parezca una cosa menor no es para nada menor, menos en la radio el tema técnico es trascendental, y bueno yo creo que eso también resta un poco por ahí, que no llegue a todos los sectores que debería llegar la emisora o llega mal o se escucha con mucho ruido.

Me parece que esto tiene que ver con la historia de la radio en la que se ven los distintos procesos políticos y sociales que se han dado en el Estado, la radio los ha vivido, en la Argentina tuvimos 40-50 años de desinversión y de abandono desde el Estado y eso pasó en esta radio

Hubieron 40 años de desinversión y 10 años de desguace, en los 90 la radio no fue ajena a la corrupción estructural y al robo que existió en todo el Estado”.

“La radio en 2005 cuando yo llegué funcionaba con un equipo a válvula, que es con el que se inauguró en 1953, se rompía una válvula y había que pedir el repuesto a EE.UU. y eran carísimas, no habían computadoras

En la radio tenían una maquina en donde llegaba lo de Telam los cables, ¡2005 te digo! y con eso hacían el informativo, había un atraso y un desguace, bueno frente a eso en casi 10 años la historia es otra ediliciamente, tecnológicamente, falta, si, pero se ha hecho muchísimo y eso ha sido principalmente una política del gobierno nacional”.

Como bien dice Silvia Fernández no es un tema menor el tema técnico ya que los sonidos son parte fundamental de la relación de la radio con su audiencia, sobre este tema aporta *Armand Balsebre (profesor español especialista en sonoridad y radio) en su libro “Lenguaje Radiofónico” pág. 15 *“el error que existe al menospreciar la estética de la radio como valor expresivo no se zanjará preocupándose simplemente por la búsqueda de la función social de la radio.”*

Es demasiado poco el que la radio se plantease la difusión de la cultura local si los problemas técnicos espantan los oídos de quienes deben desarrollar esa cultura partiendo de los mensajes producidos por la radio.

Balsebre (*ídem anterior pág. 25 título Mensaje sonoro de la radio) propone *“los mensajes sonoros de la radio pueden ser concebidos como una sucesión ordenada continua y significativa de ruidos elaborados por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza y clasificados según los repertorios/códigos del lenguaje radiofónico”*

Esta reflexión sobre los mensajes deja al descubierto el mal que puede producir encontrar elementos dependientes de las herramientas tecnológicas que impiden la circulación o el entendimiento y decodificación del mensaje, en definitiva se pierde el mensaje por tener en su cuerpo sonoro elementos que no respetan orden ni significado, provocando una indeseada y poderosa interferencia, atentando contra la esencia y sentido de la radio como medio de comunicación.

CARACTERIZACIÓN DE LA AUDIENCIA

Puede hacerse una caracterización de la audiencia desde distintos puntos, tomaremos dos de ellos para aportar los detalles descubiertos en la audiencia de RNM

El primer punto desde el cual se puede caracterizar la audiencia es la grilla y los programas. Para qué público ha sido pensada la programación de la radio, en qué horarios se disponen tal o cual programa (noticieros, interés general etc.), cómo es el movimiento de la sociedad y a qué parte de ella pretende alcanzar RNM.

José Ignacio López Vigil hace un estudio de los tipos de programación y la relación con la sociedad en donde se pone en juego la programación, en ese trabajo hay un apartado destinado a la masividad del medio, en particular la radio, propone que la radio debe ser masiva y dice.

“Tuvimos alergia a lo masivo por una precipitada equivalencia entre masivo y masificante. Olvidamos que la primera característica de cualquier radio antes que comercial o comunitaria es ser masiva y que no puede ser popular sin tener popularidad.”

Ya es tiempo de arrinconar la visión instrumentalista de la radio como herramienta de apoyo a los grupos organizados.

Un medio masivo tiene su dinámica propia muy diferente a la del trabajo presencial, ciertamente, desde nuestra programación apoyaremos a los movimientos sociales y los sectores más dinámicos de la población. Pero el apoyo no consiste en reducir destinatarios con programas de audiencias cautivas, donde los militantes hablan entre sí y acaban convenciendo a los convencidos.

El mejor aporte de un medio masivo será la proyección de los organizados hacia la maza para que sumen. El mejor servicio será estimular los valores colectivos y la ventaja de estar asociados entre las audiencias dispersas.” (José Ignacio López Vigil “Manual Urgente para Radialistas Apasionadas y Apasionados” página 33)

Aquí se pone de manifiesto la necesidad de conceptualizar una audiencia pensando en la masividad del medio porque de no ser así la radio pierde su razón de ser y sigue siendo un instrumento a favor de “grupos organizados” “donde los militantes hablan entre sí y acaban convenciendo a los convencidos”.

En este sentido la masividad de la radio sería la que permite tener una audiencia heterogénea perteneciente a distintos movimientos y líneas de pensamiento. Con esta evaluación entramos en el otro factor desde el cual podemos caracterizar la audiencia: los llamados y la interacción que esta tiene con la radio.

Ernesto Espeche responde a la pregunta ¿Cómo caracterizarías la audiencia de RNM? De la siguiente manera.

“No tenemos mediciones de audiencia no hemos tenido ni hemos hecho contrataciones con empresas consultoras que nos digan este es el público que escucha Radio Nacional.

Si sabemos por las diferentes formas de interacción que tiene la radio con los oyentes, con líneas telefónicas abierta, conmutadores, mensajes de texto, redes sociales, que la radio ha ampliado cuantitativamente y cualitativamente el sector al cual está dirigiéndose, o por lo menos el cual recibe la programación de la radio y acompaña como oyente la programación de la radio.

Entendemos que se ha modificado hacia un público de una edad mucho menor que hace muchos años un público adulto, adulto-joven también adultos mayores, pero hemos incorporado adultos-jóvenes que estaban un poco fuera de la llegada del alcance y los intereses que proponía Radio Nacional, a la hora de seleccionar su programación y creo que hemos crecido en términos cuantitativos -sin tener datos concretos- por la cantidad de interacción que hay con los oyentes y además por la calidad de la participación de los oyentes.

El oyente de Radio Nacional es un oyente que tiene una participación no sólo importante en términos de cantidad (mucha participación) sino una participación que da cuenta de sectores que tienen, interés en las cuestiones públicas, en las cuestiones colectivas, en la vida política, que se interesa por el debate político, es una audiencia calificada en esos términos.

Difícilmente nos escuche alguien que no le interese la realidad política nacional, provincial o internacional, difícilmente se quede escuchando Radio Nacional alguien que quiera escuchar sólo música o quiera escuchar solamente programas de entretenimientos.

El perfil me parece que es un oyente que se ha rejuvenecido, que está informado por otros medios también y contrasta esa información que recibe con la información que nosotros estamos brindando o con los enfoques que nosotros estamos brindando, pero que tiene un bagaje de información previa y que además tiene una vocación por sumar argumentos para el debate, es una audiencia que debate mucho con nosotros, no todos nuestros oyentes aplauden cada cosa que decimos en cada uno de los programas.

Tenemos una participación crítica de la audiencia, y eso a nosotros nos enorgullece porque la verdad es una audiencia que si vos me haces elegir a quien quiero llegar, es a esa audiencia que participa se involucra y discute que discute no sólo con nuestros contenidos y con nuestra línea sino que se nota que discute con el escenario político y social en general y que es partícipe de ese escenario”.

Aquí aparece el segundo punto desde el que nos posicionamos. La participación e interacción de la audiencia, donde ofrece la posibilidad de definir aproximadamente una o varias franjas etarias, y los intereses que son vinculados a la realidad política y social de la provincia la nación y el mundo, Espeche afirma que la audiencia es calificada en estos aspectos además de ser críticos de los programas y conceptos puestos en el aire.

Silvia Fernández también hace una apreciación sobre las características de la audiencia de RNM dice: *“Ernesto (actual director) le imprimió otra cosa a la radio mucho más política es mucho más frontal en la mirada política que tiene la radio también, hay muchos jóvenes se ha apostado a los jóvenes algunos periodistas con trayectoria pero jóvenes y otros más nuevos que han salido de la UNCuyo y le imprimen una frescura más juvenil y hoy la emisora estaría orientada hacia una audiencia más dispar en el tema generacional la puede escuchar una persona de 20 de 30 o 40 y una de 50 años”*

Marca la misma división de franja etaria pero con más precisión, aportando las edades de los oyentes entre 20 y 50 años. También agrega una característica que no había sido destacada anteriormente *“la audiencia de RNM ha estado siempre muy comprometida es una audiencia muy fiel por más que pasan los gobiernos que pasan las miradas políticas es parte identitaria, cada provincia, cada lugar Radio Nacional en donde esté”*

Después de destacar el compromiso y la fidelidad de los radioescuchas de Nacional, Silvia Fernández evalúa más precisamente la audiencia de RNM.

“Tiene particularidades muy maravillosas es muy loco, se conocen oyentes entre sí de distintos lugares del país por ejemplo, en el trasnoche de Nacional es muy llamativo como llaman oyentes de todos lados del país y se hacen amigos a través de la radio, me parece que no hay otra radio en la Argentina que genere eso el oyente de Radio Nacional, siempre, históricamente ha sido un oyente muy fiel a la radio pública muy amante de la radio por que la siente propia y si hoy hay una característica particular si hay muchos oyentes por supuesto que nos escuchan por que apoyan el proyecto nacional pero también hay muchos oyentes que no apoyan el proyecto nacional que nos escuchan y que participan también y les damos vos o sea siempre hay mensajes de texto, llamadas de personas que tal vez no están de acuerdo y salen al aire acá en la emisora cosa que no pasa en los otros medios yo he hecho el intento tanto en los foros de los diarios on line como en Nihuil o LV10 y cuando vos tenés una voz distinta a la que plantean en esos medios no te sacan no hay una voz disonante porque no te dejen participar.

Liendo a niveles generales creo que la audiencia de Radio Nacional es una audiencia muy particular que la conforma una franja etaria diversa de todas las edades también diversa de pensamiento porque, haber, de un lado del “proyecto” hay muchísima diversidad no todos pensamos igual, es un análisis cerrado.

Acá mismo en la emisora quienes trabajamos y quienes apoyamos el proyecto nacional entre nosotros hay muchísimas diferencias, coincidencias pero también muchísimas diferencias en los cortes a veces nos agarramos y nos matamos porque pensamos muy distinto sobre muchas cosas hay matices y hay diversidad y esto está representado en la audiencia de Nacional y eso mucha lealtad hacia la radio y esto para mí ha sido histórico la lealtad a la radio y ser fiel a la Radio Pública ha sido algo histórico porque la gente la siente propia.

Increíblemente la radio se escucha mucho en zonas rurales, se escucha mucho en las zonas de frontera, tenemos una repetidora en Uspallata en donde se escucha bastante, la radio tiene un CTV propio además en Uspallata, pero la Radio Pública está presente allí entonces aunque según IBOPE estamos en 4° lugar acá en Mendoza.”

Las miradas aportadas por Silvia Fernández y Ernesto Espeche más los aportes de López Vigil, son suficiente para aproximarnos a la caracterización de la audiencia de RNM, desde lugares que aparecen con un alto nivel de subjetividad, quedando para análisis más concreto de la audiencia elementos como la grilla de programación y el pasar horas escuchando la emisora para poder constatar en las intervenciones de quien participa si hay debate, diversidad, pluralidad, crítica, espacio para oposición y oficialismo etc.

CAPÍTULO 2: DISCURSO Y CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA

EVALUACIÓN DEL DISCURSO DE RADIO NACIONAL MENDOZA. UTILIZACIÓN DE FORMAS DEL DECIR.

Para lograr una evaluación del discurso que en RNM se produce, tomaremos como guía el libro de Isabel Requejo, "Lingüística Social y Autorías de la Palabra y el pensamiento". Este texto tiene la particularidad de ser un compendio de porciones lingüísticas que permiten un análisis del discurso enclavado en el norte argentino más precisamente en la provincia de Tucumán, diferente a un campo lingüístico universal que desemboca en un análisis del discurso universal, con "universal" quiero decir postulados que son tomados y analizados como si se dieran en cualquier lugar del mundo con las mismas características y parámetros.

En la búsqueda de analizar el discurso de RNM como el discurso de un medio que difunde la cultura local, es preciso entender que los signos y símbolos que el discurso propone no son iguales en cualquier lugar del mundo, y tienen una fuerte relación con la construcción del mundo que hacen las comunidades vinculadas por este discurso. Hay sin embargo algo que considero "universal", y es punto de partida para la evaluación de cualquier discurso, es lo siguiente: Toda palabra que forma parte de un discurso tiene su origen en la inmaterialidad que es el pensamiento o conciencia o inconsciencia o cualquier otro antecedente, que busca materializarse en la palabra, el signo (letra, imagen, cualquier otro), el símbolo, etc.

Reconociendo que la palabra-materialización sólo es una porción de este antecedente que sirve para compartir una construcción del mundo a la que luego se llamará realidad, verdad, existencia o cualquier otra palabra-materialización que acerque a un decodificador que acomodara este material-texto para poder comprender.

Aquí Requejo propone "*en cada genealogía individual de la palabra-pensamiento confluyen otras del presente y del pasado*" (lingüística Social y autorías de la palabra y el pensamiento pág. 12). Lo que nos hace preguntar por ¿cómo se construyen las redes de significado a través de las cuales comprendemos o interpretamos un mensaje? Sólo lo tomaremos para reflexionar sobre esta posición, no ahondaremos porque estaríamos desviándonos del tema que ahora nos convoca.

Este análisis no deja de ser muy importante porque es el campo de estudio de la comunicación, a diferencia de la lingüística, la pragmática, la semiótica u otros campos de la ciencia a partir de los cuales se desarrollan los conocimientos (por lo menos en la FCPyS de la UNCuyo) para la carrera de Comunicación Social.

Acotando esta carrera a los medios de comunicación masiva y a la comunicación que por determinadas características es llamada institucional.

Aquí decimos que **la comunicación tomará como campo de estudio el área en la cual el productor de un mensaje pone en juego una porción de su antecedente, y uno o varios decodificadores son capaces de utilizar parte de esa porción para la construcción de su medio.**

Frente a esta situación de saber que hay una porción (no algo completo) en cada materialización que permite la decodificación y posterior construcción, a lo que se le dará un valor de verdad, que permita la definición del espacio compartido y en qué condiciones se encuentra cada uno (lucha, armonía, con diferencia de raza o posición social, etc.).

Con respecto a esta propuesta –expuesta anteriormente- que tomo como respuesta a la pregunta ¿Cuál es el campo de estudio de la ciencia de la comunicación?, es bueno el aporte que hace Friedrich Nietzsche en su libro “Voluntad de Poder” (pág. 343) *“la verdad es el error, sin el que no puede vivir ningún ser viviente de determinada especie. El valor para vivir es lo que decide en último término”*

Partiendo de este postulado y definiendo a la verdad como un elemento que nos permitirá ejercer el poder de quien la tenga sobre aquel a quien no le sea reconocida, podremos analizar más precisamente el discurso de RNM, caracterizándolo y poniéndolo en foco para concluir cuál es su aporte a una cultura local.

El discurso, lo analizaremos fundamentalmente en su aspecto radiofónico, esto quiere decir que el foco principal estará centrado en lo auditivo, pero no descartaremos la producción de textos destinados a ser puestos en el aire, ni la selección de voces invitadas y entrevistadas.

La caracterización de este discurso, estará dada por las formas del decir, aquí se debate sobre una forma llamada “neutra” que supone la llegada del texto a una cantidad de decodificadores que están en condiciones de procesar el mensaje de mejor manera por no tener características distintas de un discurso hegemónico desde el sonido y la articulación idiomática.

La utilización de sonidos que puedan ayudar en el mensaje, para imprimirle humor, suspenso, relajo etc.

El acompañamiento de la música, tanto cuando ésta es en vivo o reproducida de algún archivo en particular.

Los silencios y el manejo de éstos en los distintos programas que evaluaremos, sabiendo que este recurso es más evidente (como muchos otros recursos que escapan a la línea editorial) dependiendo de la habilidad de quien lo utiliza.

Con respecto a este abordaje el lingüista Noam Chomsky (citado por Requejo) habla de una *“ingeniería del consenso”* en cuanto a lo que se dice y cómo se dice, *“Es decir nuestra disciplina puede contribuir –sin que muchas veces tengamos conciencia de ello a elaborar una costosa manufactura”, “Otras de sus metas –no siempre posible de debatir- tal vez sea la de depurar los dialectos sociales “in-cultos” a fin de lograr el ideal “estándar-a clasista”. Un español neutro, puro, sin barbarismos ni historias populacheras, con el que sueñan desde siempre los conquistadores, para liberarnos por fin de tales impurezas”* (Lingüística social y autorías de la palabra pág. 25).

En este espacio de análisis, tomamos las voces de quienes salen al aire, periodistas, locutores, entrevistados y la diferencia aparece instantáneamente, las voces de los entrevistados sean políticos, artistas o el señor del barrio que se quedó sin agua, son más sinceras y con particularidades que permiten ubicar su sonoridad fuera del “tono neutro”, su aparición es esporádica, a veces por única vez, y no hay intención de falsear el tono, aunque muchas veces personas que no reconocen en su tono de voz o manera de decir un valor social, prefieren callar, esto no aparece en la radio pero es una realidad difícil de percibir para el oyente, ya que lo que sale al aire es el producto terminado y no las dificultades que puede haber tenido el periodista para conseguir alguien que quiera expresarse verbalmente sobre algún tema.

En el tono de voz de los periodistas, locutores y conductores de programas el tono es claramente más falso, se acomoda a un “tono neutro”, básicamente si conversamos con estas personas fuera de su lugar de trabajo tienen un tono de voz muy distinto al que se les oye en la radio mientras hacen los productos destinados a ponerse en el aire.

En el tiempo que la radio tiene productos en el aire (24 hs. por día) como ya vimos en el capítulo 1 hay programas de Bs. As. y de Mendoza. En los de Bs. As. la voz también es un poco alejada de la tradicional tonada porteña, en algunos más en otros menos, pero es una constante que los periodistas conductores y locutores que se escuchan por RNM responden a este “tono neutro” en los programas de Mendoza es también el esfuerzo por acomodar la voz para lograr el tono “correcto” es muy notorio. Este proceso de eliminar “vicios” como hacer la “rr” más larga o aspirar las “s” o eliminar la muletilla que se pueda haber adquirido en el hogar o el barrio por ej. “guon” o “bolu” determinando qué palabras son “buenas” o “malas” son un elemento imprescindible de sopesar a la hora de determinar a RNM como un medio difusor de la cultura local.

Esta utilización de las formas del decir pone a una minoría, constituida por los periodistas, conductores y locutores en un lugar de poder, al ser ellos los que establecen el tono en el que deben circular los mensajes, dándole un reconocimiento social y por ende autoridad, a esta manera de decir con un tono al que todos deben reconocer como el correcto.

Infinidad de veces charlando con compañeros de carrera de Comunicación Social, ha surgido el comentario “está en la radio y ni siquiera sabe hablar”, ni qué decir de ámbitos menos académicos en donde es despreciado tal o cual tono de voz, inclusive para tomarlo socarronamente cuando a través de la imitación de un tono de voz se hace referencia al que no ha ido a la escuela o a la universidad, o al que utiliza alguna jerga particular del barrio “x”.

La diferenciación en los tonos de voz es altamente discriminatoria. La voz es uno de los medios más poderosos de expresión que tiene la especie humana, es la posibilidad de transmitir que queremos o necesitamos, como nos sentimos de dónde venimos y hacia dónde queremos ir, por eso no es casualidad que se intente desde los lugares de poder instalar a una minoría que pueda hacer uso de la voz, mientras las grandes mayorías aprenden que deben callar hasta aprender “como se habla”.

Es una situación un tanto tensa la que se plantea pero creo que es necesario discutirla o al menos tenerla en cuenta, si pensamos a la comunicación como un derecho humano, pertinente a cada miembro de la especie. Sobre todo pensando a la comunicación como una herramienta de liberación de los condicionamientos internos y externos de las personas.

CONSTRUCCIÓN SIMBÓLICA

Este campo que trataremos ahora es importante porque es el resultado que busca el medio productor del mensaje (en este caso RNM) en sus decodificadores. Un medio de comunicación no es inocente en su funcionamiento y aunque no puede controlar el total de lo que se produce, hace el intento mediante una línea editorial que es sostenida por las personas (no todas, siempre hay alguna o algunas que escapan a las direcciones o controles) que actúan en el medio.

El caso de RNM no es distinto de otros medios de comunicación en este aspecto, por eso la construcción simbólica está en el centro del debate si vamos a evaluarlo -como efectivamente es la intención en este trabajo- en su rol de difusor de la cultura local.

Isabel Requejo y su Lingüística Social y Autorías de la Palabra y el Pensamiento (pág. 30 y 31) muestran algunos descubrimientos en decodificadores pequeños (niños) en una génesis y desarrollo de la “lingüística social”, analizando y estudiando estos orígenes del lenguaje ofrece algunas conclusiones que pueden ser tomadas en cuenta para analizar la construcción simbólica de RNM que ahora nos ocupa. Son varias pero tomaré solo cinco que son las más pertinentes para este análisis y son las siguientes:

“Desde su praxis comunicativa y vital, y desde sus procesos de autoría y transformación de la palabra-pensamiento de la sociedad en la que viven, los niños naturalizan a la vez que cuestionan y transforman aspectos de las representaciones, signos e ideas previas de la humanidad; es decir no sólo “copian” las memorias histórico culturales ni las ideas que coexisten en ese presente”

La construcción simbólica es independiente de lo que la sociedad propone, aunque se naturaliza algunas cosas, siempre hay un cuestionamiento y una autoría transformadora y cuestionadora, que produce cambios generando que la cultura permanezca en un constante movimiento.

“Si bien la autoría de la palabra es una conquista progresiva y permanente que requiere de identificaciones positivas con la cultura y el lenguaje-pensamiento de los orígenes, a la vez necesita para su desarrollo y transformación de viejos y nuevos “mundos posibles” o imposibles”

Es necesario entender que lo imposible no existe (referido a la construcción simbólica), siempre hay nuevas formas de expresión que deben ser admitidas y valoradas, de otra manera se obstaculiza su realización. Ejemplo si decimos que no es posible vivir en un sistema distinto del capitalismo, esto nunca sucederá. En cambio si pensamos y aceptamos que el capitalismo es injusto y que podemos construir un sistema mejor no tardará en aparecer el nuevo sistema.

“Determinadas matrices y estereotipos ideológicos, sistemas de interpretación, transmisión y representación de la realidad que son hegemónicos en el orden social vigente pueden naturalizarse desde temprana edad, dado el impacto subjetivo e ideológico que posee tanto la transmisión audio-visual como la comunicación inter e intrageneracional durante la primera infancia”.

Por ejemplo “el que no trabaja es porque no quiere”, o usar el color “negro” como descalificativo, el rol de la mujer en la sociedad.

“Al interior de los grupos familiares, institucionales o comunitarios, coexisten situaciones, experiencias y procesos de adaptación pasiva a lo hegemónico, junto a otros de resistencia y de lucha no sólo discursiva”.

Este aspecto hace referencia a nuestra posición, pasiva y de adaptación a lo hegemónico o de resistencia y lucha.

“La toma de conciencia y el ejercicio activo, protagónico de ese derecho a desarrollar una autoría consciente del pensamiento y de la vida puede entrar en contradicción en el sistema educativo, cuando los procesos de lectura escritura naturalizan una competencia lingüística ad hoc, o cuando se acepta acríticamente el cambio de variedad lingüística que termina por valorizar una sola de tales “variedades”. Por lo general no es la que el niño utiliza en su vida cotidiana”.

El tomar una posición de lucha y resistencia entra en contradicción con el sistema educativo, supone cuestionarlo y actuar en consecuencia, el sistema no permite el avance de quien lo cuestiona, mientras se naturalizan términos acríticamente que valorizan una sola forma de hablar o decir, por ejemplo términos como Facebook, CD (sidi), shopping etc.

Si bien estos aportes provienen de la lingüística social y además se aplican a niños, son un buen sostén, al momento de analizar la construcción simbólica promovida por RNM.

Como medio masivo de comunicación enclavado en la sociedad mendocina, difundiendo y construyendo la cultura y realidad que vive dicha comunidad RNM permite por lo menos recorrer y cuestionar algunos puntos destacados por Requejo por ejemplo “procesos de autoría y transformación de la palabra-pensamiento”, “la autoría de la palabra es una conquista progresiva y permanente que requiere identificaciones positivas con la cultura y el lenguaje-pensamiento de los orígenes”. “procesos de adaptación pasiva a lo hegemónico junto a otros de resistencia y lucha”. “Valorizar una sola variedad lingüística que por lo general no es la que usa el decodificador”.

Observamos algunos temas que son sensibles a la sociedad y que tienen una fuerte presencia en el discurso que pone en el aire RNM. Política, deporte, música (con sus limitaciones) literatura y pauta publicitarias son los principales temas sobre los cuales se desarrolla la construcción simbólica de RNM.

Nos encontramos así con la mayoría de los programas de la grilla que tienen eje en la política mientras que son menos los programas de deportes en los que incluiré la transmisión de partidos de fútbol, en su mayoría, y algún otro evento deportivo como puede ser un partido de básquet, hockey o casi siempre cuando juegan equipos de selección.

En lo que respecta a música, a la que acompaña cotidianamente cada uno de los espacios que llenan el aire de transmisión, se suman algunos programas en los que hay músicos en vivo, estos se ubican una vez por semana.

En este tema se encuentran limitaciones, por esta razón, sólo una vez en la semana están en la grilla y los géneros musicales que se exponen son folclore y rock, con sus diferencias porque mientras el programa de folclore es temático y se invitan a personajes relacionados con el tema, se reciben llamados de la audiencia, con un conductor que regula los tiempos, en el de rock el movimiento del programa es distinto, el ritmo (valga el término) está dado por un grupo que toca en el auditorio de la radio y el conductor del programa queda atado a ese ritmo.

En la literatura sucede algo parecido ya que hay un programa semanal en el que el conductor lleva el programa que ocasionalmente tiene algún invitado o se entrevista algún escritor vía telefónica.

Podemos analizar la construcción simbólica de RNM partiendo de estos cuatro grandes temas, si bien hay invitados o entrevistados que pueden pertenecer o enmarcarse en algún otro rubro, la construcción simbólica es mayoritaria en los ámbitos antes determinados.

Puede discutirse este recurso que pongo en práctica aquí, pero es muy necesario para tratar de hacer más comprensible cómo funciona en los oyentes lo que la radio pone a disposición, visto como un todo en el que se incluye también la publicidad, que existe entre programas y bloques de los propios programas.

La construcción simbólica produce en el oyente una serie de valoraciones que son parte de su opinión en el desenvolvimiento cotidiano, también forma parte de los temas que tratará con sus interlocutores más frecuentes, familia amigos miembros de alguna reunión en la que no todos son conocidos, etc.

Cada oyente entonces tendrá una posición política, un deportista o equipo preferido, un tema de conversación o cualquier otra visualización de la realidad, partiendo de la influencia del medio de difusión, las argumentaciones, creencias, confianzas o desconfianzas.

Inclusive gustos, roles, evaluaciones de la propia situación y realidad, valores, o libertades están movilizadas por esta construcción simbólica.

Haciendo estas consideraciones se entiende la importancia de controlar un medio de difusión que pueda aportar una mirada frente a lo que pueda aparecer como realidad.

De estas posiciones y construcciones dependerán los reclamos, las peleas, los acuerdos y el posicionamiento en cualquier esquema de poder.

La mayor influencia en la construcción simbólica de RNM está en el campo de la política. Esta afirmación se apoya en los llamados que hacen los oyentes a la radio, en los cuales ponen en evidencia sus valoraciones, por lo general coinciden y apoyan a lo propuesto por la radio, son muy pocos los mensajes disidentes con la posición del medio, y hacen referencia a alguna medida o personaje de la política.

La construcción simbólica de RNM nos entrega en este campo conceptos cargados en palabras como OPOSICIÓN, OFICIALISMO, PROYECTO NACIONAL Y POPULAR, LA DERECHA, ULTRA IZQUIERDA, GRUPO CLARIN, PATRIOTA, LA PATRIA GRANDE, DERECHOS HUMANOS, etcétera, hay mas términos pero estos son los más recurrentes y algunos de los que faltan están relacionados con estos y podemos incluirlos en el mismo campo de construcción simbólica por ejemplo “genocida” está vinculado a “derechos humanos”.

Me refiero a construcción simbólica porque, lo que el oyente construye en su conocimiento, es algo distinto de la mera palabra que escucha, OPOSICIÓN es más que lo opuesto, aquí representa al espectro político que discute o aparentemente tiene un proyecto distinto al que propone el OFICIALISMO, en donde los primeros representan a quienes defienden sus propios intereses, un grupo de desorientados que no entienden al más humilde, que defiende a las corporaciones mas concentradas y condena cualquier intento de justicia social, y aparece como un combinado sin diferencias entre sí, como si fueran una liga de ampones ,a la que solo puede detener el PROYECTO NACIONAL Y POPULAR, representado por el OFICIALISMO, en el que hay algunas falencias, que siempre están en vías de solución pero, no han podido concretarse por poderes malignos que buscan entorpecer el avance de los buenos.

Otro tanto queda para el término LA DERECHA en donde simbólicamente RNM pone a personajes que en determinado momento cuestionan y en muchos casos ponen en evidencia algún signo de corrupción, mentira, falencia o incompetencia que pueda tener el gobierno y sobre todo el “proyecto nacional y popular”

En la derecha están personajes como Jorge Lanata, Mauricio Macri, Elisa Carrió, ahora asociada a Pino Solanas, Hugo Moyano, Jorge Massa, estos en Bs. As. (nivel nacional) ,en la provincia la derecha está representada por el PD (Partido Demócrata), Julio Cobos, y diario Los Andes.

No entran en LA DERECHA personajes como Amado Boudou (vicepresidente), Ricardo Echegaray (titular de la AFIP muy cuestionado), Guillermo Moreno (secretario de comercio interior muy cuestionado por diversas medidas y definido en varias ocasiones por RNM como un patriota), Daniel Scioli (político aliado al gobierno venido de las clases acomodadas), Hugo Yasqui (dirigente gremial que apoya al gobierno), en el ámbito nacional.

En Mendoza no están en la derecha personajes como Alejandro Abraham, Francisco Pérez, Carlos Ciurca (quien asistió al almuerzo “solidario” que ofrece el cuestionado empresario Daniel Vila para la vendimia) y la lista podría continuar pero es suficiente con estas referencias, para determinar que quienes no están en el campo de LA DERECHA son los del campo NACIONAL Y POPULAR y no entran en la ULTRA IZQUIERDA, a la que se construye simbólicamente, como un sector lleno de idealistas sin vocación de poder que se pelean entre ellos y no son capaces de constituirse como opción de gobierno.

Por eso el Gobierno aunque falta mucho por hacer es la única opción viable hoy por hoy en la Argentina.

Estas definiciones proponen desde la construcción simbólica dos grandes bandos donde todo el que no está con el gobierno agachando la cabeza y sin cuestionar nada, está contra él y representa un obstáculo para todo lo bueno que le puede pasar al país.

Es muy frecuente en RNM hablar de gente que se opone a alguna política oficialista como de “golpistas” palabra con una poderosa carga simbólica, ya que en el recorrido histórico de la política argentina los golpes han sido la herramienta utilizadas por las clases dominantes para imponer por la fuerza normas ideas y destinos del país, siempre que algún déspota con el apoyo de sectores poderosos interpretó que era necesario, siempre los golpes eran ejecutados por las fuerzas armadas, (hoy se analiza la participación de los civiles que fueron parte de la última dictadura).

Desde mi análisis personal, la sociedad de hoy no permitiría un nuevo golpe al estilo de los que se han registrado históricamente, ni el ejército está en condiciones para llevarlo a cabo, además no hay consideraciones desde ningún ámbito social, partidos políticos, prensa, intelectuales, sindicalistas, iglesias o fuerzas armadas que vean posible algún cambio de gobierno que no sea por la vía democrática.

Prueba de ello son treinta años de elecciones ininterrumpidas (el periodo más largo en la historia Argentina democrática ,1912 a la fecha). Aún en los momentos en que los cambios de gobierno debieron anticiparse (1989 y 2001) con una fuerte movilización social, las salidas fueron por vía de elecciones.

En conclusión las clases dominantes hoy no necesitan un “golpe” de ningún tipo, con un gobierno que no plantea ninguna alteración de lo establecido (no se plantea un avance de la clase castigada por sobre la dominante), solamente propone el viejo refrán “cambiar algo para que nada cambie”.

Con unas fuerzas armadas carentes de protagonismo, incluso sin servicio militar obligatorio que vehiculice un concepto castrense de la vida, y con un sector de partidos de izquierda que han dejado lejos cualquier intento de revolución armada, para proponerse como opciones políticas democráticas (respetando las condiciones de juego instauradas por la clase dominante).

Pero este es otro tema, lo que aporta esta reflexión en este caso es que la palabra “golpista” es más un insulto, esputado con liviandad y sin ninguna responsabilidad, por parte de RNM, que un verdadero peligro de golpe de estado.

RNM hace un fuerte aporte en lo que se refiere a integración latinoamericana y derechos humanos, focalizando este último tema en los represores de la última dictadura, los desaparecidos y castigados, que ésta etapa de la historia Argentina dejó, prueba de ésta observación es una frase que repiten varios oyentes cuando llaman, participan con una opinión, y al final se despiden diciendo “viva Evo, viva Ebe, viva Eva” dejando en claro cuál es la construcción simbólica que logra la radio en una frase que resalta lo latinoamericano, el triunfo de las madres agraviadas por los genocidas de la dictadura de 1976 a 1983, y el peronismo “popular”.

Podemos observar que la construcción simbólica de RNM en los distintos campos analizados (político, deportivo, musical y literario) tiene una preponderancia de lo nacional por sobre lo local ni hablar de lo que puede suceder en departamentos de la provincia.

La cultura local queda en un plano inferior con respecto a lo que acontece en Bs. As., con una mirada de lo latinoamericano producida también en Bs. As., con el foco deportivo puesto mayormente en el fútbol, en especial en el que involucran a los equipos con mayor difusión y márketing del país.

En el programa de deportes que se emite de lunes a viernes, hay un intento apocado de poner al deporte local como protagonista, pero sigue siendo un repaso de lo que publican los diarios, o las páginas de algunas instituciones como la “Liga Mendocina de Fútbol”.

Sólo en el tema de derechos humanos, hay una presencia más local y siempre referida a los actores de la última dictadura, sin hacer un relevamiento profundo de la actualidad de los derechos humanos referidos por ejemplo, a la prisión, el trabajo, la vivienda, criminalización de la protesta y la pobreza.

Los referentes en relación a los temas analizados terminan siendo los de Buenos Aires.

En los distintos programas del aire de RNM se comentan y discuten los, dichos y vicisitudes trascendidas en la capital o provincia de Bs. As., los lunes aparecen las cargadas entre periodistas de la radio en donde también se incluye la audiencia, por si ganó Boca o River claramente la mirada esta puesta en Buenos Aires.

Si a esto sumamos que la radio no transmitió ni un partido de Godoy Cruz o Independiente Rivadavia (dos equipos mendocinos jugando en las categorías principales del fútbol argentino), salvo cuando jugaron con alguno de los habituales equipos llamados grandes de Buenos Aires.

Los aspectos culturales locales quedan muy relegados, inclusive los que hacen a fiestas como “Vendimia”, que tiene muchas ediciones departamentales que no tienen lugar en la grilla de RNM.

La radio termina siendo un medio de difusión cuyos productos distan bastante de priorizar la cultura local.

Más bien la prioridad está en mantener, en un importante espacio del aire mendocino, el temario que el Gobierno Nacional promueve.

Analizar este aspecto corresponderá al abordaje de lo que llamaremos “tematización de la realidad”.

TEMATIZACIÓN DE LA REALIDAD

Aquí pondré en consideración cuáles son los temas principales que en el transcurso del tiempo se difunden en RNM.

Estos temas conforman una realidad sobre la cual el oyente termina reflexionando y opinando, además está decir que los temas que se tratan no son inocentes y responden al interés de quien conduce o administra el medio de comunicación.

Haré un esfuerzo por extender este análisis más allá de un repaso por los temas que se tratan en forma superficial, este esfuerzo pretende reconocer cuál es la función del comunicador social como profesional (que profesa con su accionar), en un medio público, en este caso RNM, cuáles son sus condicionantes, tanto de preparación académica como de realidad laboral, ideológicos económicos, etc.

¿De qué temas se ocupa RNM desde su postura editorial?

Sería a grandes rasgos, una integración de los pueblos latinoamericanos en sus aspectos históricos, culturales, sociales, económicos y regionales.

De los derechos humanos, su difusión cumplimiento y defensa.

De la comunicación como un derecho humano al que cualquier ser de la especie debe tener acceso.

A construir una pluralidad de voces (diversas miradas sobre un mismo tema).

A decir de Ernesto Espeche, director de RNM, el discurso de la radio es *“respetuoso de las diferencias y amplio, que justamente hace desde allí su punto más fuerte. Entendemos que hay que hacer visibles las diferencias que es el discurso más radicalmente opuesto al discurso hegemónico, el de las corporaciones.”*

El director de la radio, propone que el discurso de RNM estaría en las antípodas de un discurso hegemónico y corporativo.

Para evaluar este estado del análisis discursivo (hegemonía o contra-hegemonía) la mirada de Heinz Dieterich me servirá de apoyatura, él plantea una crisis de la intelectualidad respecto a las ciencias sociales en la cual está enmarcada la comunicación social (punto desde el cual partimos para construir esta tesina)

Esta crisis se hace visible en el comportamiento de los académicos dedicados a estas ciencias, su protagonismo y el provecho de sus avances, en un mundo donde la realidad social, además de compleja, aparece injusta desfinanciada y olvidada.

Dieterich, escribe (Crisis de los intelectuales pág. 9, editorial 21). *“Podemos hablar de un colapso de la Intelligentsia global frente a los grandes problemas de la humanidad y de las mayorías. Ese colapso es doble: moral y científico, y es el resultado de un proceso de domesticación y conversión de una intelectualidad crítica e independiente en una intelectualidad cortesana, que encuentra su razón de ser básicamente en el servicio a intereses de dominación de las elites en el poder, para ser más preciso: sirve como caja de proyección de esos intereses, buscando las formas mediáticas más adecuadas y funcionales para su imposición.”*

Un sector hegemónico puede tener su adversario, lo que no quiere decir que sea un poder “contra-hegemónico”, o liberador.

Si las mayorías no obtienen una mejora, este discurso termina siendo una pelea entre dos poderes por aumentar su nivel de hegemonía.

Para analizar el funcionamiento de un medio “público-estatal” (luego discurriré sobre este término y su controversia), es necesario determinar si su razón de ser tiene independencia o no de los intereses hegemónicos, a favor de la mayoría.

Cuando Ernesto Espeche plantea que el discurso RNM es respetuoso de las diferencias y además es lo más opuesto al discurso hegemónico de las corporaciones, no termina diciendo que no es funcional a los intereses de otro sector hegemónico, que es el que gobierna en este momento y el que administra el estado.

Se hace difícil aceptar que hay respeto por las diferencias o que hay una oposición a las corporaciones, si no determinamos la funcionalidad de este discurso.

¿Qué diferencias pueden existir si sólo se consideran dos sectores en puja, y se desconoce el silenciamiento de los que no pertenecen a uno u otro lado?

El plantear la hegemonía o no hegemonía provoca una construcción simbólica de que los buenos están peleando contra los malos, que se debe tomar parte de uno de los dos bandos.

Es muy discutible el respeto a la diversidad cuando lo que se escucha en la radio son nada más que dos posiciones, en la mayoría del tiempo que la radio emite, en contadas excepciones queda un resquicio para alguna opinión independiente de los polos planteados, y por lo general aparecen cuando este discurso -aunque no se comparta con el propio- sirve para hacer mella en el discurso al que se enfrenta (el de los malos).

Por ejemplo, un estudiante de la Ciudad de Bs. As., que no comparte y cuestiona el proyecto nacional y popular, pero que ha tomado el colegio y eleva su justo reclamo al Gobierno de la Ciudad, opuesto políticamente con el Gobierno Nacional.

También es muy discutible la hegemonía por que para los sectores que no tienen donde difundir sus ideas como por ejemplo ambientalistas, partidos de Izquierda en general, sectores gremiales que no acompañan a uno u otro polo, poblaciones alejadas de los centros urbanos (detentadores de los recursos y la construcción mediática de la realidad), ven a cualquiera de los dos sectores en lucha como hegemónicos ya que cualquiera de estos dos poderes, puede hacer lo que los demás no pueden, difundir lo que piensan y lo que hacen, justificándolo y defendiéndolo como si fuera lo único de lo que debemos preocuparnos.

Dieterich propone con dureza, (*La Crisis De Los Intelectuales pág. 10) *“Entre las causas generales del sometimiento ideológico de la clase intelectual global pueden distinguirse las siguientes: a) Su privilegiado acceso a las formas de poder, como las monetarias, mediáticas o de influencia. b) su relativa separación de las condiciones reales de vida de las mayorías c) Su asimilación de los sistemas de valores de las elites dominantes d) Las dinámicas inherentes a la deformación profesional particularmente la insistencia en el trabajo compartimentado de la organización científica monodisciplinaria del siglo XIX y el rechazo al trabajo interdisciplinario con los investigadores de las ciencias naturales e) La ausencia de un paradigma político epistemológico profundo de investigación que justifique, inspire y oriente el quehacer cotidiano de las Ciencias Sociales”.*

Si bien este análisis corresponde a los intelectuales formadores y formados, profesores y alumnos de la Academia de las Ciencias Sociales sirve para alumbrar algunos de los comportamientos de los integrantes de RNM ya que provienen de la academia.

El director de RNM, quien fuera director de la carrera de Comunicación Social en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNCuyo en el periodo anterior al actual, y varios estudiantes recién recibidos o a punto de terminar sus estudios de la misma carrera.

Estas consideraciones pueden aportar a la explicación de algunos condicionantes para los trabajadores de la radio o el ¿por qué? del rechazo a cualquier tema que pueda poner en evidencia algunos comportamientos reñidos con lo nacional y lo popular, que pueda aparecer por algún otro lado.

Por ejemplo, la no discusión a conciencia de las operaciones de la industria minera en la provincia, el tratamiento por encima de la explotación petrolera en conjunto con Chevron (empresa expulsada y enjuiciada por contaminación en Ecuador). La sojización del campo argentino, que cada vez es menos argentino para pertenecer a un grupo reducido de personas que se quedan con la tierra (concentración más grande todavía que la mediática).

Los problemas del trabajo, la vivienda, señalados anteriormente, no tienen espacio o si lo tienen no son ubicados como una problemática, sino como una deuda pendiente que en algún momento se saldrá.

Se observa además en RNM la preocupación por hacer lugar a la intelectualidad que construye defiende y teoriza al modelo nacional y popular, prueba de esto es el espacio que tienen personajes de la academia como Victor Ego Ducrot (docente de la UNLP), Roberto Follari (docente de la UNCuyo facultad de Ciencias Políticas) el espacio de "Carta Abierta" (grupo de intelectuales a nivel nacional con una dependencia local) destinado a defender el modelo nacional y popular, La presencia de Ricardo Forster, (filósofo mediático del proyecto nacional y popular) que discute temas como el proletariado, los medios de producción, un capitalismo serio, y las pocas posibilidades de construir poder popular por fuera del modelo que defiende.

En contrapartida en RNM no tienen aire, por tanto no tienen voz, intelectuales que puedan dar respuesta a lo que estos sectores proponen. No hay un opuesto a "Carta Abierta" o algún intelectual que confronte lo propuesto por los intelectuales citados, con el mismo espacio de tiempo, o por lo menos un pequeño espacio, que permita una verdadera pluralidad.

La explicación que podría justificar esta ausencia puede ser que no existe un grupo que se junte a pensar sobre la política, filosofía y realidad social, como "Carta Abierta" o no existen intelectuales académicos que piensen distinto a los del modelo nacional y popular. Puede ser que no existan; pero yo me inclino a pensar sin miedo a equivocarme, que lejos de su inexistencia lo que sucede es que no tienen espacio en RNM, porque tal vez la pluralidad mejor constituida, representa algún peligro, que los sectores hegemónicos (en este caso el gobierno) no están dispuestos a correr.

Este escenario hace lugar a otra observación de Heinz Dieterich (*ídem anterior pág. 11) haciendo referencia a los intelectuales de las ciencias sociales y el poco peso que estas tienen en el mundo actual: *"Despreciadas por los representantes de las "ciencias duras" o "exactas" desconocidas por las mayorías sociales y minimizadas por las élites empresariales y políticas, las ciencias sociales son toleradas, nadie sabe bien qué hacer con ellas. No encajan ya en un mundo de capital globalizado una existencia marginal en los confines de la civilización moderna es por ende el lugar lógico que el sistema les ha reservado. Una manera de compensar dicha situación consiste en compensarla mediante una actitud sumisa ante las doctrinas y técnicas de dominación oficiales. Se establece un tratado de caballeros sui generis: mientras el régimen garantiza los privilegios de los intelectuales académicos estos se abstienen de generar teorías críticas y formar alumnos críticos que podrían perturbar el status quo. Aceptan una existencia de banalidad mientras el régimen acepte la ficción de que se realiza ciencia social en la academia".*

Aplicado a nuestro análisis de tematización de la realidad, ésta observación ubica el accionar de RNM, dirigido a que cualquier tipo de crítica o cuestionamiento sea carente de valor o venido de un sector de la intelectualidad irrelevante, puesto que no tienen presencia ni voz.

Por otro lado aparecen los que “manteniendo una actitud sumisa ante las doctrinas y técnicas de dominación oficiales”, y conservando sus privilegios (ser escuchados o por lo menos salir al aire) se abstienen de generar programación crítica y de convocar a periodistas o comunicadores críticos que podrían poner en evidencia una realidad distinta de la que quiere implementar un sector de poder en este caso el gobierno. “Acepta una existencia de banalidad” mientras se acepta la ficción de que hay pluralidad de voces y diversidad de posiciones políticas.

Esta observación que acabo de presentar está íntimamente relacionada con un nuevo concepto periodístico, aparecido en la academia para poder definir este comportamiento, nada crítico y de alineamiento llano, que por ser todavía muy nuevo, no hay observaciones precisas sobre su contenido funcionamiento y aplicabilidad, por lo menos para mí, inclusive es un concepto tan nuevo, que en el tiempo en el que yo curse la cátedra de “periodismo” a cargo del doctor Ernesto Espeche, este tema no existía ni entraba en consideración o discusión; “periodismo militante”.

Este concepto que mezcla el termino –periodismo- que hace lugar al oficio y –militante- referido a la acción de trabajar (en forma gratuita como garantía de militante, distinto de mercenario) en pos de una idea o proyecto social o más de uno, parece imprimir una posible solución a la vieja discusión sobre “la objetividad” del periodismo y de los medios de comunicación masiva como RNM.

PERIODISMO MILITANTE

De alguna manera estaría justificado el trabajo de un periodista aunque se le tildara de poco crítico o alineado con tal o cual discurso. Tomar partido por alguna idea en especial y trabajar en función de ella y sus partidarios sería el significado de este concepto y la prueba de que “la objetividad no existe”.

Si bien es cierto que la academia parece haber superado la idea de la objetividad, idea que no presenta argumentos que la puedan sostener, pone a la función del periodista éticamente a salvo, cuando éste hace un consiente ajustado y pertinente uso de las fuentes en las que se apoya para construir la noticia, el tema de la militancia abre un nuevo ámbito de análisis. ¿Cómo se evalúa el posicionamiento de un profesional, sin que esto afecte la excelencia de esta profesión y si en realidad es necesaria, esta excelencia -más que un posicionamiento militante- ,o si los dos son posibles.

Daniel Badano (periodista de RNM) en una corta entrevista que le hice declara que: *“el término periodismo militante es un término incompleto es como si yo te digo ¿quieres una empanada? Si pero rellena de que esa empanada. Porque ¿militante de qué? porque yo levanto la mano y digo soy periodista militante y dicen ¡A que fenómeno! porque se sobreentiende hoy por hoy que podría ser militante del proyecto nacional y popular o los derechos humanos.*

Ahora yo puedo ser militante de una idea digamos fascista, en ese sentido, yo tengo que aclarar mis términos, en tanto se aclare esa militancia y uno esté de acuerdo con esa ideología, yo respeto y me parece fabuloso, hay gente que cree que aquel concepto de oxímoros de Borges hielo–caliente, hay gente que cree que el periodismo militante es un oxímoros dice ¿cómo el periodismo que tiene que ser el garante de la objetividad si es que existe la objetividad no puede tener una matriz ya de subjetividad?

Bueno el periodismo y las ciencias de la comunicación son tan fantásticos que dan para un profundo debate, en principio te digo respeto el periodismo militante absolutamente, yo como periodista no tengo una idea militante propiamente dicha, vengo si se quiere para hacer periodismo-periodismo sin militancia-. Por supuesto que apoyo todo lo que tenga que ver con el contenido de las políticas a nivel nacional hoy por hoy.

Bueno, si he sido periodista militante, por el medio ambiente por ejemplo, hemos hecho aquí programas que han abierto la cabeza en torno a la mega-minería metalífera y han premiado a RNM por estos programas.

En ese sentido en ese momento ejercí una tarea de periodismo militante. Para redondear el concepto, es un concepto incompleto y por supuesto muy respetable, en el caso de que la ideología de ese periodista militante sea una ideología que concuerde con la ideología mía.”

Lo curioso es que los periodistas militantes aparecen más en los medios estatales que en algún otro ya sean privados, de los llamados alternativos o para hacer mención del los tres espectros de distribución de licencias para medios electrónicos, asociaciones sin fines de lucro.

El concepto de periodismo militante no se ha extendido todavía a otros ámbitos fuera de los medios públicos, es decir en otros medios los protagonistas no se reconocen periodistas militantes o protagonistas de una militancia particular.

En RNM el término militancia parece cobrar un importante sentido, la audiencia en mensajes agradece por la militancia de los compañeros que hacen tal o cual programa. Los protagonistas de los programas se reconocen militantes y hacen referencia a su compromiso con el modelo. El término militante encuentra en RNM su ambiente natural de desempeño, por lo tanto la posibilidad de relevarlo y analizarlo es concreta.

Buscando en internet el buscador propone como primera opción una editorial de “Agencia Paco Urondo Periodismo militante”, titulada “Qué es el periodismo militante” que ahora reproduzco:

La sociedad argentina se encuentra en un fuerte proceso de debate sobre qué tipo de comunicación desea para los próximos años. En este marco, nos convoca los diversos usos de la frase “periodismo militante”. Proponemos una definición.

1. El periodismo militante es periodismo, es decir, su materia prima son las noticias. La verdad es siempre relativa pero su relatividad no significa igualarla a la mentira.

2. *El periodismo militante es militante, es decir, busca construir poder para incidir sobre la realidad.*

3. *La acumulación de poder no es para empoderar la herramienta en sí misma, sino que su destinatario último es el campo popular.*

4. *La militancia popular, en América Latina, tiene una tradición orgánica. El periodismo militante discute, decide su línea editorial y la lleva adelante de modo colectivo y organizado políticamente.*

5. *Campo popular son aquellos sectores del Pueblo explotados por la patronal. El periodismo militante no es una empresa ni trabaja para ella.*

6. *El periodismo militante busca articular el conflicto social – es decir, los actos de resistencia del campo popular contra las patronales - en el marco organizativo que el campo popular se da; en esta etapa, el kirchnerismo.*

Hasta donde conocemos, ninguno de los usos de “periodismo militante” que dan quienes trabajan en medios de comunicación empresariales (K o anti K) se inscribe en esta definición. Que sirva para ordenar y continuar con el debate.

Esta editorial es del 15 de enero de 2012

Otra opinión la aporta el blog de Emilio Matei (escritor argentino autor de *El Padre del Sepulturero*) en un espacio denominado “En realidad hoy” titula, “Periodismo militante” y dice lo siguiente:

Periodismo Militante

“Hay una notable diferencia entre un periodista con una concepción del mundo, llámese ideología o como se prefiera, y un periodista que filtre todo lo que dice a través de las conveniencias personales o, con más probabilidad, de su grupo.” Periodista militante” es una categoría mal definida que me gustaría definir por su opuesto, la del periodista que busca la verdad a través de la objetividad.

Es obvio que todo ser humano tiene una representación del mundo. Y por consecuencia, una ideología. Más allá de que sea o no consiente de eso. Por lo tanto negarles a los periodistas que narren desde un preciso lugar ideológico sería como negarles su condición de humanos. (Es verdad que en algunos casos y con algunos periodistas, resulta muy difícil no hacerlo.)

Para los periodistas la objetividad debe ser una aspiración que, si bien por definición no es alcanzable, al menos debería ser a la que se debe apuntar. Siendo así, la condición de “periodista militante” es antagónica con lo que debería ser parte del código de ética de la profesión.

Sé que el argumento que se ejerce en contra de esto es el de que la objetividad es inalcanzable. Pero el no poderla alcanzar no la invalida en absoluto. Véase si no al límite en sentido matemático. Es decir, lo que nunca se alcanza pero siempre se puede aproximar un poco más. Si esta concepción de la objetividad no fuera cierta, no existiría la posibilidad de desarrollos tecnológicos basados, por ejemplo, en el análisis matemático. Dicho de otro modo, lo objetivo está definido por una aproximación teórica que sólo la práctica puede confirmar y que casi siempre resulta acotada a una parte y jamás a la totalidad.

Por eso, insisto, y con las limitaciones que digo más arriba, la objetividad periodística existe y el "periodismo militante" se constituye en una de las tantas formas de no periodismo, de un pseudo periodismo que traiciona conscientemente a la verdad en función de intereses particulares. Y esto vale para todas las posiciones ideológicas.

"El concepto libertario es que la prensa debería ser independiente y, por lo tanto, un contrapeso del poder centralizado de todo tipo." Noam Chomsky. El miedo a la democracia.

Por si la nota no es suficientemente clara, Chomsky se refiere al poder del estado y a los poderes económicos y mediáticos, poniéndolos a todos en la misma categoría frente a la independencia de la prensa."

Hay algunos aportes más en internet sobre periodismo militante, pero he tomado dos que ofrecen un punto de vista distinto.

El tema del periodismo militante aparece con fuerza por que se aplica al funcionamiento de RNM, y su posibilidad de promover la cultura local. El perfil de la RNM aparece con un fuerte peso político en sus contenidos. Por eso hacer periodismo militante requiere al menos una consideración en cualquier análisis que se pretenda hacer de RNM.

Está claro que es un concepto demasiado novedoso y por lo tanto, debuta en los espacios de discusión. Habrá que ver si es un concepto que perdura o si desaparece, ¿cómo evoluciona? para poder abordarlo con más precisiones, tanto desde lo formal como lo académico. Por otro lado no podía dejar de advertirlo en este trabajo.

Hasta aquí lo sopesado en cuanto a discurso, construcción simbólica, tematización de la realidad, periodismo militante en RNM.

¿CÓMO SE RELACIONAN ESTOS ASPECTOS CON LA CONSTRUCCIÓN DIFUSIÓN Y DEFENSA DE LA CULTURA LOCAL?

La respuesta-síntesis a esta pregunta, deja a RNM alejada de lo que son elementos culturales locales, básicamente porque los temas, la construcción simbólica y el discurso no reflejan una independencia de lo que propone Radio Nacional desde Bs. As.

Si bien RNM tiene contenidos propios (los que contienen elementos de la cultura local) no terminan de despegarse de la línea central de la radio, los informativos tienen más noticias de relevancia nacional que local, en cuanto a la política y desarrollo social local, deporte y música ya hemos visto que los elementos locales aparecen con mucha menos frecuencia que los de Bs. As.

A la hora de definir los ¿por qué?, de este panorama las explicaciones pueden ser varias.

Planteo que el presupuesto, hoy por hoy -en un sistema de organización capitalista- es decisivo. Plantearse coberturas de eventos locales, la cercanía con la sociedad local, y partiendo de allí poder difundir y relevar los procesos y acontecimientos –ya sea con una mirada oficialista o no- requiere de personas que se dediquen a esta actividad.

Las cantidad de personal que la radio puede habilitar, depende estrechamente de un presupuesto al cual no se puede acceder, porque depende de RTA (ver capítulo 1), que funciona en Bs. As.

De lo que se destine para RNM -enmarcada en las 48 emisoras que Radio Nacional sostiene en todo el país- no se sabe y es difícil calcular, los salarios de los trabajadores de prensa pública tampoco los encontramos publicados en ningún lado, al igual que ningún gasto o inversión que RNM pueda tener.

¿Está bien que RNM funcione de esta manera? ¿Qué el estado tenga la centralidad de los medios de comunicación con una muy pequeña cuota de federalismo? ¿Qué los estados provinciales (por lo menos el de Mendoza) no tengan una radio que pueda difundir preponderantemente lo local?

Son preguntas para un debate a desarrollar en otro momento, para no desenfocar los objetivos de esta tesina.

CAPÍTULO 3: RADIO NACIONAL MENDOZA Y LA NUEVA LEY DE MEDIOS.

RADIO NACIONAL MENDOZA EN EL MARCO DE LA LEY 26522 DE “SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL”.

La ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, es un hecho muy relevante en el desarrollo de los medios electrónicos de comunicación masiva (radios, y canales de tv., tanto de aire como cable)

Militada por largo tiempo, con el consenso de muchos sectores sociales organizados en instituciones o en forma particular, la denominada “ley de medios” vio la luz en 2010, pero no pudo ser aplicada en plenitud hasta octubre del 2013, cautelares, idas y venidas fueron impidiendo su plena aplicación, en particular la fuerte oposición a esta ley del “grupo Clarín” dueño de la mayor cantidad de licencias para ocupar estos medios en el país, y por lo tanto el que más licencias debería abandonar en la adecuación que la ley estableció.

Los medios públicos-estatales cobraron gran importancia en relación a ésta ley, este sector de medios, que hasta el 2008 había quedado en la difusión de programas que no alcanzaban gran penetración de audiencia, sin representar una competencia considerable para los medios privados, concentrados y por tanto hegemónicos, en la comunicación de masas.

Comenzó a recibir atención, que se vio traducida en la aparición de una balanza mediática en donde el Estado empezaba a levantar el peso del discurso, concentrado en los tradicionales medios monopólicos

Este fenómeno es más visible en Bs. As. -ciudad en la que se disputa el poder en la Argentina- donde la programación tanto de la TV pública, como la radio, hicieron una gran inversión para atrapar audiencia y generar un nuevo discurso. Aparecieron programas como 678 (en tv.) de gran penetración y en la radio, personajes como Dolina “La venganza será terrible” que ponían en la memoria del oyente el número del dial correspondiente a Radio Nacional (luego este programa se trasladó a Radio Del Plata).

Este es un brevísimo contexto, para situar el análisis de RNM, en relación con la ley 26522, la llegada de la ley, su movilización y la de sectores de la sociedad en torno a ella, los tiempos en la que se dio, la renovación de las licencias que tuvo el grupo Clarín en 2005 (presidencia de Néstor Kirchner, que permitió la continuidad del monopolio, avaló la fusión de “Multicanal” y “Cablevisión”), el problema de diversos sectores rurales frente a la resolución 125 que regulaba las retenciones a las exportaciones, que agitó las discusiones de los argentinos durante más de 120 días, en 2008, los resultados electorales de 2009, son elementos que pueden vincularse con el interés y el fuerte empuje que tuvo la ley de medios cuyo reclamo venía dándose desde principios del siglo XXI.

No son temas que ignore o que intente evitar, pero cada uno de estos puntos tiene para hacer un apartado propio que desviaría la atención. El abordaje de RNM como medio público-estatal requiere de la mención de estos hechos, como contexto histórico, pero es suficiente con esta sola mención.

La realidad de RNM cambió con esta ley y la aparición de nuevas reglas de juego para los medios electrónicos, desde lo institucional con la aparición del AFSCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) en reemplazo del ComFeR. (Comité Federal de Radiodifusión), el cambio de director, con la llegada de Ernesto Espeche, y el cambio en el discurso que cobró un contenido mucho más politizado directo y “militante” (término utilizado en el sentido en que fue descripto en el capítulo 2).

Lo que aquí me propongo evaluar, es el comportamiento de RNM con respecto a la ley, tanto en lo formal como en el “*espíritu*” (expresión de Ernesto Espeche) de esta ley.

El artículo 1 de esta norma dice:

Alcance.

El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Quedan comprendidas en las disposiciones de esta ley todas las emisiones que tengan su origen en el territorio nacional, así como las generadas en el exterior cuando sean retransmitidas o distribuidas en él.

El objeto de la ley nos entrega parte de lo que podríamos llamar el “*espíritu*” de la misma. La desconcentración, fomento de la competencia, democratización y universalización, abaratamiento son las palabras clave de este artículo.

¿Cómo se logrará esto?, ¿en qué tiempo?, ¿qué produciría a nivel disputa de poder una universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación?

Son las preguntas de las cuales podemos partir para analizar el comportamiento de RNM con respecto a la ley.

Sabiendo que representa uno de los medios dedicados a movilizar el discurso, y los intereses de un sector de poder, representado por el Gobierno Nacional, característica que ha mantenido durante todos los procesos políticos de la radio (no se registran momentos en que RNM haya tenido una oposición al gobierno de turno, dictatoriales o democráticos).

A pesar de que sus cargos según el “REGLAMENTO DE DESIGNACIÓN Y REMOCIÓN DEL PERSONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN ARGENTINA SOCIEDAD DEL ESTADO” deben ser concursados, como lo establece la ley en su art 134 inciso d.

Art. 134 - Atribuciones y obligaciones El directorio de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado: tendrá las siguientes atribuciones y obligaciones:

d) Designar y remover al personal de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado de acuerdo a pautas y procedimientos de selección objetivos, que aseguren la mayor idoneidad profesional y técnica, en base a concursos públicos y abiertos de antecedentes, oposición o de proyecto;

Digo “a pesar” porque para poder saber cómo llegaron cada uno de los actuales trabajadores de RNM a su puesto, no hay registros de ningún tipo de concurso público y abierto, de antecedentes, oposición o de proyecto.

Por lo menos al alcance de cualquier vecino, que quiera conocer esa información ya sea en la sede de RNM, o en su página de internet, tal vez haya un blog o algún otro espacio virtual en donde la información este. Pero para eso hay que buscar y escarbar, hasta donde llegué en esta investigación, no encontré ese lugar.

Los cargos parecen ser destinados a personas que compartan el mismo proyecto político que hegemoniza, o por lo menos que no se opongan y puedan aparecer como inocuos políticos, irrelevantes para los intereses del sector de poder, que controla los medios públicos-estatales.

Lo que termina con la posibilidad de que los lugares disponibles en el medio, sean ocupados por los mejores, independientemente de sus preferencias políticas, dándole sustento a esa percepción -que no admite refutación- de que los que entran a trabajar, pertenecen a un sector determinado y nada tiene que ver su capacidad, antecedentes o virtudes.

El ente de control sobre la aplicación de la ley en los medios electrónicos es el ASFCA.

Consulté a su coordinador en Mendoza, en una breve entrevista a la que accedió muy amablemente, sobre el cumplimiento de la ley en RNM.

Roberto Fayad (en su cargo desde junio de 2013), nos dice que hay dos momentos de los medios en general frente a la ley, uno es antes de que la Corte Suprema de Justicia admitiera la constitucionalidad de la ley en su totalidad, y otra después de este hecho.

“Si bien la ley se aplicaba casi en su totalidad desde el principio, había alguna dificultad en cuanto a la articulación de la aplicación interna de la ley, por ej. si algún medio se le pedía la obligatoriedad de la presentación de determinada documentación, ese medio podía ampararse en el hecho de que todavía no estaba resuelto a nivel judicial, la plena aplicación de la ley, o al revés, si se lo aplicáramos directamente la reglamentación y después la constitucionalidad hubiera salido en otro sentido, entonces la exigencia hubiera constituido una especie de desigualdad de algunos emisores respecto de otros.”

En este contexto incluso RNM enmarcada en los medios de comunicación masiva que funcionan con presupuesto del Estado, propulsor de la “ley de medios”, debería ser de los primeros en aplicar plenamente la ley, aún cuando la justicia no hubiera declarado la constitucionalidad, por ser parte del sector que vehiculiza la ley; pero al no estar determinada la constitucionalidad no podía pedírsele el cumplimiento, por las razones que invocaba Roberto Fayad (ingeniero agrimensor, primo del recientemente fallecido intendente de la capital mendocina Víctor Fayad) sería una especie de desigualdad.

Una vez que la ley estuvo habilitada en su plenitud, comenzó el proceso de plena aplicación con las exigencias que requiere el caso. Pero no es posible la inmediata aplicación de algunos artículos dice Fayad.

“Yo te diría que en el seguimiento que estamos haciendo respecto de los medios la aplicación de la ley es plena, ciertamente hay algunas dificultades de orden práctico en cuanto a la adecuación, los requisitos de producción propia, que impone la ley, son de alguna dificultad en la aplicación por que todavía no hay productoras que den abasto con la cantidad de producción local propia, como para que las emisoras cumplan los porcentajes de contenido.”

El escenario que se presenta con la obligación de cumplir con la ley 26.522 es todavía complejo a la hora de exigir el cumplimiento, sobre todo si los argumentos están sujetos a que hay un déficit, relacionado con algunos factores coyunturales, que no permitirían el funcionamiento de los medios como lo vienen haciendo hasta ahora.

El artículo 65 de la ley establece los porcentajes de contenidos que deberían estar emitiéndose, la limitación no sólo es que no hay productoras que pongan en el “mercado mediático”, el problema que aparece es el ingreso de discursos que pueden estar por fuera de los pretendidos por los controladores de estos medios, sean estatales o privados.

A continuación reproduciré el art. 65 en sus partes correspondientes a la radiodifusión (incisos b y c apartados de la tv) para no hacerlo tan extenso.

Artículo 65. - Contenidos

Los titulares de licencias o autorizaciones para prestar servicios de comunicación audiovisual deberán cumplir con las siguientes pautas respecto al contenido de su programación diaria:

1. Los servicios de radiodifusión sonora:

b. Las emisoras de titularidad de Estados provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, municipios y universidades nacionales:

b1. Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción local y propia, que incluya noticieros o informativos locales.

b2. Deberán emitir un mínimo del veinte por ciento (20%) del total de la programación para difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público.

c. Deberán emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción local independiente cuando se trate de estaciones localizadas en ciudades con más de un millón quinientos mil (1.500.000) habitantes. Cuando se encuentren localizados en poblaciones de más de seiscientos mil (600.000) habitantes, deberán emitir un mínimo del quince por ciento (15%) de producción local independiente y un mínimo del diez por ciento (10%) en otras localizaciones.

Se ven obligados los medios-incluida RNM- a tener producciones locales independientes. Esta independencia es difícil de evaluar sobre todo cuando se trata de la formación de opinión y construcción simbólica en espacios que disputan poder como hemos visto en el capítulo 2 de esta tesina.

Un 20% mínimo para difusión de contenidos culturales, educativos o de bien público, ingresa en un debate que requiere profundidad, ante el requerimiento de que la ley se cumpla, por no estar atendiendo estos aspectos, es posible que el medio alegue que los periodos dedicados a las columnas de “Carta Abierta” (Agrupación de intelectuales afines al llamado Kirchnerismo) son de interés público o culturales o educativos.

Para aclarar la idea que expongo aquí con este ejemplo. Cada vez que alguien interesado reclame “RNM, no está cumpliendo con la ley, en cuanto a los porcentajes determinados de producción propia, independiente y destinada a tal o cual cosa”. RNM puede defenderse diciendo que en sus contenidos están incluidos los requerimientos de la ley, detallando una lista de cuáles son los programas y espacios destinados a ese cumplimiento.

Aquí comienza la discusión sobre varios artículos de la ley, que dejan la posibilidad de que la interpretación del texto habilite el debate, sobre todo en temas de producción donde generar nuevos contenidos con las características requeridas por la ley, significa destinar presupuesto a personal encargado de estos contenidos.

Con el objetivo de no ampliar presupuesto para cubrir los porcentajes de producción requeridos, se trata de acomodar lo que ya estaba circulando a lo exigido por la ley, esto asegura que no se necesite nuevos productos ni productores para hacer frente al nuevo marco legal, mancha oscura en un medio estatal, que no la cumpliera.

Uno de los motivos por los que las universidades que contienen Facultades con carreras de “Comunicación” militaran a favor de la ley, fue acrecentar la esperanza de que sus estudiantes tuvieran un ámbito de desempeño cada vez más amplio. Cosa que por propia experiencia digo no ha ocurrido.

Habría que hacer una seria encuesta con los estudiantes de las carreras de comunicación, para ver cómo ha incidido esta nueva norma en sus horizontes profesionales, pero no hay que ser un observador muy avisado para ver que, el desarrollo de medios electrónicos -después de la plena aplicación de la ley, lograda tras años de discusiones legales, -debates académicos y de café opiniones, opinólogos y todo tipo de consideraciones sobre esta ley- sigue en las manos de quien posee el capital suficiente para hacerlo funcionar.

Esto representa una enorme limitación de voces posiciones, necesidades y derechos, considerando que la nueva ley define a la comunicación -en relación con los medios electrónicos – como un derecho humano.

El viernes 29 de noviembre de 2013 estuvo en Mendoza disertando en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Tristán Bauer presidente de Radio y Televisión Argentina (RTA) el tópico elegido fue “La democratización del conocimiento en los medios públicos” en una charla abierta al público, si bien no pude entrevistarle particularmente, alcancé a preguntarle entre las 5 preguntas que respondió al final de su alocución:

¿Cómo se hace concreta la posibilidad de tener un medio que no tenga detrás sectores económicamente poderosos?

-Tristán Bauer:

Sustentabilidad.

El tema de sustentabilidad es un tema, estuve en una conferencia hace poco en Francia donde la sustentabilidad también al cambiar de paradigma cuando digo que bajan las audiencias la tanga publicitaria no es la misma hoy que hace diez años atrás y no va a ser la misma dentro de dos años ¿Cómo se hace sustentable incluso comercialmente este modelo? Y bueno por eso la ley de medios aparece por ejemplo un lugar las cooperativas, las cooperativas hoy tienen muchas más posibilidades que las que tenían antes, cómo buscas publicidad, cómo buscas financiación qué acuerdos haces, yo no tengo acá ninguna receta. Conozco experiencias de cooperativas y conozco también algunos documentalistas que hacen las películas, no canales de televisión pero si productoras que hacen la película, financiados por sus espectadores, abren una cuenta indican voy a hacer una película, sobre tal tema papapapa, buscan apoyo, papapapa y vía internet juntan el aporte para poder producir, es decir son nuevas formas, pero si te digo que es un tema de debate, complejo y que hay que ir encontrando los mecanismos para hacer sustentables estos proyectos.

En el final de la respuesta se encuentra la condensación de la problemática.

La producción realización circulación y difusión de cualquier producto audiovisual ya sea para radio o televisión está sujeto al dinero del que pueda disponer quien busque promover algún discurso en particular.

No se plantea por lo tanto desde RTA, en la voz de su titular Tristán Bauer alguna solución para lograr ubicar alguna voz marginal, hasta el momento. La situación en la que se encuentra quien quiera ocupar algún espacio de construcción de realidad y simbólica, es de comenzar a buscar la financiación por algún lado, amigos familiares, socios, y lo que la imaginación pueda aportar.

Esto es un problema, porque no deja de sostener la estructura sobre la cual, se ha desarrollado un sistema concentrado de voces opiniones y construcción simbólica.

Sigue teniendo el espacio quien es capaz de encontrar el dinero en algún lado, y solamente desde una inocencia enfermiza se puede suponer que el dinero se mueve sin previo interés, incluso si es un familiar el que lo aporta no lo deja en proyectos que le puedan perjudicar su futura posición.

En un artículo que encontré en internet titulado LA PRÁCTICA PEDAGÓGICA CRÍTICA DE JOSÉ LUIS REBELLATO: www.nodulog.org Ruben Tani, Beatriz Carrancio, María Gracia Núñez y Edgardo Pérez, extraje este apartado que sirve para aclarar lo que quiero decir con el párrafo anterior.

“Para Paulo Freire la reinención del poder pasa por la reinención de la producción, de la educación, del lenguaje y de la cultura. Se trata de transformar la sociedad a partir de sus propias bases. El poder debe comenzar en las luchas cotidianas y en cada uno de los espacios sociales y educativos”.

El cuestionamiento que esta realidad plantea es ¿alguna vez podrán, los que no tienen capital, tener la posibilidad de generar sus productos comunicacionales? ¿La pluralidad de voces es sólo la pluralidad de los que tienen el dinero para materializar sus discursos y construcciones? ¿Cómo debe funcionar un medio del estado que pretende equilibrar la balanza, con respecto al acceso a los espacios de difusión, construcción y discusión de ideas?

En este marco RNM aparece muy limitada, ya que los presupuestos agregan una dificultad mayor, para poder poner en el aire programas representativos de algún sector social con carencia de capital. Se suma al límite natural de horario (24 horas por día), que hace imposible construir una grilla sin hacer una selección, sobre los que quieran ocupar un espacio en el aire de RNM.

Para generar algún nivel de inclusión (nunca igualdad), la ley prevé porcentajes de producción que de ser respetados, tal vez se podría lograr la diferenciación de algún discurso que hasta ahora no se percibe.

Con este panorama ingresamos en los dos últimos artículos que contemplaremos de la ley 26522 el 72 y 161.

Artículo 72. — Obligaciones.

Los titulares de licencias y autorizaciones de servicios de comunicación audiovisual deberán observar, además de las obligaciones instituidas, las siguientes:

- a) Brindar toda la información y colaboración que requiera la autoridad de aplicación y que fuera considerada necesaria o conveniente para el adecuado cumplimiento de las funciones que les competen;
- b) Prestar gratuitamente a la autoridad de aplicación el servicio de monitoreo de sus emisiones en la forma técnica y en los lugares que determinen las normas reglamentarias;
- c) Registrar o grabar las emisiones, conservándolas durante el plazo y en las condiciones que establezca la autoridad de aplicación;

d) Mantener un archivo de la producción emitida cuyos contenidos deberán estar disponibles para el resguardo público. A tales fines, las emisoras deberán remitir al Archivo General de la Nación los contenidos que le sean requeridos. Queda prohibida la utilización comercial de estos archivos;

e) Cada licenciatario o autorizado debe poner a disposición, como información fácilmente asequible, una carpeta de acceso público a la que deberá sumarse su exhibición sobre soporte digital en internet. En la misma deberán constar:

(e1) Los titulares de la licencia o autorización,

(e2) Compromisos de programación que justificaron la obtención de la licencia, en su caso,

(e3) Integrantes del órgano directivo,

(e4) Especificaciones técnicas autorizadas en el acto de otorgamiento de la licencia o autorización,

(e5) Constancia del número de programas destinados a programación infantil, de interés público, de interés educativo,

(e6) La información regularmente enviada a la autoridad de aplicación en cumplimiento de la ley,

(e7) Las sanciones que pudiera haber recibido la licenciataria o autorizada,

(e8) La(s) pauta(s) de publicidad oficial que recibiera el licenciatario, de todas las jurisdicciones nacionales, provinciales, municipales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, detallando cada una de ellas.

f) Incluir una advertencia cuando se trate de contenidos previamente grabados en los programas periodísticos, de actualidad o con participación del público;

g) Poner a disposición del público al menos una vez por día de emisión a través de dispositivos de sobreimpresión en los medios audiovisuales, la identificación y el domicilio del titular de la licencia o autorización.

Artículo 161. — Adecuación. Los titulares de licencias de los servicios y registros regulados por esta ley, que a la fecha de su sanción no reúnan o no cumplan los requisitos previstos por la misma, o las personas jurídicas que al momento de entrada en vigencia de esta ley fueran titulares de una cantidad mayor de licencias, o con una composición societaria diferente a la permitida, deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un (1) año desde que la autoridad de aplicación establezca los mecanismos de transición. Vencido dicho plazo serán aplicables las medidas que al incumplimiento —en cada caso— correspondiesen.

El artículo 72 lo destaco por que en su apartado “e” en el punto “viii” dice que debería ser accesible la información de la pauta publicitaria oficial y en el caso de RNM no hemos podido tener acceso a ningún tipo de información referida a dinero ya sea presupuesto, salario, inversiones, o pauta publicitaria.

Tal vez la razón sea que el manejo de RNM es gestionado en su parte económica desde Radio Nacional Central con sede en Bs. As.

Esto termina siendo una gran limitación para el control que la ley promueve por parte de la sociedad, porque en este caso la sociedad mendocina está a más de 1000 kilómetros de poder ejercer algún tipo de control en especial en el aspecto económico que permite -como hemos analizado anteriormente- un funcionamiento más o menos condicionado de cualquier medio de comunicación.

He dejado otros artículos referidos a dineros e imposiciones sobre medios electrónicos, como los establecidos en el título V de la ley “gravámenes”, que contiene los artículos 94 al 100 en donde se describe que impuestos, porcentajes sobre facturaciones, se harán a los distintos medios ubicados en categorías allí contempladas, y que destino tendrán esos montos recaudados.

El objetivo es proponer algunos artículos de la debutante “ley de medios” que puedan influir en el funcionamiento de RNM entendiendo que un medio “público-estatal” tiene características que movilizan el interés general sobre su funcionamiento, financiación, influencia y desarrollo.

Y que esta ley militada y empujada por diversos sectores de la sociedad en todo el país, representa la posibilidad de avanzar en un sentido más humano de la comunicación de masas, se vuelve imprescindible hacer alguna consideración, sobre su articulado en el análisis de cualquier medio electrónico de comunicación en este caso RNM.

Por último el artículo 161 lo he tomado por que fue el más publicitado y reconocido a la hora de disputar con los monopolios mediáticos en especial el “Grupo Clarín”, el más grande del país con una cantidad de licencias que supera las 250, dejando en claro el poder que hasta ahora controla, y porque fue el principal opositor a esta nueva ley.

Que con todas sus falencias representa un intento serio de ampliar el campo de información, incorporando nuevos discursos y sectores sociales al concierto de opiniones públicas.

La adecuación de los grandes grupos mediáticos que cuentan con radios, canales de tv, periódicos impresos en papel (diarios y revistas), servicios de internet, cable tv, telefonía celular y prácticamente todo negocio referido a las comunicaciones, se transformó en el eje de la discusión, por la constitucionalidad de la ley, alegando que se atentaba contra la libertad de expresión.

El poder económico y mediático de estos oligopolios “multimedios” (en particular Clarín) logró retrasar la plena aplicabilidad de la ley 26522 por cuatro años (hasta octubre de 2013).

Con estos antecedentes no podía quedar fuera de consideración el famoso artículo 161.

PUBLICO, ESTATAL, PRIVADO Y SIN FINES DE LUCRO

Entramos aquí en un nuevo aspecto de la investigación que desde un principio nos propusimos analizar si descubríamos que era pertinente.

El aspecto del que hablo es el funcionamiento del medio estatal, comparándolo con el medio privado y sin fines de lucro, abordando los conceptos de “público”, “estatal” “sin fines de lucro” y “privado”.

Incorporando a la discusión la pregunta ¿es lo mismo “público” y “estatal”? ¿Cuál es la definición de Estado?

Estado

Partiré de la definición de Estado para poder sopesar si es lo mismo “público” y “estatal”, de encontrar diferencias sobre que asentarlas, desde donde pararse y analizar la naturalización que existe a la hora de hablar en los términos señalados.

"El Estado -dice Engels, resumiendo su análisis histórico- no es, en modo alguno, un Poder impuesto desde fuera a la sociedad; ni es tampoco 'la realidad de la idea moral', 'la imagen y la realidad de la razón', como afirma Hegel. El Estado es, más bien, un producto de la sociedad al llegar a una determinada fase de desarrollo; es la confesión de que esta sociedad se ha enredado con sigo misma en una contradicción insoluble, se ha dividido en antagonismos irreconciliables, que ella es impotente para conjurar. Y para que estos antagonismos, estas clases con intereses económicos en pugna, no se devoren a sí mismas y no devoren a la sociedad en una lucha estéril, para eso hízose necesario un Poder situado, aparentemente, por encima de la sociedad y llamado a amortiguar el conflicto, a mantenerlo dentro de los límites del 'orden'. Y este Poder, que brota de la sociedad, pero que se coloca por encima de ella y que se divorcia cada vez más de ella, es el Estado" (Vladimir i. Lenin "El Estado y la Revolución" pág.3).

Vladimir Lenin discute el concepto de “estado” visualizando su rol en la sociedad y cómo influye este concepto en un proceso revolucionario. En el caso de analizar la relación “estado-público” tomare esta posición antes expresada, fundamentalmente porque es opuesta a la mirada de sentido común que actualmente circula en nuestra sociedad, donde el “Estado” vendría a ser la posibilidad de vivir en paz resolviendo a través de él cualquier diferencia que pueda alterar el orden, alejando cada vez más la idea de que existe una permanente lucha de clases en toda comunidad con organización capitalista.

Lenin aclara en unos párrafos posteriores cual es la mirada sobre el estado, y nos puede aportar como funcionan órganos como los medios de comunicación que funcionan con el control del Estado.

"Según Marx, el Estado es un órgano de dominación de clase, un órgano de opresión de una clase por otra, es la creación del "orden" que legaliza y afianza esta opresión, amortiguando los choques entre las clases. En opinión de los políticos pequeñoburgueses, el orden es precisamente la conciliación de las clases y no la opresión de una clase por otra. Amortiguar los choques significa para ellos conciliar y no privar a las clases oprimidas de ciertos medios y procedimientos de lucha para el derrocamiento de los opresores". (Vladimir i. Lenin "El Estado y la Revolución" pág.4).

Máxima contradicción: la lucha de clases

Tal vez alguien pueda discutir si hoy existen clases oprimidas y clases opresoras, si es válida esa contradicción, este trabajo es realizado entendiendo que esta contradicción existe y es muy palpable y que se profundiza con el paso del tiempo.

Hay en el interior de las sociedades capitalistas grandes luchas vinculadas con esta contradicción, y es imposible evaluar a un medio de comunicación, y su función como difusor de la cultura local, desconociendo este enfrentamiento entre clases opresoras y oprimidas.

En la entrevista con Ernesto Espeche (actual director de RNM) consultado sobre este tema responde: *“La gestión de RNM hoy creo que es la gestión que a lo largo de la historia más ha trabajado conceptualmente alrededor de la idea de medio público y esto no solamente desde lo retórico*

Me parece que hoy RNM es más pública que nunca desde esa perspectiva creemos que lo público está fundamentalmente en abrir el juego abrir las voces sostener la democracia comunicacional junto con el rigor que un medio público exige también. En un medio público estamos obligados al rigor periodístico al rigor informativo al rigor en cada uno de los temas que tratamos en la radio y además hacerlo con la diversidad de actores que están involucrados en los distintos conflictos que subyacen en una sociedad.

Me parece que es ese el espíritu de lo público, ahí está lo público, eso no significa no tener línea editorial, no significa no tener puntos de partida alrededor de ideas fuerza, de las cuales la radio se sostiene defendiendo un conjunto de valores e ideas. No estamos diciendo que un medio público es un medio escéptico, sin toma de posición, sino que estamos diciendo que un medio público, necesita de la diversidad para sostenerse desde la idea de lo público, pero esa diversidad no es incompatible con tomas de posición y explicitación de esa toma de posición alrededor de los diferentes temas.

Lo estatal quedó atrás, como momentos de otra época o de otras épocas, desde los cuales se pensaron los medios de comunicación gestionados por el Estado Nacional, en este caso no es un medio de comunicación gestionado por el estado nacional, desde la nueva ley de servicios de comunicación audiovisual el directorio de RTA, que es quien gestiona a los medios públicos de todo el país, es un directorio conformado por sectores de la oposición, sectores de la sociedad civil por sectores de los trabajadores, por supuesto por el poder ejecutivo nombrando también a sus representantes, pero también el congreso, designando a partir de la bicameral a miembros de las tres fuerzas mayoritarias, con mayor representación parlamentaria

Es decir es un directorio bastante plural y diverso, no es un medio gubernamental ni de gestión gubernamental, es un medio de gestión compartida, si se quiere, con los distintos sectores de la sociedad.

Eso es hoy el directorio de RTA, y ese es digamos el espacio de gestión desde el cual se piensa, no sólo la Radio Pública, sino también la TV. Pública, y los medios públicos, por eso creo que quedó atrás la idea de medio estatal o medio gubernamental, para animarnos un poquito a pensar con mayor complejidad conceptual, lo público en los medios de comunicación”.

En esta breve exposición del director de RNM tenemos una visualización de la diferencia entre medio público y medio de gestión estatal. La diferencia estaría marcada aquí por la constitución del directorio de RTA que todos sabemos funciona en Bs. AS., esto bastaría para decir que los medios públicos tienen una gestión compartida, lo que se contrapondría con una gestión estatal, que limitaría la participación de voces e intereses permitiendo sólo la difusión de lo impuesto por el sector que controla momentáneamente el Estado (partido ganador de las elecciones, militares, etc.).

Otro aspecto sería el “abrir el juego” “abrir las voces” “la democratización de la comunicación”. ¿Estaríamos aquí en un momento de mucha participación de distintos sectores sociales movilizándolo su discurso en los medios públicos?

El carácter público aquí está dado por la manera de conducir el medio que está regulado por una dirección con representantes de partidos, políticos, trabajadores (de la radio no trabajadores de cualquier rubro), sectores de la sociedad civil y del gobierno. Sería una característica de lo público, el otorgar participación en el espacio radial, a los actores de los distintos conflictos que subyacen en una sociedad. Como vemos es bastante limitado el concepto de lo público con respecto a los medios de comunicación que hasta hoy –en especial RNM- no pueden escapar a la premisa de difundir lo que el gobierno necesita se difunda continuando con la tradicional gestión estatal sobre los medios públicos.

“Todos los medios son públicos y sólo se diferencian por su modelo de gestión, ante el predominio del modelo oligopólico, los gobiernos, a través de los medios estatales, están en todo su derecho de defenderse .(Néstor Piccone, Diario Página 12, miércoles 8 de mayo de 2013 “Todos los medios son públicos”).

En este artículo Néstor Piccone (Periodista, psicólogo. Integrante de la Mesa de Coordinación de la Coalición por una Comunicación Democrática) establece una diferencia, “los medios son todos públicos lo que cambia es su gestión.”

Esta es la línea con la que trabajaremos “Todos los medios son públicos” por que funcionan concesionados por un periodo de tiempo a una administración determinada, por ley 26522 puede ser estatal, sin fines de lucro o privada. De este lugar decimos y reconocemos, que cada uno tendrá su línea editorial, pero no podemos igualar la manera de gestionar cada uno de los medios.

Todos deben cumplir con la ley, todos deben ser rigurosos en cuanto a las fuentes periodísticas, tratamientos de los diversos temas, y todos los aspectos que requieran la rigurosidad del trabajo en un medio de comunicación. Pero la diferencia al entender la gestión y a quien corresponde, debe estar en los objetivos de cada medio y su funcionamiento.

Así un medio privado movilizará los intereses del sector a quien responde (hacer negocios, dar difusión a un producto o proyecto etc.) con las limitaciones que la ley impone, un medio sin fines de lucro, no usará su medio para conseguir dinero, y el estatal tendrá como objetivo responder al sector de clase que lo controla (esto es a muy grandes rasgos y sin entrar en un análisis que demandaría grandes cantidades de energías y recursos).

Piccone expone que es legítimo que el Estado –ante el predominio oligopólico en los medios de comunicación-utilice los medios estatales para “defenderse”.

Desde la concepción del Estado como una herramienta en manos de una clase social para oprimir y dominar a otra. Surgen las preguntas ¿Cómo se defienden los que no controlan medios de comunicación y ocupan un lugar en el Estado? ¿Los oligopolios enfrentados al Estado son las únicas fuerzas que hay que considerar, al considerar los medios públicos de comunicación? ¿Qué tipo de productos comunicacionales, merecen los decodificadores que son una minoría en el Estado (feministas, partidos de izquierda, ambientalistas, etc.), que todo el tiempo ven postergados el tratamiento de sus temas, porque hay otros “más importantes”? ¿Con qué criterio se excluye de lo público a tal o cual persona, movimiento u organización? ¿Cuándo esa posición de defensa que propone Piccone, se transforma en posición de ataque, y a quien perjudica? ¿Vale la pena el costo que debe pagar la sociedad, por tener un medio estatal con muy poquito de público, si sólo sirve para defender al estado, y no para promover un desarrollo cultural que permita, pensar con independencia de los medios de comunicación?

Según nuestra postura RNM, como todos los medios es público, pero de gestión estatal y desde allí es interesante, por lo menos tomar en cuenta, estos dilemas semióticos, recordando que los medios de comunicación representan un espacio de poder en disputa.

Por eso Ernesto Espeche se esfuerza en aclarar, lo profundo que se ha trabajado la idea de radio pública, dejando atrás los tiempos en que el estado controlaba los medios.

Cuando escuchamos el espacio publicitario de la radio y los anuncios referidos a ella, mediante la frase “Estas en la radio pública”, aunque un momento después -con lo que se escucha y la realidad que se observa-, tengamos un panorama bastante distinto de lo público, que se puede pretender.

El sólo hecho de que la dirección se ejerce en Bs. As., es un limitante para cualquier persona que habita en el país, que intente acercarse a esta dirección para poder intervenir en un espacio público y aquí no solamente hablo de la gestión o dirección sino de todo lo que engloba “público” (conocer nomina de personal, presupuesto, concursos y concursantes, jurados en los concursos, trayectorias y antecedentes de los trabajadores, sectores de la sociedad que tienen espacio y porque lo tienen mientras otros no etc.)

En la revista digital Herramienta N° 47 Guillermo Mastrini (Profesor y Director de la Maestría en Industrias Culturales en la Universidad Nacional de Quilmes. Profesor titular en la Universidad de Buenos Aires de la Carrera de Ciencias de la Comunicación) publica un artículo titulado Medios públicos y derecho a la comunicación que dice:

“En Latinoamérica a diferencia de la mayor parte del resto del mundo, los medios de comunicación y en particular los servicios de comunicación audiovisual no aparecen, ni conceptual ni prácticamente, involucrados al derecho ciudadano de contar con medios públicos que representen al conjunto de la sociedad.

Por otra parte, sí existen numerosos medios de propiedad estatal, que en la mayoría de los casos han quedado limitados a tornarse voceros de los intereses de los gobiernos. De esta forma no se ha sabido/podido construir un vínculo con la ciudadanía que permita que los medios públicos sean concebidos como una alternativa válida para la difusión de información de calidad, de programas que respondan a la diversidad cultural de nuestros países, y generen ficciones que se vinculen con las identidades presentes en nuestras regiones.”

Un estudio que acerca una mirada más ajustada a lo que puede oírse por RNM.

En esta misma publicación Mastrini destaca como ha funcionado el servicio público, en América Latina, que aporta en esta coyuntura en que la nueva ley reguladora del funcionamiento de los medios de comunicación electrónicos se denomina “DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL”

“En América Latina el concepto de servicio público de radiodifusión no tuvo la misma importancia que en otros lugares del mundo. Como se ha señalado, desde los inicios de la radiodifusión en casi todos los países de la región (con la excepción de Colombia y Chile) predominó un sistema netamente privado de carácter comercial. Paralelamente se desarrollaron sistemas de medios estatales que fueron puestos bajo la órbita de los gobiernos quienes los usaron mayoritariamente para difundir sus políticas y discursos. Este uso de los medios estatales no contribuyó a fomentar el prestigio de los servicios públicos de radiodifusión en la ciudadanía latinoamericana.”

La discusión no se cierra sino todo lo contrario, se acrecienta. Se vuelve necesario tomar posición sobre que es público, porque, como también señala Mastrini en el final de este rico artículo.

“El servicio público de radiodifusión constituye una organización fundamental para proveer a las sociedades modernas de una herramienta comunicacional que garantice el ejercicio del derecho a la comunicación de los pueblos. Si el comienzo del siglo XXI está marcado por la transición de la radiodifusión analógica a la digital y una tendencia mercadocéntrica en las políticas de comunicación, es de suma importancia contar con una activa participación de la sociedad civil en la tarea de legitimar los servicios públicos y en dotarlos de la arquitectura institucional que los transforme en representantes de las inquietudes y necesidades del conjunto de la población, con independencia política de los gobiernos e independencia económica del mercado.”

Este desafío de lograr la independencia y establecer a la comunicación como un derecho, requiere imaginación dedicación discusión y profundización, sobre todo de las personas dedicadas a estudiar la comunicación.

También se requiere una importante dosis de sentido común y voluntad política (en sentido amplio) a fin de no caer en la dudosa trilogía “No poder”, “No saber”, “No querer”.

Un derecho no puede ejercerse si no se conoce, si no se reclama, si no se hace cumplir.

Es aquí donde lo público y lo estatal debe quedar bien definido, y si por el momento no es posible definirlo, es necesario que se discuta en todos los ámbitos de la sociedad, hasta lograr un concepto liberador, exigible a quien corresponda, mediante los mecanismos que se puedan implementar.

Si RNM es tan pública como se pronuncia, es menester de la comunidad reclamarle que se comporte como tal. Pero no se puede exigir mucho, si la definición de “pública”, viene desde las autoridades de la radio o el gobierno, y no de un debate en el seno de la sociedad toda, o al menos con los sectores interesados.

CAPÍTULO 4: DISPUTA DE PODER.

RADIO NACIONAL MENDOZA, UN ESPACIO SOCIAL EN DISPUTA.

Después de un interesante recorrido por distintos aspectos de RNM llegamos a este punto, **un espacio social en disputa**. Tras la mirada de lo público y lo estatal, de los discursos y actores sociales que participan en la radio, llega el momento de evaluar por qué se da esto y si hay alguna explicación que podamos aportar.

A lo largo del trabajo se ha esbozado la importancia que tienen los medios masivos de comunicación relacionados con el ejercicio del poder, la hegemonía de una clase sobre otra y la disputa por esta hegemonía. El poder, los espacios y herramientas para ejercerlo, han motivado incontables publicaciones. Aquí nos detenemos en RNM para intentar visualizar cómo funciona la relación de poder en su interior y partiendo de esta, cómo se desarrolla el medio, apuntando a la difusión de la cultura local.

Como datos importantes se ha expuesto, la llegada de los actores, trabajadores y protagonistas a RNM, (concursos sin registro por lo menos accesible), qué discurso y construcción simbólica prevalece, de dónde proviene el dinero con que funciona el medio y qué grupos, colectivos, instituciones, intelectuales, tienen más voz que otros y cuáles ni siquiera gozan de un segundo de aire disponible en la Radio “Pública”, abordamos también la audiencia y su interrelación con el medio.

Este breve recordatorio de algunos de los temas vistos y puestos en balanza es punto de partida para tratar el tema del poder y su disputa.

La verdad pasa a ser un componente esencial en esta cuestión, ya que la construcción del mundo depende de lo que entendamos por verdad-realidad, por ejemplo, si es verdad “la radio pública para los 40 millones de argentinos”, si hay “pluralidad de voces” y todos están representados en esta pluralidad, si los que cuestionan las políticas oficialistas son “golpistas”, si el gobierno “nacional y popular”, aunque falta mucho, es el único camino posible para la República Argentina, quien es la derecha o la izquierda, los buenos, los malos y una gran cantidad, de postulados y conceptos que atraviesan la música, el entretenimiento, el deporte, el espectáculo, el medio ambiente, los derechos humanos, la cultura en cada acto o hecho cotidiano, y todos los intereses que la comunidad puede movilizar.

Friedrich Nietzsche (“Voluntad de poder” EDAF. Pág. 317) pone en evidencia algunas formas en las cuáles se da la lucha por el poder. *“Los orígenes del error se encuentran tanto en la buena voluntad del hombre como en su mala voluntad. En muchos casos el hombre se escamotea la realidad a sí mismo, la maquilla, para no sufrir ni en su buena ni en su mala voluntad.”*

El filósofo del siglo XIX, plantea que tanto la buena como la mala voluntad actúan de forma parecida, intentando evadir el sufrimiento reconfigurando la realidad, usa los términos “escamotea” y “maquilla” lo que hace mención a un proceso consciente de tergiversación de la realidad. Si bien Nietzsche escribe a fines del siglo XIX, abre el interrogante ¿Cuántas veces se nos plantea una realidad que no se corresponde con los acontecimientos del entorno, buscando suavizar los efectos de este entorno?

Cómo si por no considerar estos elementos o disimularlos se evitara alguna reacción no deseada por los poderes establecidos, por ejemplo, exponer a través del INDEC (Instituto Nacional De Estadísticas y Censos) que la inflación arrojó un valor que no coincide con la experiencia de gran número de personas al pagar precios muy por encima de lo expuesto por el INDEC.

Esto es sólo un ejemplo y puede contraponerse que hay un efecto contrario al “disimulo” de la realidad cuando se produce una “exacerbación” de ésta, por ejemplo poniendo en escena un suicidio una y otra vez en uno y otro canal de televisión, diario o estación de radio. Creando una realidad en donde el suicidio ocurre tantas veces, y con tantas explicaciones y análisis, que termina siendo una preocupación para la sociedad, o al menos un tema de conversación que no es poco.

Lo innegable es que el medio está direccionando la construcción de la realidad, y no lo hace de manera inocente, ni siquiera determinado por la competencia, sino que responde a órdenes de poder que buscan beneficiarse de este mecanismo, en la mayoría de los casos convencidos de que son la mejor opción para el mundo que nos rodea.

Volvemos a Nietzsche (ídem anterior pág. 318) dice *“Lo que más caro ha pagado la humanidad son los errores, y probablemente los errores de buena voluntad son los que le causaron más daño. La ilusión que nos hace felices es más funesta que la que implica directamente consecuencias nocivas: esta última aguza la sagacidad nos hace desconfiados y purifica la razón: la primera se satisface simplemente con adormecernos.”*

No es “gratuito” este movimiento que aparece como buena voluntad, deja grandes perjuicios, la propuesta citada en este párrafo, es enfrentar la realidad sin intentar alivianarla, este acto nos prepara para una mejor solución, pone en juego nuestras capacidades y alimenta una posición frente a la “verdad”.

El pensador alemán deja un aporte más. *“El afán de verdad es un anhelo de estabilización, el hecho de hacer verdadero y duradero, una suspensión de ese carácter falso, una transposición de este al ser. La verdad no es en consecuencia algo que esté ahí y que haya que sorprender y encontrar, sino algo que hay que inventar, que de su nombre a una operación. Mejor aún a la voluntad de conseguir una victoria, voluntad que por sí misma carece de fin: Admitir la verdad es iniciar un proceso <in infinitum>, una determinada acción activa, y no la llegada a la conciencia de alguna cosa fija y determinada. En una palabra la <voluntad de poder>”.*

Nietzsche no hace un análisis del poder tomando en cuenta los medios masivos de comunicación, menos los electrónicos que al momento de su fallecimiento (año 1900), eran demasiado insipientes, por tanto la aplicación de estos postulados a RNM pueden parecer un tanto descolgados, desactualizados en el tiempo.

Para mí no se puede hacer una evaluación de la intención y del poder de los medios, sin tener en cuenta algunas cuestiones que hacen al género humano en torno a este tema, sigue siendo la “verdad” un elemento en disputa, coincido con Nietzsche en que es algo que debe construirse, no algo que se encuentra, es en este sentido valioso su aporte. Hoy los medios masivos de comunicación, en especial los electrónicos, son la base desde la cual se construye la “verdad” la “realidad”, son la filosofía y la razón, la ventana al mundo, para casi todos los habitantes de él y con seguridad para los que dominan. No asombra por eso que sea un espacio en disputa. Pelea que crece y se tensa cada vez más.

La lucha por sancionar y aprobar una ley de medios en nuestro país, el denodado esfuerzo por lograr su plena aplicación, casi cuatro años después de su aprobación.

Los límites que esta nueva ley muestra hoy para lograr su más altruista objetivo “la pluralidad de voces promoviendo la desmonopolización de estas”, el avance de distintos Estados como el de Ecuador en esta misma dirección.

Los intereses que han manifestado los grandes capitales en medios de comunicación, ya sea desarrollo tecnológico (telefonía celular, web, satélites, etc.), adquisición de licencias, espacios tradicionales de comunicación físicos y de aire (tv y radios), con empresarios que además, desarrollan negocios de otra índole en torno a sus medios de comunicación.

La compleja situación que atraviesan hoy los medios de comunicación, tienen que ver para mí, con lo señalado en los pequeños párrafos extraídos de la brillante obra “Voluntad de poder”.

Para no quedarnos anclados entre la moral, la verdad, el nihilismo, y demás cosas que pueden parecer de un lejano pasado (recomiendo la reflexión de estos términos como muy actuales) tomare parte de los dichos de Daniel Badano (periodista de RNM), que tienen relación con el tema del acceso de distintos actores al espacio de poder, representado en RNM.

La pregunta disparador para abordar este tema ¿Cuál o cuáles serían los aspectos de RNM en los que podemos fijarnos para determinar si la radio difunde la cultura local, pone en juego maneras del decir, modos de hablar, poner en juego las distintas comunidades que hay en la provincia, como ves vos, la radio insertada hoy en Mendoza desde ese lugar?

Badano respondió: *“Has dado en el clavo porque a partir de las discusiones que se dieron en la ley de medios, la radio tuvo un protagonismo fundamental, porque aquí mismo en el auditorio de la radio se congregaron, yo te diría miles de agrupaciones que tenían la apetencia de llegar a tener la oportunidad de establecerse como emisores, en todo sentido.*

No solamente de radio, hablo de por ejemplo comunidades indígenas, entonces en ese sentido la radio se comporto como una hermana mayor que los invitó, los trajo, les dijo como eran las pautas que debían cumplimentar para justamente cumplir la ley fundamental, que es la ley de medios la ley de la democracia.

En lo que vos puntualmente decías en términos culturales, la propia ley de medios, trae a colación aquello de regionalizar los modos de decir, la democratización no solamente de la palabra, sino también de los modos en que se dice esa palabra, la aceptación en torno a esa palabra, fijate que éramos muy unitarios en esos términos, hace algunas épocas íbamos a rendir a Bs.As., como locutores, como periodistas y demás y como no hablábamos con la “eye”, que es más de ingles, porque la “eye” es de “shit”, no como hablamos nosotros aquí con esos regionalismos maravillosos que tenemos.

Hoy eso está puesto en valor y se ha reversionado este argumento, hoy es valioso el hecho de acusar un regionalismo y antes era un pecado comunicacional, en ese sentido creo que se ha avanzado muchísimo culturalmente, y no solamente desde un gobierno o una ley, sino que nosotros mismos nos hemos dado cuenta de eso y hoy por hoy lo ofrecemos con orgullo, cuando interactuamos a nivel de las distintas radios que tiene el país.”

Está presente en esta mirada de la radio como difusor de la cultura local, la disputa de distintos sectores que pugnan por tener un lugar, donde exponer sus inquietudes, su propia construcción del mundo, atendiendo a necesidades propias de cada sector, que por no disponer de espacio de comunicación masiva quedan invisibilizadas para los otros sectores de la sociedad.

También ese rol de “hermana mayor” supone un lugar de preponderancia y conducción, puede observarse, que RNM interactúa con otra cantidad de radios (47 emisoras más en todo el país), supuestamente ampliando la base desde la cual se construye la cultura. Lo que supone la participación y reconocimiento de mayor cantidad de actores de nuestra sociedad.

¿Posibilitándoles un pequeño espacio de poder a partir del acceso a los medios masivos de comunicación? La pregunta pretende llamar a la reflexión, que devuelve esta otra: ¿es suficiente con esta interacción de radios o reconocimiento de los regionalismos, para diversificar el poder que otorgan los medios, y difundir la cultura local?

La observación sobre cómo se imponía una manera de decir y hablar, en escuelas de locutores (que no ha variado mucho en la actualidad), también hace referencia a los métodos como se disputa el poder, se imponen barreras que van limitando, deslegitimando a quien pueda pretender algún reordenamiento social, o plantee una idea distinta de construcción simbólica.

De hecho, que exista una escuela de Locución, es la prueba más acabada de la negación a cualquier persona para que pueda expresarse verbalmente con los aprendizajes que su cultura, familia, sociedad, le han proporcionado. En lugar de esto debe aprender las maneras y tonos que la escuela impone para estandarizar cualquier tipo de expresión.

¿De qué hablamos cuando hablamos?

La imposición de temas, por lo tanto de ideas o formas de ver el mundo que nos rodea, es mucho más visible en sectores de sociedad que tienen mucho poder, esta condición les posibilita poner en juego sus intereses. Por ejemplo en la década del 90, se instaló que las empresas del Estado eran deficitarias, que se debían privatizar para optimizar su rendimiento.

Hoy la discusión es si la intervención del Estado debe compartirse con capitales privados, en empresas estratégicas como YPF, con Chevron. Si la justicia debe ser “democratizada”. Si la corrupción inunda a distintos personajes del gobierno.

Por lo general entre dos sectores poderosos que ponen en discusión mediática, los temas que más tarde o más temprano los colocaran en el lugar hegemónico (tanto los que aspiran a ocupar el lugar como los que lo quieren conservar)

Para entender cuál es el campo en disputa del que estamos hablando, podemos guiarnos con el trabajo de Isabel Requejo nuevamente.

Está claro que no es sólo el lugar físico, ni los implementos para poder poner en el aire un programa de radio o tv., lo que está en juego, si bien estos son aspectos importantes, pero lo son por que posibilitan el reconocimiento por parte de la comunidad de los intereses que cada quien pretende movilizar.

En este punto Requejo plantea: (lingüística Social y Autoría de La Palabra pág. 22) *“Ya en aquellos años descubrí que los lingüistas podemos trabajar e incluso luchar en desventaja, cuando defendemos la idea de que es posible contribuir a gestar desde las universidades nacionales condicione científico-políticas que avalen ya no un mero reproducionismo o alabacionismo teórico, sino nuestro derecho a producir teorías, modelos explicativos, y no sólo a “aplicarlos”. Es decir, apostar a una autoría científica de nuestra(s) palabra(s)-pensamiento(s), que nos posibilite gradualmente liberarnos de siglos de epistemologías idealistas, conductistas, inmanentistas, cognitivistas y de referentes ajenos e incluso poco representativos de las problemáticas, necesidades y urgencias del presente social en que vivimos.”*

No solamente tener el o los espacios de aire, constituyen la disputa. Construir nuestras verdades, realidades, soluciones, ajustadas a las necesidades de la comunidad, permitiendo una valoración de nuestras observaciones y construcciones que nos pongan en condiciones de fortaleza frente al avasallamiento que se sufre al obligarse a reproducir lo instalado lo impuesto por la fuerza apuntando a construir poder.

No quiere decir que no deban conocerse alguna que otra teoría, o no deba indagarse sobre alguna que otra observación, que haya podido realizar algún investigador. El problema está en quedarse con esas explicaciones, obligarse y obligar a otros a encasillar cualquier tipo de concepto o construcción -científica o no- en los compendios de la ciencia producida en los importantes y reconocidos centros de construcción del conocimiento.

Imaginemos por un momento que podemos proponer y aplicar nuestras observaciones e ideas, para atender problemas que nuestra sociedad pueda presentar en distintas áreas. Y no como sucede hoy que debemos escalar una cordillera de ciencias sociales, nacidas, enfocadas y planteadas desde los centros del poder mundial, para atender a sus necesidades, para poder plantearnos si estamos encarrilados y si no lo estamos cuáles son los pasos a seguir.

Estos pasos serán dictados por algún francés, alemán, norteamericano u holandés, reconocido mundialmente por su importante producción. Alguno dirá que también los científicos y no científicos locales, son consultados y aportan sus conocimientos y saberes.

La discusión es como ha sido formado ese actor local y como ha logrado el reconocimiento, si uno analiza sus logros entre ellos está el haber escalado con éxito y permanecer en la cima de esa cordillera de ciencias sociales o no sociales, que han sido propuestas desde los poderosos centros de producción (se siguen buscando en la academia y fuera, la formación preferentemente en EE.UU. o Europa).

Una cita que hace Isabel Requejo de Marx, me permito recuperarla (ídem anterior pág. 22 está en inglés y la he traducido sin ser traductor es un aporte y nada más)

The ideas of the ruling class are in every epoch the ruling ideas: i.e., the class which is the ruling material force of society is at the same time its ruling intellectual force. The class which has the means of material production at its disposal, has control at the same time over the means of mental production, so that thereby generally speaking, the ideas of those who lack the means of mental production are subject to it.

Las ideas de la clase dominante son en cada época las ideas dominantes, es decir, la clase que ejerce el poder material dominante en la sociedad es, al mismo tiempo, su poder espiritual dominante. La clase que tiene los medios para la producción material a su disposición, tiene el control al mismo tiempo, de los medios para la producción espiritual, para que de esta manera en términos generales, las ideas de quienes carecen de los medios necesarios para producir espiritualmente estén sujetas a ella.

En esta misma sintonía, en debate sobre el poder, la autora propone. “Los centros de investigación más renombrados y con mayor poder de difusión y edición están fuertemente emparentados con ministerios de políticas educativas y socio-cultural, por un lado, así como con la producción y actualización de fundamentos epistemológicos, contenidos y discursos que definen lineamientos y alineamientos teóricos entre tales centros y otros niveles del sistema educativo y científico.” (Ídem anterior pág. 23).

Este es un debate profundo, puede disparar para distintos lugares impensados para mí, no es la intención avocarnos a esto. Isabel Requejo dice: “Ambas miradas y prácticas (la reproductivista o transformadora, creadora), operan muchas veces en nosotros como par coexistente y contradictorio, de ahí que su debate y problematización a comienzos del siglo XXI me parece imprescindible.” (Ídem anterior).

Comparto que este debate debe darse. Será otro momento y ámbito los que lo contengan, pero es necesario tenerlo en cuenta a la hora de analizar un medio de comunicación masiva, como RNM en medio de una disputa de poder.

Abrir estos espacios para el “bien público” o para “todos” es la declamación de quienes controlan estos lugares. Sin embargo está muy presente, el peligro que acarrea permitir el acceso a estos lugares, de actores que podrían cambiar el juego, poner nuevas reglas, intervenir en los órdenes de poder.

Mirar, analizar, oír, y sopesar la programación de RNM deja las pistas necesarias para seguir un camino de apertura y búsqueda de la pluralidad de voces, camino lleno de peligros que deben enfrentarse, si la propuesta es construir una sociedad más justa e igualitaria, camino que debe pasar de la declamación a la acción

Seguimos pues con Silvia Fernández (periodista de RNM) y una mirada más sobre la problemática que se propone. *“La gestión anterior por ahí tenía otra mirada no tanto en lo político porque también respondía a este proyecto, digamos los cargos de los directores, son cargos políticos -ha sido históricamente así siempre fueron cargos políticos- más allá de que en algún momento se accedía a la dirección a través de concursos, y en la radio accedías a través de concursos, te estoy hablando de la década del 50, pasados los 50 la radio se inaugura como radio Nacional, como radio estatal el 1° de septiembre de 1953.*

Antes era radio “Aconcagua” una radio privada que pertenecía a los hermanos Calle, los dueños del Diario Los Andes, en ese momento, cuando comienza a tener la radio el Estado, tenía un sistema -como tenía casi todo el Estado- de concursos pero siempre, por supuesto ha habido cercanía con los proyectos...

O sea la radio ha estado históricamente ligada a los procesos políticos y sociales de la Argentina, los directores que ha habido, por más que a veces accedían por concurso, también eran directores políticos, respondían a un proyecto político.

Pasó así en el 50 en los 60 con las distintas dictaduras que tuvimos, con la dictadura del 76 también, teníamos un director que si bien venía de antes, Pignolo (Carlos)-ese era su nombre-era absolutamente consecuente con la ideología de la dictadura, estaba totalmente a favor de la censura, tenía toda la mirada que tenía la dictadura en ese momento de la lucha contra la subversión etc. Él era el encargado de hecho de censurar acá en la emisora, eso me lo dijo a mí personalmente (ya falleció) entonces siempre han estado ligados los directores de la radio, con los procesos sociales y políticos de la Argentina.

En la etapa kirchnerista no ha sido distinta en ese aspecto.

Los directores han sido directores políticos, que tienen una mirada y un apoyo del proyecto político nacional, si ha habido diferencias entre la gestión anterior de Guillermo Stagni y la del Ernesto.”

“la RNM no fue ajena a eso en ese momento, la Radio Nacional apoyó al gobierno nacional del momento, había de hecho acá un director que se llama Parvanoff (Jorge) que puso en su momento quien era el director de Bs. As., respondían al modelo que estaba imponiendo en ese momento Menem -el neoliberalismo- entonces tal vez la resistencia en ese aspecto de que hayan otras voces disonantes, que contaran que es lo que estaba pasando en realidad, con los ajustes, el desempleo, con todo lo que estaba sucediendo con el neoliberalismo, con el ajuste del estado y demás eran los medios comunitarios.

La radio igual fue víctima porque se echaron muchos empleados, la planta a fines de los 80 en la radio era de 100 personas y a principio de los 90, cuando Parvanoff toma las riendas de esta emisora pasó a ser de 20. Hubo mucho macartismo también, se echo a gente que respondía o que tenía otra mirada política, de la que tenía el director. Los empleados de la emisora que pudieron resistir todo ese embate del neoliberalismo, también veían cotidianamente, como les bajaban los sueldos, como les robaban los sueldos en sus propias narices, con el miedo permanente a perder el puesto de trabajo.”

“Luego con de la Rúa, con el duhaldismo, y después con el gobierno kirchnerista se plantea lo de la ley de medios, es una bisagra en los medios y en el ejercicio del periodismo en el país y está siendo eso en el mundo.

Además porque los medios hegemónicos se terminaron convirtiendo en grandes empresas que responden a determinados intereses, y han sido los grandes opositores en la región, si se quiere, a los gobiernos populares, entonces ante este contexto la radio (RNM) si es una voz disonante, y si plantea una mirada distinta a la de los medios hegemónicos.

Pero como te decía, no se deja de hacer periodismo, se entrevista a la oposición, se la cuestiona, se critica cosas que no se comparten, se trata de que estén todas las miradas. Pero si, por supuesto hay una fuerte defensa a la libertad de expresión, la ley de medios, porque vemos que es fundamental terminar con los monopolios de la información, para que hayan muchas voces no una sola voz como hasta ahora, y puede ser que si, las Radios Nacionales, hoy la TV Pública también, pero en las Radios Nacionales más, desde mi perspectiva por que en la TV. Pública tenés “678” pero después, tenés programas más sociales...

Radio Nacional Bs. As. y las radios del interior, hay una mirada constante permanente ideológica ,y si se trata permanentemente de generar un contra-discurso, de tener una voz disonante de tener una mirada distinta a la que hacen los medios hegemónicos, y como te decía, de defensa de la pluralidad, de la libertad de expresión, de la soberanía nacional, de la independencia económica y del proyecto nacional, y del proyecto de inclusión, entonces por supuesto que si en ese sentido simbólicamente, si se quiere, tiene esa característica”.

Son tres momentos en donde la entrevista mantenida con Silvia Fernández nos dejó al descubierto RNM como un espacio de poder en disputa.

Desde cómo define los puestos de los directores de la radio, cómo llegaron a ese cargo. El recorrido histórico marcando una constante en el comportamiento de la radio, con respecto a los “procesos sociales y políticos” de la Argentina. La ley de medios, el periodo kirchnerista, la defensa de tales o cuales aspectos, incluido el “proyecto nacional y popular”, la participación de la oposición, entre otros temas.

La permanente y constante mirada ideológica apuntada a generar un contra-discurso, que debe analizarse ¿En beneficio de quién es este contra discurso, en beneficio de quién es el discurso al que hay que contraponer? La relación con la TV. Pública que aparentemente dejaría algunos espacios más despejados de discurso partidario, o “contra-discurso”, para permitirse programas con aparente neutralidad.

El énfasis -puesto por los sectores poderosos en disputa- en apropiarse del significado de términos como “libertad de expresión”, “soberanía nacional”, “independencia económica”, “pluralidad”, “medio y discurso hegemónicos”.

El sentido por el cual RNM es una “voz disonante” en una coyuntura particular, que Silvia Fernández compara, con el rol que cumplían los “medios comunitarios” en la década del 90 con el menemismo, lugar de resistencia en términos mediáticos.

Son apreciaciones y descripciones que a todas luces ponen a RNM como un espacio en disputa, y si bien no se marcan los motivos por los cuales se disputa, está claro que quienes lo disputan son los sectores que ejercen el poder (tanto político como económico).

La utilización de términos como, defensa, resistencia, militancia, hegemónicos, contra discurso, da la sensación de que estamos –como sociedad-en la necesidad de tomar posición por alguno de los dos bandos, que hoy se disputan el poder, que tener una mirada que plantee una tercera o cuarta o quinta posición, hoy por hoy sería perjudicial, porque avanzaría un sector u otro de poder (de los dos que disputan).

Desestimando la condición de clases sociales en lucha. Llevando la contradicción a los intereses de la clase dominante, planteando como decisivo para el “bien público”, el resultado de la disputa que entre los miembros de una misma clase (la dominante) llevan adelante.

Dejando a los dominados en las mismas condiciones que hasta ahora han padecido. Entre ellas no disponer de medios masivos de comunicación.

¿Cómo puede atenderse a la pluralidad de voces? ¿Cómo se puede construir un medio público si debe haber un control de quien tiene el poder, por sobre lo de todos? ¿Cómo se contraponen medios hegemónicos y de que depende esa hegemonía? ¿Cómo analizar si hay algún error o desatino que pueda perjudicar a la sociedad toda, si no hay quien pueda alzar la voz? Como pasó, según Silvia Fernández, con las dictaduras, incluida la de 1976, con el neoliberalismo de los 90, con de la Rúa y que no cambia en tiempos del “kirchnerismo”.

Estas preguntas requieren en su respuesta, la imprescindible construcción, reconocimiento, y difusión de la cultura local.

Para reconocer pluralidad de voces debe admitirse que existe, esta pluralidad y debe detectarse donde se encuentran física y concretamente estas voces, reconocer que pueden ser opuestas en la construcción de la verdad que proponemos, por lo tanto pueden generar un polo de poder propio, si una porción mayoritaria de la sociedad decide adherir a esta propuesta.

Es necesario que la pluralidad de voces se dé en la comunidad más cercana al medio de comunicación, para poder influir en esta sociedad y el desarrollo de su cultura. De lo contrario se instalan en la sociedad más cercana al medio (la radio), problemáticas ajenas a ella y que terminan haciéndola perder su identidad. Condición necesaria para instalar los conceptos, valores e intereses de quienes pretenden ejercer el poder (dominación).

En este dilema, se debe analizar, si los medios hegemónicos o no, representan los intereses de esta comunidad, si permiten el crecimiento en cuanto a identidad de esta sociedad, elemento que no puede estar ausente en una sociedad que se proyecta en el futuro, pensando en las generaciones venideras y sus necesidades.

De esto depende la independencia de los pueblos, la justicia, la igualdad, palabras que no pueden significarse con liviandad, en un mundo donde persiste una lucha de clases y los destinos están marcados por el capital.

Es necesario poder reconocer nuestro acervo cultural, lo que somos y lo que queremos ser, si estamos en el lugar del que decide, o si deciden por nosotros, si vemos las contradicciones que nos subyacen, o si admitimos que nos impongan la contradicción que beneficia a cualquiera menos a nuestra clase.

Para estos fines se reclaman los espacios de poder que otorgan los medios de comunicación, agudizar los sentidos y disponernos a la crítica y autocrítica es el camino, en el cual debemos desenlazar nuestro accionar.

Se plantean temas de los que es mucho más fácil hablar, discurrir y proclamar, que actuar concretamente, lejos del desaliento, es apasionante el desafío que se presenta.

Encontrar a que clase social pertenecemos (me refiero a si somos dueños de los medios de producción, o si sólo podemos vender nuestro trabajo al mejor postor), cómo vive esa clase y qué necesidades tiene, cómo construimos sus espacios de poder y por lo tanto sus medios de comunicación.

Para poder empezar a determinar cómo funcionan los espacios de poder y en manos de quién están será útil un mapa de medios, que analizaremos a continuación.

Esta es una manera de presentar la información, sobre quienes son los que controlan medios de comunicación. Por supuesto que no están todos (no olvidemos que están tratando de vendernos una realidad particular), pero están algunos que por su envergadura revisten porciones importantes de influencia, difusión, por lo tanto de poder.

En este sentido Ernesto Espeche en su rol de profesor del “Taller de Periodismo” de la carrera de Comunicación Social citaba a Alcira Argümedo con la siguiente frase “el poder de los medios es inversamente proporcional al grado de organización del tejido social colectivo”.

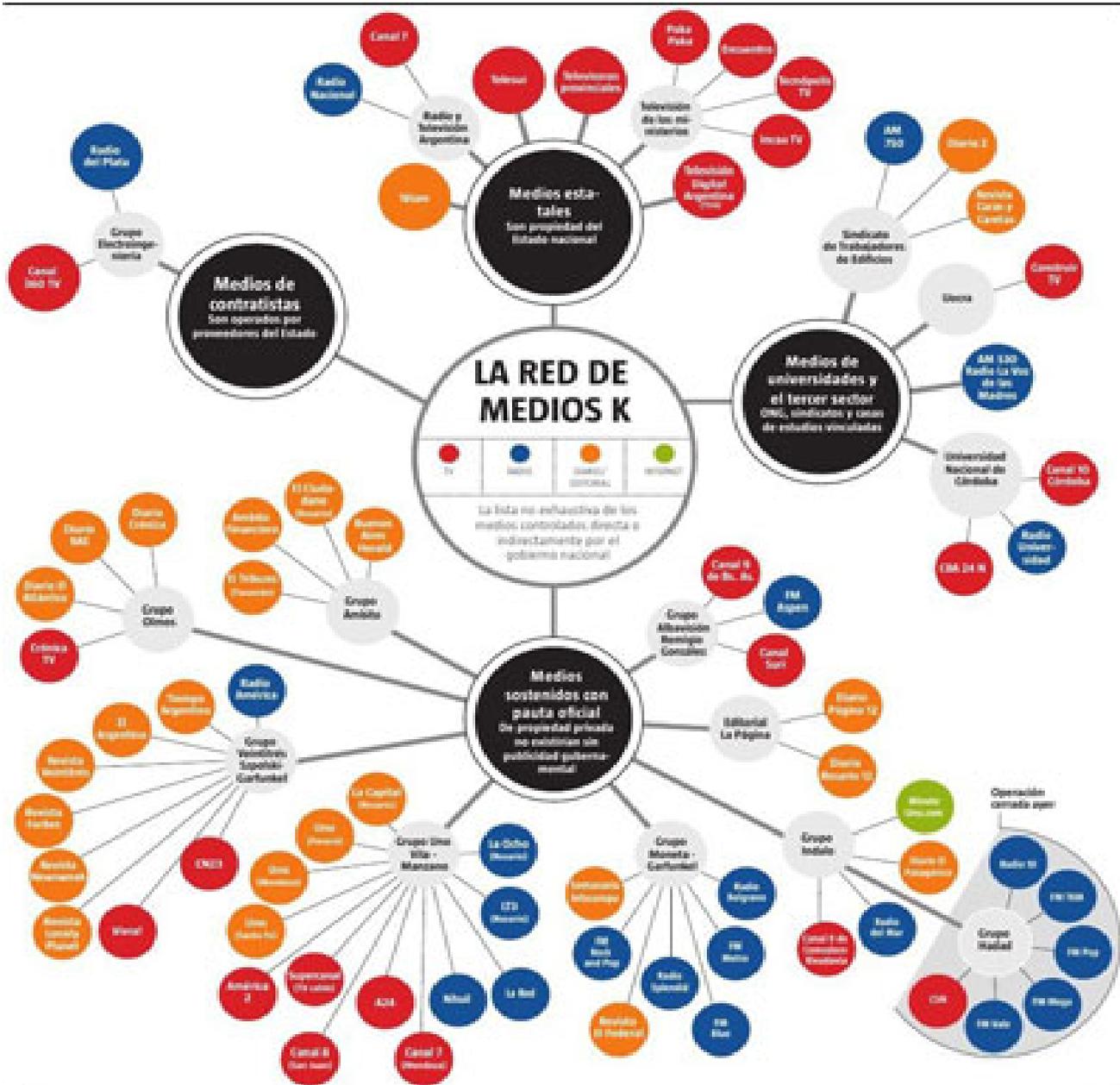
Frase que recupero para poder tener un parámetro desde el cual podamos evaluar el poder de los medios de comunicación masiva.

La frase quiere decir que el poder de los medios de comunicación, es irrelevante cuando la sociedad (tejido social colectivo), está organizada y es capaz de construir, conocer y compartir su propia realidad, desactivando las intenciones de quien quiera avanzar en este sentido.

El grado de organización del tejido social colectivo, es interpretado como la capacidad de construcción y análisis de la realidad que puedan tener los destinatarios de los mensajes puestos en juego por los medios masivos de comunicación cualquiera sea.

Por tanto quien pueda definir y percibir su entorno y realizar una construcción colectiva, desde la organización, no necesita que le “informen” lo que está pasando, es aquí donde pierden poder los medios en cuanto a la construcción de la realidad, y desempeñan su más sana función. Mostrar una mirada particular sobre algún hecho en particular, compartiendo con la comunidad esta mirada y aportando elementos, que contribuyan con la organización del tejido social colectivo.

Un mapa para comprender cómo se puede evaluar la distribución de medios



*Mapa de medios diario La Nación 27/04/2012 título "Otro grupo de medios en manos oficialistas"

Puede objetarse que el mapa utilizado es de un medio hegemónico, "opuesto" a RNM, cargado de intencionalidad, y con el déficit de no poner en evidencia un mapa más amplio que contenga todos los medios masivos de comunicación concentrados que existen en el país.

De todas maneras y a pesar de las objeciones no deja de ser una fuente de información. El objetivo aquí no es cuestionar al gobierno de turno, por la cantidad de medios que controla de alguna manera, sino situar a RNM como espacio de poder en disputa y ¿por qué? se da esa disputa.

También el mapa (aunque muy deficitario en cuanto a la información que entrega) nos permite hacer una aproximación a la distribución, y la manera en que un grupo de personas toman el control de los medios en sus distintos soportes.

En relación con el poder que estos representan –tomando como referencia la frase de Alcira Argümedo citada por Ernesto Espeche- se visualizan los roles y la posición de las personas e instituciones que controlan los medios en relación con la organización del tejido social colectivo, cómo juegan para lograr que sus medios de comunicación, funcionen como constructores de realidad y para que la sociedad los admita.

El mapa no entrega la posición de RNM en particular ni de ninguna de las 48 emisoras que Radio Nacional declara como participantes de la cadena de difusión. Sólo plantea a Radio Nacional como un medio perteneciente a la órbita de influencia oficialista, lo que nos deja lejos de poder usarlo como elemento de referencia para considerar la difusión de la cultura local.

Pero sirve para entender porque RNM pone en el aire los productos que pone, en sintonía con qué y quien está, y determinar si la “pluralidad de voces” tiene asidero allí, si en realidad es de los “40 millones de argentinos”, cual es el carácter público, no estatal o gubernamental de la Radio Pública, es en ese sentido es que el mapa cobra importancia y tiene aspectos que pueden ser considerados.

Partiendo de lo analizado me permito decir que la coyuntura actual, ha generado que cualquier medio de comunicación, sea tomado como un espacio de poder en disputa, tanto si son grandes y potentes equipos con sustanciosos capitales detrás, como si se trata de algún medio comunitario, universitario o de organizaciones (sindicatos u ONG), pareciera que nada debe quedar al azar y que ni el más pequeño medio, hoy por hoy, escapa a una fuerte disputa de poder.

Los condicionamientos que esta coyuntura produce para los medios masivos de comunicación cobran características nunca vistas anteriormente. Nunca como en estos tiempos los estados (grupos de poder hegemónico) ni los sectores que disputan el poder (empresariado, dueños de capital transnacional, organizaciones civiles, etc.) tuvieron que preocuparse de medios de comunicación con un nivel de desarrollo tecnológico y penetración como los que existen hoy.

La radio y en particular RNM no escapa a esta coyuntura, pero en Mendoza (Provincia de la cual pretendemos sea difundida su cultura) tiene otra radio que funciona como Pública-estatal, este fenómeno hace que tengamos dos medios de características similares en una misma coyuntura que podemos comparar, aunque sea superficialmente, con el fin de detectar cómo se comportan en la disputa por el poder, sobre todo como se juega la difusión de la cultura local, en dos medios que según su autodefinición pertenecen a un mismo ámbito (público-estatal).

COMPARACIÓN DE “RADIO NACIONAL MENDOZA” CON “RADIO LIBERTADOR” Comparar estas dos radios, nos permite observar cómo se difunde la cultura local, en cada una de ellas, teniendo un ámbito similar de conducción es decir, son radios públicas-estatales, con algunas características distintas y muchas coincidencias.

No hay bibliografía (yo no encontré) que permita relevar historia y funcionamiento de las dos radios como para hacer una comparación como se pretende aquí, por lo tanto las fuentes en las que me apoyaré serán entrevistas con personas que han transitado escuchado y producido para radio, sumando la información que pueda surgir de escuchar ambas emisoras.

Manuel Corominola

Es un hombre de la radio mendocina, trabajó como periodista y como libretista en Radio Nihuil, Radio Libertador, Radio LV10 y Radio Nacional paso por canales de televisión (canal 7 y Aconcagua tv) diarios (Los Andes, El Andino) ganó el premio “Martín Fierro” por la conducción y producción del programa “A Micrófono Abierto” LV10. En cuanto a la comparación entre RNM y Libertador dice.

“Lo que tienen en común o tuvieron -desconozco la actualidad- te hablo de la década del 70, la primera parte de la década del 70, lo que tenían en común y en coincidencia era el bajo presupuesto, eran totalmente desatendidas por parte de la Nación, en eso coincidían las dos. Radio Nacional en esa época se dedicaba casi exclusivamente a difundir la cultura mendocina, y difundir la cultura nacional, su orientación en ese momento no era comercial no se aceptaba clientes comerciales, y toda su programación estaba orientada a sustentar la cultura nacional. Yo trabajé entre el 70 y el 74 tanto en RNM, como en Libertador como “libretista” en RNM hacia los libretos de “Por los senderos de la patria” y de varios programas más, en Libertador también como libretista hacia los libretos de un programa diario matutino, muy popular, se llamaba “Buen día vecina”.

En esa época teníamos trabajo los libretistas porque no se improvisaba todo se leía, era todo libretado todo leído.

En Radio Libertador, problemas de presupuesto, pero una radio manejada como radio comercial, no como radio del Estado. El presupuesto del Estado para radio Libertador era para cambiar alguna válvula de algún equipo pero no pasaba más allá de eso.

Los sueldos del personal aunque se les liquidaba desde Bs. As., generalmente se esperaban que los montos se giraran de acá para Bs. As., para recién liquidar los sueldos, un poco para obligar al personal de la radio principalmente a la gerencia de ventas, obligarlos a vender porque si no esperan el sueldo, entonces los directivos de la radio, ¡bueno muchachos hay que salir a vender porque si no, no se cobra! esa es la gran diferencia fundamental.

RNM una radio estatal y radio Libertador como radio comercial”.

Refiriéndonos a la difusión de la cultura local en estos dos medios, Corominola dice. *“Radio Nacional Mendoza era una radio que difundía la cultura local pero era líder en ese sentido el auditorio en RNM funcionaba prácticamente todas las noches y los fines de semana era de corrido.*

Con fundamentalmente programas culturales y programas de raíz folklórica o de música local, RNM era líder en ese sentido.

Radio Libertador también, recordemos que todavía aún hoy mantiene en su edificio el auditorio en el que había colas de hasta dos o tres cuadas, en los fines de semana viernes, sábados y domingos, por los espectáculos locales o nacionales que presentaban y competían precisamente con programas en vivo con LV 10, que también tenía su auditorio, Nihuil tuvo auditorio pero no le dio tanta trascendencia e importancia a los programas en vivo y con público.

Todos los artistas nacionales que pasaban por Mendoza, era importantísimo una presentación en el salón auditorio de Libertador o de LV10 o de Radio Nacional.

Radio Nacional tenía programas incluso en exteriores, que se hacían desde el teatro Pulgarcito, en el Parque general San Martín, con equipos de exteriores. En esa época, te estoy hablando de la primera parte de los años 70 hasta el golpe, después cambió la cosa.

No era tan importante la parte prensa, es decir era más importante los programas en vivo que la parte prensa, en donde enganchaban directamente con Bs. As., con LRA”

Oscar Di Nasso

El otro hombre de radio mendocina que aporta para llevar adelante esta comparación, es licenciado en comunicación social (hace 10 años) en el año 1990 comenzó a trabajar en radio FM, en 1997 llega a Radio Nihuil, pasando luego a Radio De Cuyo LV10, con radio Nacional en el periodo 2011-2012 completa el periplo por las AM.

Además ha trabajado asistiendo alumnos en la cátedra de radio de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNCuyo, carrera de Comunicación Social y es codirector de este trabajo, Oscar Di Nasso, especialista en rock, radio y medios de comunicación masiva, dice respecto de la comparación entre las dos radios públicas-estatales de Mendoza.

“hay un error conceptual en pensar que alguna radio no es pública, todas son públicas en tanto y en cuanto las frecuencias en que operan las radios son propiedad del estado que las entrega en un tiempo determinado de años a operadores privados para que las explote, la diferencia es gestión estatal o privada.”

“El concepto de radio pública tomado estrictamente como estatal las hay de varias clasificaciones, radio estatal por naturaleza y por excelencia es Radio Nacional con 40 emisoras en todo el país no 48 porque hay 8 que son de otro nivel de radios estatales.”

“Radio Libertador LV8, corresponde a un grupo de 8 radios que quedaron, yo digo huérfanas pero son remanentes de la época del General Perón cuando estatizó todos los medios, entonces por algún motivo han quedado solas predicando en el desierto, como estatal.

Históricamente han sido radios del estado nacional en cuanto a la gestión política, y provinciales desde el punto de vista de las decisiones de la radio o sea recibir una partida de dinero de Bs.As. pero la toma de decisiones en cuanto a contrataciones e incorporación de personal se hacía puertas adentro de la radio. No sé si hubo concurso o no, porque no he presenciado el momento en que alguien esté entrando”

“Entonces la diferencia está en que eran radios del Estado Nacional en cuanto a la gestión política y a la vez comportándose como provinciales a la hora de la toma de decisiones, facturación de publicidad, contrataciones incorporación del personal, tanto de planta como contratados.”

“Con todo respeto y cariño pero Libertador siempre fue una radio de medio pelo pero viviendo de su impronta, de lo que piensa de lo que dice, de lo que hace, con esa característica de Estado Nacional, y provincial en las decisiones y vivía de lo que hacía.”

“Durante el gobierno actual de Cristina Fernández de Kirchner y en el marco de la nueva ley de medios se la pone a Libertador dentro del paquete o la órbita de RTA junto con Nacional y la Televisión Pública.

Las dos son controladas por el estado nacional pero RNM es estatal por naturaleza, y radio Libertador vendría siendo una radio comercial, mientras RNM no lo es.”

“Radio Libertador vendría siendo una radio que controlada por el estado, pero comercial como si fuese privada de hecho te lo dice la sigla LV8 como Nihuil es LV6 o Radio de Cuyo es LV10 en cambio RNM es LRA6.”

“si vos sintonizas Libertador te vas a encontrar por ejemplo en el horario de los noticieros Libertador tiene sus noticieros pero antes no, después bajan reglamentariamente el noticiero de Radio Nacional, por ejemplo La Tarde En Noticias o La Noche En Noticias y también otros programas.”

“Esto parece ser una expropiación encubierta, porque Libertador tiene su historia su programación. En resumidas cuentas y para ser bien grotesco Libertador desde la ley de medios hasta hoy no es otra cosa que la hermana boba de RNM donde le queda muy poco de su impronta y se obedece lo que dice Radio Nacional Bs.As., tanto de lo político como de la programación propiamente dicha.”

“Hace tiempo atrás el menú te podía gustar o no pero era característico de la impronta y del público que sigue esa radio, hoy como que está más uniformado, como que hay programas que no caben en RNM por que no entran en la grilla por una cuestión de espacio van a Libertador, por momentos en algunos horarios Libertador parecería ser la versión popular de RNM tiene esa cosa de ser la hermana boba. En ese sentido más allá de las concepciones y los gustos personales es que uno dice que Libertador vivía de lo que decía pensaba y hacía.”

“Si hay que hacer una distinción de mayor a menor de las dos radios la más controlada en todos los tiempos es RNM. Puede que en cierto y determinado tema que no sea tan medular en la coyuntura nacional sea un poco más independiente Libertador, por lo demás trabajan en forma coordinada no solamente porque están dentro de la órbita de RTA sino que inclusive te lo hacen saber con algún memorándum pegado en las paredes pidiendo trabajar coordinadamente.”

“Eso es hoy en la época en que Libertador era juna radioj que vivía de su propia impronta tenía un poco más de equidistancia, podía no pensar igual que Radio Nacional.”

“los espacios se disputan siempre en mayor o menor medida, a veces con todo el poder del estado, con todo el poder de la política los programas centrales de la mañana ,de la tarde, obviamente con todo el poder de la coyuntura nacional perfectamente aceitado. Después programas que son de otra índole un poco más cultural, artístico que no significa que no se meta algún tema político de coyuntura al medio pero viene un poco más de costado, yo digo cuando es la política al palo, esos sí están negociadísimos, o por lo menos puestos muy a conciencia.”

“Hay programas muy funcionales a las políticas de este gobierno que son por convenio de emisión, un programa que me llama poderosamente la atención que sea por convenio, es el programa que pinta de cuerpo entero a RNM como es Por Los Senderos De La Patria que no es solamente el más antiguo sino que ¡es RNM ese programaj”

“quizás en Libertador sea un poco más solapado esto, te encontras con que casi no hay tandas queriendo parecerse a RNM, lo cual no deja de ser comercial, aunque no se escuchan tandas quizá ante la posibilidad de comprar un espacio, meter o bajar programas sea un poco más solapado quizá mantenga una puntita de la vieja Radio Libertador que vivía de su propia impronta.”

Rodolfo Fito Suden

Por último una voz de RNM, trabaja allí desde el 15 de diciembre de 1980 (33 para 34 años) egresado del ISER (Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica), Actor egresado de la UNCuyo, Facultad de Artes y ha trabajado en otras radios entre ellas Nihuil y por radios de menos envergadura en cuanto a audiencia y poder económico, como Radio Universidad. Rodolfo Fito Suden y su análisis de las diferencias similitudes y comparación entre las dos radios “públicas”, la radio y la difusión de la cultura local y RNM un espacio de poder en disputa.

“Me confunde, no termino de enganchar este asunto del poder en disputa”

“Me sigue confundiendo este tema, pero para hacerlo más simple los directores que aterrizaban acá tenían relación directa con el gobierno que había ganado, y pegando un salto sobre el gobierno de la provincia de Mendoza.

Con Alfonsín un director del palo Raúl Marín pero no había... me está haciendo ruido esto del poder. Un compañero decía, es un pozo político, la antípoda de la disputa del poder.

Es como un vacío, un pozo político, en el sentido ¿A quién le damos la dirección de RNM? no era un foco de apetencia por el poder, por empezar para ser muy gráfico el sueldo, yo de hecho me auto-proscribí alguna vez de ser director con un señalamiento del dedo de Mona Moncalvillo, no porque sea tan heroico sino por que perdía dinero, entonces ahí ya tenés una chispita de lo que es el poder.

Pero en líneas generales gana un gobierno, comentando la cocina del asunto, interna del partido ganador para palanquear algún potencial director, ganaba una de esas internas o alguno de esos niveles de lobby y se designaba el director para ser gráfico ha sido algo azaroso ahí tenés algo que está en contra del poder.”

“Hay un detalle que puede aportar, históricamente Radio Nacional no vendía publicidad, empezó a jugar ese juego, primero con una cobertura legal que nunca terminé de entender a través de una fundación después más explícitamente, más ortodoxamente, departamento comercial, y ahí tenés otra foto de un determinado momento, gobierno radical de la Rúa, director determinado, prostitución de aire absoluta, manoseo de aire porque venía X persona con tal dinero y no había control de calidad, control editorial. Yo creo que es Radio Nacional y que el corazón razonó al revés de folclores federales.

El corazón debe estar en LRA1 en Bs.As. y que marque la cancha como de algún modo en este momento de la historia se está haciendo se ha hecho, señor ésta es la línea editorial, tenemos este concepto sobre el tratamiento de la palabra este manual de estilo que nunca existió, este concepto del tratamiento musical.”

“Alfonsín. Es la radio del estado, no es la radio del gobierno. Difícil sostener ese concepto, en realidad pero ese fue un momento considerablemente pluralista.

Ahora hay una guerra mediática, más maniquea la lucha mucho más frontal.”

“Ahora entiendo, este momento es muy distinto de antes, no había esa preocupación en todo caso uno se recostaba en el gobierno pero no era tan frontal esta película viene de ¿hace 5 años más o menos?

Yo le llamo guerra mediática o sea para mi es obsesivo el tema del país, es la guerra mediática, más allá de los temas coyunturales. Hablaba con un amigo muy lúcido y me decía, no es una guerra mediática, es una guerra conceptual, cultural, política es una guerra de modelos, algunos tocan una cuerda y otros tocan otra. Históricamente hay una sobreactuación, lo mismo yo lo tengo claro.

No se puede ser puro en este momento y terminas paradójicamente rechazando cosas a las que estas adhiriendo, yo adhiero en el sentido grueso en el tajo esencial del gobierno adhiero a eso pero me molesta la sobreactuación y el exceso informativo de esta propia radio y te está molestando algo con lo que te estás identificando, pero para decir lo mismo de otro modo ¿Ser puros? Se le está pidiendo pureza únicamente al gobierno.”

“La figura máxima de esta película es 678, está mal pero está bien, para hacértelo de barrio, si a mí me llaman mañana para laburar en 678, yo voy y en todo caso trato de manejar el lenguaje no sé cómo, con un sentido honesto con un sentido verdadero”

“Hoy hablaba con Follari, me dio un matiz que no había visto, el gobierno fue votado, los medios concentrados, hegemónicos no fueron votados y se toman el derecho de hacer un trabajo político, ideológico todos los días y bueno el gobierno está haciendo lo mismo.

Es lamentable es triste yo me contra-digo, cuando va a terminar esta película y vamos a ser la cosa más pura, más plural. Te lo hago muy maniqueo, de algún modo es una foto torpe de lo que está pasando.

Vamos a invitar a Lilita Carrió y TN no va a invitar a Aníbal Fernández, a alfiles dialécticos a pesos pesados.”

Hasta aquí la disputa de poder en el espacio llamado RNM. Ahora la comparación entre RNM y Libertador.

“Voy a ser espontáneo, no tengo capacidad técnica. Creo que hay diferencia, habría que ver que bajada de línea tiene el director, pero no creo que haya un folclore de manejo informativo sobreactuado como lo que está pasando en Nacional está más técnico en Nacional de Bs.As.”

“Libertador no lo se creo que hay diferencia, no sé si hay una bajada de línea, todo lo que salga al aire va a estar a favor del gobierno.

Pero también hay que verlo por ahí más clásicamente no te olvides que sigue vendiendo publicidad esa cosa rara, que está en el circuito de las radio públicas, pero ha vendido publicidad y sigue vendiendo y tenés gente, colegas –espero que no se difunda- pero es parecido a la figura del director ese primero de Alfonsín que primó acá, entonces ya está la impronta de quien dirige y quien trabaja.

Por ahí un programa así o asá y tenés que ir a –suena pedante- pero es técnico y en todo caso no hay ninguna connotación con el poder, con esto que estamos hablando y hay una radio berretoide mediocre eso nada más.”

“Yo tengo la experiencia de la radio universitaria (Radio Universidad) prejuizo que lo más puro en esta “guerra” son las radios universitarias, son medios del estado, no se la realidad de otras provincias pero en radio Universidad han cambiado directores pero se ha sostenido la columna vertebral.

A mí me han querido cambiar el horario, y lo hemos podido al director, tengo un programa de 18 años. Acá difícil. Acá hubiera sido imposible que yo sostuviera un programa 18 años por que volvemos a esta película, Gobierno, de que palo es el gobierno eso determina un director con una impronta.

Yo he tenido momentos de mucha ingratitud, momentos de estar sentado, en el advenimiento comercial y enfermarte.

De tener este concepto de Radio Nacional, sostengamos un nivel de cultura y pateemos el prejuicio lo culto es aburrido, ¡No! Puede ser absolutamente entretenido y respetable, esta radio tiene que hacer cosas por su naturaleza, pensamiento madre.”

“En este momento tengo un nivel de libertad, porque está coincidiendo ideológicamente, lo hago más noble, si yo fuese ganso –estoy siendo muy sincero con vos- pero no sé si podría en este momento desarrollarme con tanta libertad.

“En treinta años ha sido muy marcada la mutación de status quo de la radio según quien ganó y que director aterrizó. Los cambios han sido absolutamente modificantes, en cambio en Universidad que han cambiado cada tres años los rectores, las columnas vertebrales se han sostenido”

“Me molestó cuando empezaron a fogonear como un slogan esto de la radio pública, todo es público, Nihuil es radio privada pero ¡si no es pública Nihuil! Yo no tengo capacidad académica pero tengo olfato de barrio, yo le hubiera puesto radio estatal, es más preciso, si todo es público.”

“Aunque ya se naturalizó esto de radio pública, todo es público, pero te gana el folclore diario digamos”

Radio Nacional Mendoza como difusora de la cultura loca. Rodolfo Fito Suden.

“La ficha que más se juega es la informativa, en la programación hoy hay un exceso de programas de información, el concepto que yo tengo, primero que cultura es todo entonces abriría el juego.

Un programa informativo, después un programa regional, después hago un programa social y hablo con alguien que tiene un comedor en un barrio, un programa que hable de oficios un programa abierto, o voy a la música clásica, creo que te estás dando cuenta que no es el concepto de élite. Pero por ejemplo hoy acá ¡poner un programa de una hora de música clásica! Quizá sea demasiado clásico, pero ese es el concepto esencial, yo pondría un hora diaria de música clásica.

En algún momento se dijo, no competimos, o en todo caso la naturaleza de nuestra radio nos lleva a competir desde la no competencia. Es decir si todo el mundo está al palo con la información yo hago lo que no hacen los otros, hago lo que debo hacer. Pero está contaminado, -hasta disculpado-me pesa decirlo casi, esta lucha.

La pregunta es también que resultado da me parece que es la imagen de Aliberti “estoy arto de convencer a los convencidos.” Me mató esa frase, entonces oxigena, maneja el lenguaje de otro modo, si te interesa marcar una línea. Pero... pero... yo haría otra radio.”

Ha sido más extensa la entrevista con Fito Suden. No solo se comparó a las dos radios públicas de gestión estatal, y por ser un trabajador de muchos años en RNM me pareció acertado rescatar los aportes sobre la disputa del poder o la difusión de la cultura local y algunas de sus experiencias en este largo recorrido.

Los textos carecen de los matices y la sonoridad exquisita de la voz humana, para el lector. Sin embargo sirven para poder realizar una línea de comparación entre RNM y Libertador como radios públicas, alcanzando el objetivo de este trabajo.

Entre las diferencias que surgen de las entrevistas, la más importante y significativa a mí entender es la venta de publicidad, en donde Libertador tiene metidos los pies, mientras RNM no utiliza ese recurso.

Es la más importante porque de allí surgen argumentos para analizar la construcción de la grilla de programación, inclusive para poder determinar cuál es la vinculación con la difusión de la cultura local que pueda tener cada una de las radios.

Respecto de la difusión de la cultura local, en las tres entrevistas hay consideraciones que parten desde lo histórico, con las dos radios cumpliendo el rol de difusoras de cultura (habría que evaluar luego lo de local o no local).

Luego evaluando el momento y la coyuntura actual, Oscar Di Nasso y Rodolfo Fito Suden, hacen sus aportes

En grandes líneas las entrevistas muestran un momento particularmente distinto. La ley de medios, es uno de los motivos con más peso para caracterizar la actualidad de RNM y Libertador. No podemos desconocer que esta ley de medios surge en una coyuntura que plantea el control de los medios de comunicación como un objetivo primordial para ejercer el poder.

En una mirada superficial de nuestro entorno podemos encontrar sin ser muy observadores, como los grandes capitales hicieron un importante viraje hacia los medios de comunicación, después de la caída del muro de Berlín y el fin de la llamada “Guerra Fría”.

Se volcaron a la compra y concentración de medios de comunicación de todos los soportes imaginables. Produjeron la formación de monopolios de la información, que en menos de 30 años lograron influir decisivamente en los aspectos más relevantes de las sociedades. Configurando una impresionante liga de poder privada, sin bandera, nacionalidad o estado, llegando a todos los hogares, vehículos, y bolsillos (mediante celulares, tablets, notebooks, etc.) construyendo la realidad que les permitió seguir concentrando capital, como nunca antes en la historia.

La crisis generada por estos movimientos, la pérdida de poder, de los estados, el descrédito institucional que esto acarreó. Han desencadenado una lucha por recuperar la construcción de la realidad, a la que no escapa prácticamente ningún medio de comunicación.

En esta “guerra” estamos involucrados de alguna manera aunque no tengamos lugar en ninguno de los bandos que disputan el poder. Estamos involucrados porque somos parte del botín, somos el motivo de la disputa, los pueblos, su realidad, su cultura, autodeterminación, identidad e independencia. Si no podemos ver esto, se ha vaciado de contenido cualquier estudio de la comunicación social, y pierde sentido cualquier orientación que elijamos sobre estos temas.

RNM y Libertador, no escapan a esta coyuntura como medios, las personas que componen estos medios tal vez, conservan algo de independencia, pero en su mayoría responden a los intereses de quienes comandan esta lucha (como sucede en los medios privados).

Con respecto a la difusión de la cultura local, las dos radios tienen una historia ligada a este rol en donde fueron líderes, pero hoy tiene mayor protagonismo y espacio la información “caliente”, el “debate” político y la construcción de discurso centralizada en Bs. As.

En este sentido es RNM la que tiene un funcionamiento más alineado, centralizado y dependiente que Radio Libertador, RNM es la representante del periodismo “militante” en la provincia de Mendoza.

CAPITULO 5: EVALUACIÓN Y APORTES

¿Qué hemos relevado, cómo hemos conceptualizado lo hallado y qué proponemos para poder desarrollar el medio analizado (RNM), en el sentido que entendemos es necesario para la comunidad mendocina y la cultura de esta sociedad?

Entendemos la cultura local como los aspectos arraigados en nuestro mundo de relaciones humanas que nos diferencian de otras comunidades, estos aspectos son históricos, míticos, geográficos, tradicionales, identitarios y naturales.

Los elementos culturales nos permiten definirnos como mendocinos, argentinos, lasherinos, etc., existen también pequeñas idiosincrasias departamentales, debemos relevarlas con algún criterio, en este caso se necesitaría una emisora de Radio Nacional en cada departamento, así se podría atender las particularidades más cercanas.

Esto no ocurre hoy, y lo que si tenemos es una emisora de Radio Nacional en la Ciudad de Mendoza, por tanto se reclama su funcionamiento comprometido con la difusión de la cultura local, atendiendo a los departamentos con las posibilidades que tenga.

En la medida en que podemos mirarnos y reconocernos como sociedad con necesidades y características particulares, podemos analizar qué medios de comunicación cumplirán con la función de fortalecer esa cultura local, y cuales la dejan de lado produciendo el efecto de la gota de agua que orada la piedra.

¿Por qué, fortalecer, definir, difundir y promover a la cultura local?

Tal vez alguien necesite compartir el ¿Por qué? del interés en atender la cultura local.

En la medida en que nos identificamos con los más cercanos -nuestra comunidad más próxima - podemos reflexionar sobre nuestra realización como personas libres, particulares y pertenecientes a una comunidad en la que podemos pensarnos hacia el pasado, en el presente, y hacia el futuro. Permitimos de esta manera, construir un mundo en el que nos respetemos y reconozcamos como iguales (sin comunidades ni personas que sean superiores a otras).

De otra manera un medio de comunicación puede funcionar (hasta ahora en su mayoría funcionan así), como herramienta de dominación control e imposición. Cadenas invisibles, que sujetan y destruyen las culturas locales, homogeneizando conciencias y mostrando un falso valor de igualdad, contrapuesto con el concepto de que somos iguales porque respetamos nuestras diferencias

Cuando hablamos de cultura local, lo heterogéneo nunca alcanza a individuos o grupos pequeños (grupo familiar, barrio, etc.) que compartan aspectos culturales, desde nuestra perspectiva, no puede aplicarse el concepto de cultura local, en estos casos, porque necesitaríamos atomizar la sociedad, se diluiría lo que entendemos por cultura local. Para no caer en esta trampa proponemos, no despegarse de lo que hemos definido como cultura local.

No es antojadizo poner a RNM en evaluación con respecto a la difusión de la cultura local, nuestras maneras de hablar, de concurrir al trabajo, nuestros campos, ciudades, clubes, universidades escuelas, organizaciones sociales, barrios, departamentos, historias, comidas, artistas, obreros, partidos políticos, nuestras luchas intestinas, nuestra organización económica y social, nuestros deportes, fiestas, dolores y todo lo que pueda faltar en esta lista, es lo que nos constituye como miembros de esta comunidad y no de otra.

No debemos desconocer una realidad “nacional, mundial, universal” si se quiere. Pero sin dejar de priorizar nuestros sucesos y desarrollo.

Mucho mal se hace si los mensajes y construcciones mediáticas están al servicio de un gobierno en particular, si nuestros ciudadanos no se identifican con sus clubes de fútbol (son simpatizantes de, Boca, River, San Lorenzo, Barcelona, Juventus etc.) si los eventos musicales, cinematográficos, teatrales o artísticos en general, movilizan público, cuando vienen de otro lugar (y tiene la publicidad de los medios que imponen sus intereses antes que los comunitarios), produciendo que lo local sea desvalorizado y marginado, si nuestros medios reproducen todo el tiempo lo que construyen agencias de noticias (nacionales e internacionales). Es menester de cualquier persona ligada a la comunicación -por opción u obligación- interpelar, discutir y proponer el funcionamiento de los medios.

En especial los medios de comunicación de gestión estatal.

Frente a la discusión sobre si se exige a los medios privados lo mismo que a los públicos. Es claro que debe exigirse a todos los medios de comunicación el mismo funcionamiento, pero es innegable que las reglas, normas y leyes que regulan este funcionamiento provienen del Estado, por tanto, si no cumplen sus medios con lo que demanda la sociedad, será mucho más difícil exigirle a un privado.

Esta conceptualización fue la que motivó el análisis de RNM como difusora de la cultura local.

Trabajamos con toda la intención de hacer un aporte al funcionamiento del medio, reconociendo las limitaciones que tenemos, pero reconociendo también y valorando los esfuerzos y el profesionalismo (por parte del director y el Codirector de este trabajo) destinados durante este tiempo al análisis de RNM.

Paso siguiente planteamos las evaluaciones y aportes.

Trabajamos en la aproximación a RNM como medio público, con algunas entrevistas y visitando las instalaciones y sitio virtual que posee la radio.

La información es muy poca, por ejemplo no hay una nómina de personal (al menos accesible) para saber cuánta gente está trabajando allí en qué condiciones (contratos por cuanto tiempo, personal de planta, personas en edad de jubilarse, etc.), si están sindicalizados o no que salario tienen, cual es el presupuesto anual con el que se maneja la radio.

Datos muy importantes, en un medio público estatal, si alguien del Estado (ciudadano, organización no gubernamental, etc.) pretende informarse de cómo funcionan las instituciones que pertenecen a este Estado.

En cuanto al lugar virtual de RNM encontramos una página que remite a Radio Nacional Bs. As. y en un blog se puede encontrar información de RNM.

Allí encontramos la grilla que sirvió de referencia para el análisis de la programación y porcentaje de producción local (Mendoza) y producción foránea Bs. As. (estos fueron algunos de los primeros pasos del trabajo, transcurrido el tiempo es posible que hayan variado algunos de los sitios virtuales y su información).

Buscamos con esto poder determinar en qué periodo de tiempo hay programas que pueden difundir la cultura local y de qué manera lo hacen.

Los programas realizados en Mendoza, están orientados a la discusión política y la información, con programas que repican en lo dicho en Bs. As., una escasa producción, pocos móviles exteriores, la mayor cantidad de información, es levantada de lo que producen en Bs. As.

Esto deja muy poco a la difusión de la cultura local, la mirada queda puesta en los personajes y temas de la capital del país y la capital federal.

Son insuficientes para descentralizar y federalizar la información, unos pocos minutos de aire dedicados a difundir lo que ocurre en otras provincias que no sea Bs. As.

Hicimos una separación en la grilla de programación que consistió en definir tres espacios 1 “lunes a viernes”, 2 “Sábados”, 3 “Domingos”. Pudimos determinar de manera superficial, porcentaje de programas de producción local (Mza.) y bajados de Bs. As., entre los que se hacen en Mendoza, se dividen en PL (producción local) y CE (convenio de emisión)

La figura, Convenio de Emisión, hace dudar sobre la estabilidad del programa, puesto que el convenio puede caerse en cualquier momento, además posibilita -según el convenio- el ingreso en el aire de programas que responden a intereses particulares, en lugar de los que la comunidad solicita, elude cualquier tipo de concurso (son elegidos por la dirección sin saber con qué criterio) y puede ocurrir que no se les pague a las personas involucradas en estos convenios, precarizando el trabajo.

No conocer el presupuesto que la radio tiene para funcionar, dificulta el análisis de su movimiento, no sabemos cuánto cobra cada uno de los trabajadores de la radio, ni en qué sindicato están nucleados, cuáles son sus condiciones y condicionamientos en el lugar de trabajo y cómo influye en la promoción y valoración de la cultura local.

Publicamos un reglamento de concursos para el ingreso y desvinculación del personal en Radio Nacional. Estos concursos en RNM no tienen un archivo o lugar en donde se puedan constatar quiénes concursaron, quiénes componían el jurado del concurso, cuándo se desarrollaron, si se impugnó alguna participación.

Esta información puede parecer irrelevante, pero en una institución pública es importante, conocer cómo se lleva adelante su composición respecto de las personas que allí trabajan. En especial cuando esa misma institución ha determinado un sistema particular de ingreso y desvinculación de personal, sobre el cual no hay información, por lo tanto se puede suponer que no se cumple.

Esta posibilidad de incumplir con los procesos planteados por la radio para incorporar o desafectar personal, hace sospechar sobre la transparencia de los concursos e ingresos o egresos de personal.

Por otro lado transparentar estos procesos permite la difusión de temas programados y contextualizados por los actores interesados, con acceso al medio de una manera más imparcial. Imaginemos una pluralidad mucho más profunda, donde no sea la aparición de un tema “descolgado” descontextualizado y esporádico, la mayor expresión de ésta.

Se abre un espacio en donde se podrían escuchar las posiciones, necesidades y expresiones de quienes encarnan temas como petróleo, federalismo, lo sindical, la renovación política, viviendas, desarrollo integral, desarrollo y producción agrícola, uso del suelo, concentración urbana, política financiera, fiscal, laboral registrada y tanto otros temas. Independientemente de la impronta del director de turno.

Siempre RNM ha tenido directores alineados con el Gobierno Nacional, este fenómeno dificulta la proyección de RNM como un medio de comunicación al servicio de la comunidad que lo contiene.

No aparece una radio con una función específica con un perfil y estética determinados y profundizados, que permitan en el tiempo construir un medio público, independiente del gobierno en tránsito y útil a la sociedad.

Las variaciones de gobierno producen variaciones en la radio, la intencionalidad de estos cambios es favorecer al gobierno de turno, si la difusión de la cultura local no está en los planes del director ocasional (representante del gobierno), queda relegada y se convierte en radio comercial, o agente difusor de un discurso político, estación de música de tales o cuales características etc.

No se puede saber que sucederá con la radio si cambia el Gobierno, por eso no se logra una línea que perdure en el tiempo atendiendo a la demanda de la sociedad.

Esta situación exige trabajar en darle a RNM una estética, dinámica y funcionalidad que la ponga como medio público-estatal, comprometido con su comunidad –Mendoza toda- mucho más que con el gobierno nacional de turno.

Puede parecer difícil, pero es en este sentido que la transformación de los medios de comunicación y su funcionamiento debe ir, si no emprendemos este camino ¿Cómo llegaremos a la pluralidad de voces? ¿Cómo haremos de la comunicación y la información, un derecho humano?

PARA CONSIDERAR PENSAR UTILIZAR DESECHAR PERO NUNCA RECHAZAR

PROPUESTA: Público

Cumplir con el sistema de concursos. Publicar la lista del personal y su situación (contratado, planta permanente, salario, etc.)

Hacer accesible la información (quién concursa, cuándo, jurado, etc.) y archivarla para ser consultada por quien se interese.

Hacer un manual de estilo, o algún tipo de guía (con los valores y principios) local que permita mantener la orientación de la radio en beneficio de la comunidad y no de un gobierno.

Dar a conocer el presupuesto que maneja RNM. Hacer de la comunicación en RNM un derecho humano y no el capricho de un gobierno.

Armar una grilla de programación permitiendo el acceso a las organizaciones sociales partidos políticos, colectivos con representación social y cultural de la provincia, partiendo de que un medio público-estatal, no pertenece a un sólo sector de la sociedad y sus amigos.

La historia de la RNM -otro de los aspectos que pusimos en la mira- no está escrita, sólo hay un libro con la historia de Radio Nacional, en el que se dedica una página y media a RNM.

La historia de RNM por lo tanto está por escribirse, hoy la llevan a costas sus realizadores y participantes, algunos en funciones, otros retirados y algún archivo al que se pueda acceder (hemerotecas, archivo de audios, etc.).

Carlos Ulanovsky tiene un importante trabajo llamado “La Radio Nacional”, pero hay muy poco lugar para las radios periféricas a Bs. As., de las más de 400 páginas hay sólo una y media dedicadas a RNM.

PROPUESTA: Historia

Promover la realización de un trabajo histórico-periodístico, estimulando la participación de los hacedores de RNM, lograr un registro de los pasos, avances, retrocesos, coyunturas, objetivos aciertos y desaciertos de RNM. Pensando en no repetir errores y potenciar aciertos, en pos de un medio público-estatal identificado con la sociedad que lo contiene.

Ya hemos abordado el tema del presupuesto, personal, y grilla de programación, haciendo alguna propuesta en este sentido

Surgió en el transcurso de la investigación un fenómeno que pusimos en foco. La salida al aire y su calidad.

En repetidas ocasiones, el audio de RNM se ve contaminado por ruidos no planificados, estos percances radiofónicos se repiten con mucha frecuencia, en este último tiempo pudimos relevar desde los pocos recursos con los que contamos, interferencias a diario, incluso momentos en que la programación local no salió al aire y se levantó lo que venía de Bs. As. (día 20-05-2014 entre las 10 y las 12 hs.)

La difusión de la cultura local, requiere además de voluntad para su difusión, calidad y excelencia en sus soportes (de cualquier tipo que sean).

El elemento técnico es lo sustancial de este análisis, no tener en condiciones las herramientas necesarias, hace perder terreno frente a otros medios. En estos tiempos en que la oferta del dial es amplia, no es menor, salir al aire con ruidos molestos, que se corte la transmisión, o tener superposición de emisiones.

El oyente cambia la sintonía, luego es difícil volver a captarlo para retenerlo, poder acercarse al mensaje y ofrecerles el mejor de los servicios de comunicación audiovisual, si entendemos que se está prestando un servicio.

PROPUESTA: Actualización tecnológica

El tema de herramientas y tecnologías está muy ligado al presupuesto. Destinar un porcentaje anual con miras al mejoramiento permanente sería un principio de solución pero hay que conocer los recursos para analizar como direccionarlos.

Como último elemento superficial analizamos la caracterización de la audiencia.

Se plantearon dos lugares desde donde relevar los datos pertinentes, la grilla de programación y la participación e interacción de la audiencia con RNM.

La audiencia, desde estos dos puntos (la grilla y la participación) es en su gran mayoría una audiencia interesada en el debate político y con una clara posición a favor del gobierno.

La grilla ofrece programas y espacios destinados a los temas de interés político del actual gobierno, en donde lo que se hace es difundir y poner en el aire la construcción simbólica que necesita el sector gobernante según la coyuntura (elecciones, inflación, inseguridad, paritarias gremiales, etc.) responder a los cuestionamientos que hacen otros sectores de la sociedad más o menos alineados con el gobierno. Y denigrar o ridiculizar a cualquiera que se oponga al proyecto “nacional y popular”.

Los oyentes que interactúan con la radio tienen la característica de ser asiduos en sus participaciones, por lo general opinando sobre los temas propuestos por la radio y alineados con la posición de ella, son muy poco críticos.

Hay dos frases que podrían definir a RNM en la relación con su audiencia. “Una radio de militantes para militantes” y “convencer a los convencidos”.

La participación se da también a través de mensajes escritos por ej. en las redes sociales y por mensajes en el celular, al desconocer y no poder ver quién es el que lo escribe, cabe la posibilidad de que citando un nombre cualquiera y atribuyéndole el mensaje a esa persona, se pueda descalificar o hacer uso del aire sin ningún prurito amparados en respetar lo que los oyentes aportan. No digo que esto pase en RNM pero la posibilidad está.

Desde esta caracterización podemos decir que no hay un interés por ampliar los sectores de audiencia, hacia los que piensan distinto, o tienen una mirada crítica de tal o cual política, los que buscan una opción más neutral en los medios de comunicación.

Es muy notoria la ausencia de la cultura local, la mayoría de los oyentes que participan lo hacen sobre temas referidos a Bs. As. (Jorge Lanata, Mauricio Macri, Eliza Carrió, Cristina Fernandez de Kirchner, Florencio Randazzo, Aníbal Fernández, etc.).

PROPUESTA: Pluralidad de voces

Ampliar los espacios de aire en la grilla a otros que puedan tener posiciones distintas no sólo políticas, generando una audiencia verdaderamente heterogénea y pluralizando las emisiones de RNM. Hay límite fáctico en la cantidad de horas de emisión, pero con voluntad de ampliar la participación, es posible construir una radio menos adicta a un gobierno en particular y más identificada con la sociedad que la contiene.

En otra etapa el análisis pasó por aspectos más abstractos, la utilización de las formas y modos del decir, la construcción simbólica, tematización de la realidad, un nuevo aspecto que decidimos abordar, “periodismo militante” y como influyen estos aspectos en la difusión de la cultura local.

Aquí propusimos una **definición de comunicación como objeto de estudio** para poder referenciar el análisis de aspectos que pueden aparecer destinados a las imprecisiones de la temida subjetividad.

“La comunicación tomará como campo de estudio el área en la cual el productor de un mensaje pone en juego una porción de su antecedente, y uno o varios decodificadores son capaces de utilizar parte de esa porción para la construcción de su medio.”

Las formas y modos del decir en RNM tienden a mostrar el espacio radiofónico como un lugar al que hay que llegar conociendo las estructuras discursivas propias del medio (tonos de voz, tiempo de silencios y su utilización, el uso de sonidos, música, o audios, dispuestos de manera organizada con un fin determinado).

En el tiempo (por experiencias de hacedores de radio ya retirados o con muchos años de trayectoria) estos condicionamientos o estructuras discursivas se han flexibilizado, entregando un modo y formas del decir más espontáneas.

Sin embargo para nosotros aún no es suficiente la flexibilización de la estructura, haciendo lugar a lo más rico de los sonidos propios de la cultura local, porque estos sonidos o características particulares del habla son parte muy importante de nuestros antecedentes, y el de cualquier hablante, es partiendo de ellos que se reconoce y desarrolla la cultura local.

Las expresiones verbales con el tono propio de la región, los regionalismos tanto del campo como de la ciudad, las expresiones musicales con sus distintos matices, todavía ocupan un lugar periférico en la emisión de RNM, tal vez por el alineamiento con Bs. As., tan fuerte que no permite el ingreso de una agenda local más independiente, o por la formación de locutores que terminan olvidando su formas del decir y hablar, esforzándose por cumplir los requerimientos de la academia.

PROPUESTA: Cultura local

Difundir los músicos locales (de todos los géneros, rock, folclore, etc.) como cortinas musicales, temas en general y demás espacios en los que se utiliza la música, generando que se conozcan las composiciones locales. Permitir las voces de personas y personajes propios de la provincia en su totalidad, inclusive en los personajes, destinados al humor. Despegarse de los tonos propios del locutor, que se diferencian tanto del común de la mayoría de las personas.

Desarrollar una agenda donde la principal preocupación sea el abordaje de la realidad local y no los temas que indica Bs. As. para RNM.

En cuanto a la construcción simbólica RNM funciona, como lo vienen haciendo en estos últimos años los medios de gestión estatal.

Después de la situación vivida en 2008 en donde el país pareció dividirse (por influencia de los medios de comunicación) en dos bandos contrarios donde la disputa era las retenciones móviles a las exportaciones, por encima, pero subyacía la posibilidad de construir la realidad, controlar las masas y por lo tanto permanecer o acceder al poder.

A grandes saltos en 2009 antes de que asumieran los nuevos cargos legislativos en los que el Gobierno había perdido un gran terreno, se sancionó la ley de servicios de comunicación audiovisual 26.522, esperada, militada y movilizada por gran cantidad de actores sociales (entre ellos la UNCuyo).

Desde nuestra perspectiva se abrió una lucha en los sectores hegemónicos de poder, buscando influir en la masa popular, partiendo del control de los medios de comunicación.

La construcción simbólica en los medios estatales apuntó a poner al Gobierno Nacional como el defensor de los humildes y constructor del estado benefactor, y pusieron a los que pudieran criticar u oponerse, como enemigos del pueblo, el progreso y la justicia social.

RNM no escapa a esta situación, concibiendo al terreno comunicacional, como un campo de batalla en donde los sectores de poder económico concentrado llevan adelante una feroz batalla, cuyo costo termina pagando la sociedad en su conjunto.

Intentando que nada quede fuera de lo previsto, tanto los medios estatales como privados se han constituido en medidores y promotores de “estados de ánimo social”.

Desde la construcción simbólica, la propuesta de los medios termina generando el descrédito de los mismos y la desorientación de las audiencias. Esta situación desemboca en una visión maniquea de los acontecimientos, en donde se está de uno u otro lado, presentando una “guerra mediática” que la sociedad soporta.

Refiriendo a la construcción simbólica de RNM, hicimos una breve lista de los términos más frecuentemente usados, sobre todo en el ámbito de la política (preponderante en RNM) determinando puntos de apoyo que sustentan lo aquí expuesto.

PROPUESTA: Construcción Simbólica

Abrir el juego a quienes piensan distinto y permitir que la audiencia, desde su experiencia, genere la construcción simbólica que los medios deberán tener en cuenta cuando decidan salir al aire. Respetar el derecho humano a tomar contacto con todas las ideas, ideologías, construcciones posibles, para decidir sin que nadie se vea obligado a informarse con dos posiciones nada más, como si el mundo se agotara en este maniqueísmo.

Aparece aquí la tematización de la realidad en donde enfocamos los temas a través de los cuales RNM presenta la realidad.

¿Si estos temas surgen de la demanda de la cultura local, o son producto de una agenda funcional a otro tipo de intereses?

La evaluación es que los temas que RNM pone en consideración y decide movilizar, tienen muy poco que ver con la cultura local, los temas principales tienen que ver con la política y en este sentido difunde lo que el gobierno pone en agenda.

El objetivo es mostrar que el Gobierno avanza en lo que puede y que todo lo que falta -que es mucho- sólo se conseguirá con este proyecto, porque no hay otro camino (modo de conservar el poder).

Desde RNM se llama a los “opositores” a que hagan propuestas, que no solamente critiquen, cuando reciben una propuesta, piden que sea viable, después de que se plantea la viabilidad, responden que hay poderes extraños que no permiten el avance.

En definitiva nada puede cambiar (por más propuestas que se hagan), los temas de agenda puestos al aire no admiten abordajes distintos de los planteados por el gobierno.

Existe dentro de la tematización de la realidad un constante volver al 2001 y la década de los 90, tomados como momentos tormentosos de la vida argentina, que según la construcción simbólica que pretenden instalar, fueron solucionados por este Gobierno.

Inclusive sectores de intelectuales, profesionales y artistas, organizaciones sociales, que alcanzan difusión en RNM, tienen afinidad con el gobierno o manifiestan “neutralidad” (no son “pro-gobierno” pero no son críticos) por lo tanto los temas que pueden aparecer como culturales, quedan limitados por este condicionamiento.

PROPUESTA: Tematización

En este sentido es que los temas a difundir sean los que brotan de las relaciones humanas que constituyen nuestra cultura local, no solamente enfocados en la política y la preocupación por mantener en el poder al sector que ahora lo ejerce. Destinar presupuesto a incrementar el personal de la radio, que pueda recorrer la provincia buscando y relevando estos elementos culturales, independientemente del gobierno que esté, obteniendo los temas que le den un verdadero sentido democrático, plural y difusor de la cultura local a RNM.

En el transcurso de la investigación, escuchando la radio a diario y compartiendo con otros interesados y estudiantes de comunicación, surgió el concepto de periodismo militante, como fenómeno, novedoso y poco tratado.

Quizás este término pase sin pena ni gloria por el glosario de los medios, es demasiado novedoso para poder evaluar su alcance, y a que hace referencia precisamente. Solamente nos queda, observar cómo avanzan los procesos sociales, políticos y culturales.

Que el periodismo siempre ha sido militante, que hay militantes tanto en medios públicos como privados, y demás dichos sobre cómo se ve y se reconocen los periodistas, y la audiencia que llama o se comunica por las distintas vías existentes, en torno a este concepto.

Lo que hemos observado es que este término “periodista militante” aparece vinculado a los medios públicos-estatales de comunicación. Enmarcado en esta coyuntura de “guerra mediática” que demanda, generales, capitanes y soldados mediáticos que cumplan con su deber.

Apuntalados por una fuerte presencia de la política como tema principal, el lenguaje propio de esta área se apropia de la actividad, se une “periodismo” tradicional oficio en los medios de comunicación asociado a la información y construcción de la noticia y “militante”, tradicional función de quienes trabajan por una idea o ideología, para instalar una manera de ver el mundo asociado a la política y procesos sociales.

Las características del periodista son buscar y encontrar fuentes a partir de las cuales se informará de un hecho particular, no emitir su opinión o valoración, sin estas fuentes, el trabajo periodístico pasa a ser vacío de contenido y credibilidad, mera opinión.

En cuanto a la militancia es una acción que muestra la adhesión o pertenencia a una idea, conjunto de ideas, o ideología, independientemente del rol social que desempeña.

La militancia está ligada a lo más íntimo de cada persona, incluso se puede pertenecer a un partido o colectividad u organización y ser militante de alguna idea opuesta a las de la mayoría de los miembros de este partido, colectividad u organización.

La militancia es entonces una actividad independiente, de condicionantes tales como la pertenencia a un partido colectividad u organización, del pago de un salario, de conseguir tal o cual beneficio.

Es actuar conforme a lo que uno piensa y entiende como beneficioso para un conjunto, más allá de los beneficios particulares.

Desde este punto de vista es muy dudoso confiar en un “periodista militante”, cuando trabaja en un medio y recibe un salario, ya que los condicionantes pueden aparecer como el motor principal de su militancia, porque de no asumir este rol de militante muy posiblemente perdería el trabajo o recibiría un salario menor.

En RNM prácticamente no hay periodistas o trabajadores, por lo menos de los que han ingresado en los últimos tiempos que no militen el “proyecto nacional y popular” o sea el Gobierno que actualmente dirige la “Radio Pública”.

Cuando se dice que no hay ningún periodista que no sea militante, el concepto está equivocado, en un lugar donde se debe vender la fuerza de trabajo para poder sobrevivir. Dentro de un sistema (capitalismo) que tiene como principal contradicción a los dueños de los medios de producción (capitalistas) por un lado, y a los que no tienen más que su fuerza de trabajo (trabajadores asalariados, campesinos sin tierra) por otro.

Quien está obligado a vender su fuerza de trabajo para sobrevivir no es un militante, es un sobreviviente, si lo hace porque no tiene donde más vender su trabajo.

Si lo hace consciente de que con esta militancia obtendrá dinero, beneficios, una mejor posición social, o cualquier otra prebenda entonces ya no es militante se convierte en mercenario, a favor de quien pueda propinarle los beneficios que pretende.

Cuando el periodismo militante está atravesado por estos condicionamientos, como en RNM, donde no hay concursos comprobables y los directores siempre han estado alineados con el gobierno de turno, convirtiendo a estos puestos en cargos políticos, la militancia suena más a requisito para poder trabajar, que a convencimiento y adhesión a una idea conjunto de ideas o ideología.

PROPUESTA: Militancia

Es posible que este término, como advertimos antes, quede en desuso, por el momento el aporte que podemos hacer desde nuestra consideración es: separar al periodismo (oficio) de la militancia (convencimiento y acción en consecuencia).

Que la militancia se desarrolle en un ámbito distinto de donde se desarrolla el periodismo.

Por la sencilla razón de que la militancia es una actividad que tiene que ver con lo más íntimo de cada persona, y el periodismo, es un servicio que debe prestar quien se desempeña en esa actividad, con todos los condicionantes que de ella surgen.

La difusión de la cultura local depende en gran parte de estos aspectos analizados, como hablamos es como pensamos, nos reconocemos y nos entendemos.

La construcción simbólica nos permite imaginarnos en un contexto en el cual podemos ser protagonistas, actores principales de nuestros destinos, o podemos aparecer como secundarios y periféricos al lugar donde se toman las decisiones.

La construcción simbólica cuestiona términos como “el interior” (hablando del interior de un país o provincia como si hubiera interior y exterior) o “las decisiones se toman en Bs. As.” (pensando en cualquier tipo de proyecto provincial en especial en política) ni hablar de lo deportivo, o del teatro la música etc.

Los temas que nuestros medios de comunicación, ponen a disposición de la comunidad, la tematización de la realidad, se transforman en la guía que conduce nuestros esfuerzos por mejorar y desarrollarnos plenamente como sociedad.

Que podemos esperar de temas como “trenes y la pelea de “Pollo” Sobrero (dirigente gremial)” acá en Mendoza donde hace mas de 20 años no viajamos a ningún lado en tren por citar un ejemplo de los que hay muchos.

Es obligación para un medio de comunicación y profundamente necesario para la comunidad, poder poner en primer lugar los temas que hacen a nuestra realidad cotidiana, con distintos puntos de vista y opiniones, sin dejar de atender a temas que pueden pertenecer a otros ámbitos (nacional, mundial) pero priorizando y construyendo nuestra agenda local, nuestra cultura local.

Por lo tanto de estos aspectos depende la difusión de la cultura local, es determinante su influencia en este sentido, incluso el “periodismo militante” como concepto novedoso (no sabemos de su perduración en el tiempo) si es en función de los intereses de un sector de poder (Gobierno) pierde toda posibilidad de desarrollar y difundir la cultura local, se verá atravesado por sus motivaciones militantes, en el sentido que estas demanden, y no de la cultura local, que abarca mucho más que uno de los aspectos por los cuales alguien pueda militar.

Abordamos a RNM en el nuevo contexto generado por la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, y las diferencias o no de un medio público o estatal, privado o sin fines de lucro.

La sanción de la ley 26.522 generó gran expectativa en torno al funcionamiento de los medios audiovisuales y su regulación, hasta ese momento (2009) la ley vigente en este aspecto provenía de la última dictadura militar (1976-1983), tomando en cuenta el uso de los medios –no se discriminaba entre medios audiovisuales y otros- que se hizo en este periodo era claro que no se beneficiaba a nadie más que a los detentores del poder.

RNM como medio enmarcado en lo “audiovisual” se vio alcanzada por esta nueva ley, resaltamos algunos artículos de la norma vigente plenamente, desde octubre del 2013 en los cuales se hace dudoso el cumplimiento de la ley por parte de RNM.

En realidad lo importante no es el cumplimiento o no por parte de RNM, por lo menos para los objetivos de esta investigación.

Lo que pretendimos evaluar fue si el “espíritu” de la ley alcanzaba a RNM, en otras palabras, si la pluralidad de voces se manifestaba, si los espacios eran accesibles a distintos sectores sociales, si el espectro de aire repartido en tres partes iguales, permitía la aparición de medios en donde se pudieran expresar los que hasta ahora no habían tenido posibilidad, si comunidades que no podían difundir su cultura ahora lo lograban, si la cultura local alcanzaba un lugar primordial para su construcción y difusión, si las producciones emitidas alcanzaban los porcentajes planteados.

Lo que observamos es que RNM sigue siendo un medio funcional al Gobierno de turno.

Sin pluralidad de voces, no podemos hablar de pluralidad cuando todos los espacios están limitados por la dirección de la radio, no quiere decir que la dirección de la radio debería dejar al azar los espacios de aire, pero si debe permitir la participación de los que puedan pensar distinto.

Con espacios cuidadosamente dispuestos, sin la participación de nadie que saque los pies del plato, permitiendo la difusión de los intereses militantes por el proyecto “nacional y popular” y nada más. No hay comunidades distintas de las que siempre estuvieron, que tengan algún tipo de espacio independiente de la militancia antes citada (originarios, ambientalistas, gremialistas, etc.)

La cultura local sigue relegada a lo propuesto por Bs. As., en todos sus aspectos y sobre todo en las producciones de RNM, los temas y debates son por lo general en torno a lo que se discute en Bs. As.

Hasta el momento no hay producciones locales independientes que cumplan con los porcentajes establecidos por la ley –como ya dijimos no analizamos el cumplimiento de la ley- pero no tener porcentajes de producción independiente, cierra las puertas a quienes trabajan de esta manera, y condiciona los espacios a quien tiene que volverse militante de la causa adecuada para poder ocuparlos.

Por lo tanto queda mucho por hacer respecto de la nueva ley de medio, en cuanto a su cumplimiento y en cuanto a su espíritu propiamente dicho.

PROPUESTA: Ley y Servicio

Acercarse cada vez más al cumplimiento de la nueva ley de medios, sobre todo acercarse a su “espíritu”, si temor de lo que esto pueda generar en términos de diversificación del discurso.

Seguir estudiando y aportando las modificaciones que puedan mejorar la ley, el funcionamiento de los medios, con los objetivos que su nombre invoca “servicio”, no herramienta de difusión de intereses particulares.

En cuanto al análisis de los medios tomados como públicos o estatales, comparados con los privados o medios sin fines de lucro, decidimos tomar una posición que nos permitió diferenciar lo público de lo estatal para precisar de qué estamos hablando.

También propusimos un punto de vista desde el cual nos paramos para entender a que se le llama “Estado” y como funciona.

Refrendada por los entrevistados, la posición de que “estado” y “público” no es lo mismo definimos a RNM como un medio público de gestión estatal.

Todos los medios son públicos por que las frecuencias de aire que ocupan no les pertenecen, sino que se les concede por determinado tiempo, lo que si varía es la gestión de estos medios públicos, que puede ser: estatal, privada, o de instituciones sin fines de lucro.

Desde el punto de vista del Estado que hemos propuesto, los medios funcionan como herramienta al servicio del sector social que mantiene el poder y controla el “Estado”.

La radio se autodenomina “pública, para cuarenta millones de argentinos” la dirección de RNM encarnada en Ernesto Espeche, sostiene que en este momento histórico es más pública que nunca, y que lo estatal quedo atrás.

La concepción de si es pública no puede venir de la dirección de la radio, que defenderá su gestión a capa y espada, frente a cualquier cuestionamiento.

Los medios públicos deben ser definidos como tales, para permitir a la sociedad y todos sus componentes, disputar su administración y gestión, en especial los de gestión estatal, ya que los administradores del Estado cambian con cierta periodicidad, generando los cambios de funcionamiento en los medios que administra.

No podemos pensar a los medios de gestión estatal, privada o de instituciones sin fines de lucro, desconectados de una lucha de clase en donde la opresión de una clase sobre otra, se ejerce cada vez más mediante la construcción simbólica, (vehiculizada por los medios de comunicación) en lugar de la violencia física de otras épocas.

PROPUESTA: Representación

Permitir que en los medios de gestión estatal (en un Estado democrático), cada sector social que tenga representación parlamentaria, disponga de un espacio proporcional a la representación que tiene (determinada por el partido político que la representa). Al haber sido elegidos por la sociedad estarán de alguna manera representando a los intereses de sus representados, no solamente de los que obtuvieron una mayoría de votos.

Está claro que el Estado es una herramienta de dominación de una clase sobre otra, y por lo tanto lograr igualdad y justicia en nuestra sociedad, supone la destrucción del Estado, pero mientras tanto es necesario, visualizar las contradicciones que existen dentro de él. Si los medios de gestión estatal sólo responden a los intereses de quienes gobiernan, ya no son de gestión estatal, sino gubernamental.

Por último analizamos a RNM como espacio social en disputa, también hicimos una pequeña comparación con la otra “Radió Publica” de Mendoza, LV8 Radio Libertador.

El momento actual por el que atraviesa RNM y los medios de comunicación masivos, desde nuestra posición, es complejo y novedoso, existe una imperiosa necesidad por instalar los temas de debate, sobre todo por determinar quien tiene o dice la “verdad”.

En un escenario donde las instituciones han perdido credibilidad (partidos políticos, clubes, iglesias, sindicatos, escuela, estado etc.) los medios de comunicación siguen siendo los vehículos en los que se traslada el imaginario social, por tal motivo se vuelve obsesión el control de los medios.

El objetivo es que la sociedad crea en lo que un sector de la sociedad (el dominante) necesita que crean, si no se logra esto por lo menos que no crea en lo que plantea el “enemigo”.

Este contexto hace que cada medio por pequeño que sea, tenga gran importancia. Los últimos tiempos han presenciado el desarrollo de tecnologías, inversiones y peleas en torno a los medios masivos de comunicación, como nunca antes.

Si hace un tiempo atrás los medios de comunicación representaban un apoyo a la fuerza (armas, cantidad de militantes, grandes movilizaciones), hoy es la fuerza quien está en segundo lugar apoyando el control de los medios.

Es por eso que se han convertido en espacios de disputa de poder, RNM no es ajena a esta coyuntura y responde a los poderes que la conducen, su objetivo está enmarcado en una “guerra” mediática que (como toda guerra que no sea revolucionaria) no es la “guerra” del pueblo, sino de sectores poderosos por dominar al pueblo.

La cultura local tiene muy poco lugar en escenarios de este tipo, la pluralidad, el disenso son demasiado peligrosos para quienes controlan los medios, aunque deben declamar que trabajan por la apertura, la igualdad de oportunidades, la defensa de la libertad y todo el palabrerío, en lo concreto se observa desde la superficie hasta lo profundo, el afán por que nada quede fuera de control.

En RNM no hay lugar para quien pueda tener una mirada distinta, opuesta, disidente o alejada de lo que el gobierno nacional actual, demanda de los medios que controla. Hay programas que tienen cierta independencia del discurso político del gobierno, son minoría y por lo general lo llevan adelante el personal que ha estado ligado a la radio por varios años (planta permanente) que tal vez tienen el prurito que les falta a los recién ingresados, a la hora de presentarse como periodistas militantes del gobierno nacional.

La aparición de políticos, agrupaciones y artistas y actores sociales, está sujeta a la afinidad que tengan con el gobierno nacional, “Carta Abierta”, ministros de gobierno, intelectuales como Roberto Follari, Ricardo Forster o Víctor Ego Ducrot, ultra oficialistas son los consultados cada tanto. Pero no hay miradas distintas ideas o posiciones que puedan contraponerse.

RNM por lo tanto carece de pluralidad, la única libertad que se tiene es la de pertenecer al “proyecto nacional y popular”, la igualdad de condiciones solo está garantizada entre los que se reconozcan militantes de la causa adecuada, fuera de RNM se puede ser lo que uno quiera pero para ingresar y trabajar allí hay que sortear un escaneo mucho más meticuloso que un concurso.

Los directores que se suceden son siempre agentes del Gobierno de turno democrático o dictatorial, siempre han mantenido a RNM como la radio del Gobierno (muy distinto de estatal y mucho menos pública).

Ha sido y sigue siendo funcional al grupo de poder que se encuentra en el gobierno, en su momento para poner música y nada más, en otros tiempos para vender publicidad y espacios de aire, hoy para promover el discurso político del “proyecto nacional y popular”.

Aunque con distintas coyunturas y características, RNM ha representado un espacio de poder en disputa, puesto que nunca estuvo fuera del control de un grupo de personas que ocasionalmente tienen el gobierno en sus manos.

¿Se pide “pureza” a RNM? No es “pureza” lo que se está pidiendo, sino que se comporte como un medio estatal, en donde los que forman parte del Estado tengan participación, ya dijimos cual es el concepto de Estado que entendemos, desde el cual nos paramos para entender un medio estatal y su funcionamiento. Se pide que sea difusor de la cultura local, es lo que se le solicita a todo medio de comunicación, pero sobre todo a RNM, que tiene una grilla en la que una gran cantidad de horarios están cubiertos por programas de Bs. As., en contraposición de LV10 y Nihuil (radios de gestión privada), y distinta de Libertador, la otra radio de frecuencia AM que tiene la provincia de Mendoza.

PROPUESTA: Estado no Gobierno

Hacer de RNM un medio de gestión estatal y no un medio de gestión gubernamental.

Que RNM no se comporte como se comportan los medios privados, postulando, promoviendo y vehiculizando los intereses de un sector de poder, olvidados de la sociedad y de que la comunicación es un servicio (como dice la ley 26.522) y no un beneficio.

Teniendo en cuenta que LV8 Radio Libertador, se encuentra en la órbita de RTA (Radio y Televisión Argentina) o sea, funciona con presupuesto estatal y aunque su sigla difiera con RNM (LRA y LV) está incluida en las 48 emisoras que Radio Nacional dice tener en el país, decidimos hacer una pequeña comparación de estas dos radios.

Detectamos un intento de transformar a Radio Libertador en una especie de “sucursal” de Radio Nacional, en cuanto a discurso político, con algún matiz de forma, pero no de fondo.

Entrevistamos a tres personajes autorizados para opinar sobre este tema, hicimos un seguimiento de las emisiones, ¿Cómo se puede comportar un medio dentro de los límites que pone un mismo “patrón”? con una estructura similar.

Las semejanzas que encontramos fueron:

- 1) Ambas reciben presupuesto del Estado.
- 2) Reproducen los “panoramas informativos” y algunos programas. de Radio Nacional Bs. As. incluidos los partidos de fútbol.
- 3) Tienen interferencias y problemas técnicos en la emisión
- 4) Tienen una estructura edilicia similar con un auditorio posibilitando generar eventos y recibir una considerable cantidad de público.

Las diferencias:

- 1) La sigla LRA y LV hacen suponer que hay una radio más atada a lo nacional que otra.
- 2) Que una vende publicidad (Libertador) y la otra no (RNM)
- 3) El control es más estricto en cuanto al discurso gubernamental en RNM
- 4) La cultura local tiene mayor espacio en Libertador (hay más programas locales)

Es una pequeña comparación sin profundizar, nos pareció importante porque representan dos medios enclavados en la provincia y con responsabilidades frente a esta comunidad, con una subsistencia similar, pero distintas en su manera de relacionarse con la comunidad.

Esta comparación es una advertencia y una invitación a la vez para aquellos interesados en la radio como medio de comunicación masiva o para algún curioso que dese indagar en el funcionamiento de los medios públicos de gestión estatal.

No podíamos analizar RNM sin hacer este superficial pero necesario relevamiento. Tal vez alguien pueda pensar que no aporta nada o que podría haberse evitado.

No es nuestra posición y nos hubiera gustado hacerlo más profunda y detalladamente (sería tema de otra tesina) las limitaciones de tiempo y recursos nos han permitido esto que esperamos sea una lucecita que llame la atención sobre lo público.

CONCLUSIÓN

Abordar Radio Nacional Mendoza como medio estatal difusor de la cultura local, ha dejado una experiencia enriquecedora e intensa, es inexplicable la relación que se entabla con un medio de comunicación cuando se pone especial atención sobre él.

Surge la curiosidad por conocer a quienes trabajan allí, se hace hábito frecuentar el medio e identificar los distintos lugares que tiene, política, deportes, humor, discutimos solos frente a la radio (en este caso) diciendo esto debería ser así o así, cuando tomamos conciencia estamos metidos en los pasillos y recovecos que no imaginamos que existían.

Radio Nacional Mendoza es una de las cuatro radios de frecuencia AM que hay en la ciudad y “Gran Mendoza”, es junto a “LV8 Libertador” y el recientemente inaugurado “Canal Acequia”, parte de los medios de comunicación controlados por el “Estado”.

Sin tener información sobre los niveles de audiencia, es evidente que tiene una cantidad mucho menor que la que ostentan las AM privadas, lo que deja en manos de estas últimas todo lo relacionado a la difusión construcción y desarrollo de la cultura local.

Los inconvenientes para que los medios del estado estén a la altura de los privados (en calidad, nivel de audiencia, etc.) sobre todo en los lugares más alejados de Bs. As., son diversos, pero es necesario para las comunidades en donde se encuentran estos medios, que sean subsanados.

Plantear a la comunicación como un servicio, requiere imperiosamente, la excelencia en el funcionamiento de los medios administrados por el Estado. Hemos visto después de las privatizaciones, como los servicios dejados en manos privadas, se transforman en negocio, con objetivos que poco tienen que ver con el bien común, y mucho con las utilidades que estos servicios generan, incluso reclamando subvención del estado para hacerlos eficaces y rentables.

Es por esta razón que el servicio de la comunicación no puede quedar en manos de negociantes, donde lo menos importante es justamente el servicio que se pueda prestar. También por esta razón no se puede dejar a los medios administrados por el Estado en manos de un gobierno y difundiendo, defendiendo, exponiendo (como quieran llamarlo) los intereses de un gobierno, porque responder a estos intereses sectoriales, es lo mismo que hacen los negociantes de servicios.

Entendemos que un servicio, en especial éste, permite el empoderamiento de la comunidad facilitando su mejor desarrollo, atendiendo a sus necesidades (independencia, unidad, educación etc.) no se puede por lo tanto, plantear un servicio de comunicación audiovisual, si hay temor de que distintos sectores tengan poder.

Si los medios de comunicación administrados por el Estado, son tomados como “trincheras” que permiten que el gobierno se defienda, de los “ataques” de quienes piensan distinto, están muy lejos de constituirse en movilizadores del servicio de comunicación, que acá se plantea.

Que los “medios hegemónicos” están concentrados, prevarican en pos de sus intereses, monopolizan la opinión y la información, no puede ser la excusa para que los medios públicos-estatales, se comporten de la misma manera.

No basta con tener una ley que regule la comunicación audiovisual, ni siquiera con su pleno cumplimiento, si no hay un compromiso por asumir que los medios de comunicación, para ser un servicio, deben ser accesibles a la mayor cantidad de actores sociales posibles.

Los oficialistas, los que piensan distinto, opositores y detractores, todos. De ese debate, de esa diversidad de posiciones, surgen los encuentros y desencuentros, las críticas y autocríticas, la democratización y la pluralidad.

Hay un grave error, cuando se habla de que en los medios de comunicación se “ataca” y entonces hay que “defenderse”, que por esto es legítimo que existan programas adictos y “militantes”.

En los medios de comunicación se proponen, construyen, imponen, difunden, modelos, temas, noticias, entretenimientos, miradas, posiciones, etc. no se ataca ni se defiende

El problema aparece cuando estas propuestas proceden de una o dos fuentes. Cuando son demasiado reducidos, los grupos que pueden desarrollar y administrar el funcionamiento de los medios de comunicación. Si sólo existe “gobierno” contra “Clarín” ¿en dónde quedan todos los demás cuestionamientos y debates de quienes no deciden ni en el “gobierno” ni en “Clarín”?

Radio Nacional Mendoza, es un medio del que hay mucho para analizar, durante esta investigación aparecieron caminos que invitaban a recorrerlos, pero esto demandaba desviarse del objetivo, analizar la radio como medio estatal difusor de la cultura local.

La historia de Radio Nacional Mendoza, Quienes han sido sus directores y cómo han llegado allí, la diversidad que presenta por tener 48 emisoras en distintos lugares del país, con un discurso centralizado en Bs. As., la similitud en la participación de oyentes de distintos puntos geográficos, con opiniones similares y muchos otros temas podrían haberse abordado.

He cumplido con lo que se planteó en el proyecto de tesis, es posible que en este trabajo falten datos, haya interpretaciones que pueden ser discutidas, acusadas de erróneas, y existan postulados que puedan ser considerados utópicos e imposibles.

Si esto aparece me sentiré reconfortado, porque no hay más que la intención de aportar, y colaborar con los conceptos aplicables a los medios de comunicación públicos, de gestión estatal, lo que falte o este errado, lo utópico o imposible, son la puerta al desafío, uno más de tantos, que debemos encarar los que por distintas razones de la vida nos vemos en situación de construir conocimiento en torno a la comunicación.

Nos ha movido un espíritu crítico y sincero, creemos que los aportes de este trabajo ayudarán a construir una Radio Nacional Mendoza, que no esté reconfigurándose y comenzando de nuevo cada vez que cambia de manos la administración del “Estado”, cuyo vínculo con la comunidad se fortalezca a partir del compromiso con la difusión de la cultura local, que sea un verdadero polo de atracción que desactive la hegemonía de los medios privados de comunicación.

Transformar lo que hasta ahora viene siendo una herramienta de control (de la construcción simbólica, del discurso, de los temas de debate, etc.), en un servicio, que permita la pluralidad, el disenso, el debate y todo lo necesario para lograr una ciudad, una provincia, un país independiente de los intereses de unos pocos (nacionales y transnacionales).

Tal vez parezca empresa demasiado ambiciosa, pero es en este sentido que hemos trabajado, esperanzados en servir a quienes quieran acompañar los esfuerzos que desde ya comprometemos. Hacer de la comunicación un servicio, no es tarea fácil y es mucho más difícil, instituirlo como un derecho humano.

Desde nuestra posición y entender, ésta empresa ambiciosa, es la tarea que este momento histórico le demanda a quienes abordamos, cuestionamos y construimos, la comunicación y los medios masivos de comunicación, como objeto de estudio, por lo tanto abrazamos con toda la fuerza este desafío y nos echamos a andar.

BIBLIOGRAFÍA

- _ **López Vigil José Ignacio** 2006, “Manual Urgente para radialistas apasionadas y apasionados”, Ministerio de Comunicación e Información de Venezuela.
- _ **Ulanovsky Carlos** 2011, “La Radio Nacional voces de la historia 1937-2010” compilación Susana Pelayes y equipo, Argentina.
- _ **Balsebre Armand** 2004, “Lenguaje radiofónico” España, editorial CATEDRA.
- _ **Requejo Isabel** 2009, “lingüística social y autoría de la palabra y el pensamiento” Argentina, Ediciones Cinco.
- _ **Nietzsche Friederich** 2008, “Voluntad de poder”, 6° edición en español, España. Biblioteca EDAF
- _ **Dieterich Heinz** 2001, “Crisis de los intelectuales” Argentina-México editorial 21.
- _ Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522
- _ **Lenin Vladimir** 1918, “El estado y la revolución” Edición electrónica Unión de Juventudes por el Socialismo, Argentina.

Diarios y revistas

- _ **Piccone Néstor**, Diario “Página 12” miércoles 8 de mayo de 2013.
- _ **Mastrini Guillermo**, revista “Herramienta” número 47 “Medios públicos y derecho a la comunicación”.
- _ Diario “La Nación” 27 de abril de 2012 mapa de medios, “Otro grupo de medios en manos oficialistas”.

Entrevistas:

Badano Daniel. Periodista de Radio Nacional Mendoza

Espeche Ernesto. Director de Radio Nacional Mendoza

Corominola Manuel. Periodista mendocino, trabajó en distintos medios periodísticos (radio televisión y gráficos) entre ellos Radio Nacional Mendoza, Radio Libertador, Radio Nihuil y Radio De Cuyo LV10.

Di Nasso Oscar. Licenciado en Comunicación Social, periodista especializado en Rock Nacional, trabajó en Radio Nihuil, Radio Libertador, Radio de Cuyo LV10 y Radio Nacional entre otras es codirector de esta tesina.

Fayad Roberto. Delegado del ASFCA (Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual) en Mendoza.

Suden Rodolfo “Fitio”. Periodista de Radio Nacional Mendoza hace mas de 32 años.

Fernández Silvia. Periodista de Radio Nacional Mendoza.

Bauer Tristán. Presidente de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo, 29 de noviembre de 2013 charla abierta sobre “La democratización del conocimiento en los medios públicos”

Sitios de internet

<http://radionacionalmedoza.blogspot.com.ar>, 2013

www.tvpublica.com.ar/contrataciones/, Reglamento de designación y remoción del personal de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, 2013.

www.agenciapacourondo.com.ar “Que es el periodismo militante”, 2012

enrealidadhoy.blogspot.com.ar En realidad hoy “Periodismo militante”

Rebellato José Luis, Tanti Rubén, Carrancio Beatriz, García Núñez María y Pérez Edgardo, 2002-2003, nudolog.org “La práctica pedagógica crítica”

ÍNDICE

_ **Introducción**

Capítulo 1 Primera aproximación

_Espacio físico y virtual. -----	Pág. 5
_La Grilla de Programación-----	Pág. 8
_Tres espacios de programación. -----	Pág. 9
Primer espacio “Lunes a Viernes”. -----	Pág. 9
Segundo espacio “Sábados”. -----	Pág. 9
Tercer espacio “Domingos”. -----	Pág. 10
_EL personal.-----	Pág. 10
_El presupuesto. -----	Pág. 15
_La historia.-----	Pág. 16
_Salida al aire y su calidad. -----	Pág. 18
_Caracterización de la audiencia. -----	Pág. 19

Capítulo 2 Discurso y construcción simbólica

_Evaluación del discurso de Radio Nacional Mendoza. Utilización de formas del decir. -----	Pág. 23
_Construcción simbólica. -----	Pág. 26
_Tematización de la realidad. -----	Pág. 32
_Periodismo militante. -----	Pág. 36
_ ¿Cómo se relacionan estos aspectos con la construcción, difusión y defensa de la cultura local? -----	Pág. 39

Capítulo 3 Radio Nacional Mendoza y la nueva ley de medios

_Radio Nacional Mendoza en el marco de la ley 26.522 de “Servicios de Comunicación Audiovisual”. -----	Pág. 41
_Público, estatal, sin fines de lucro y privado. -----	Pág. 49
Estado-----	Pág. 50
Máxima contradicción: la lucha de clases-----	Pág. 51

Capítulo 4 Disputa de poder

_Radio Nacional Mendoza, un espacio social en disputa. -----	Pág. 55
_¿De qué hablamos cuando hablamos? -----	Pág. 60
_Pequeña comparación de Radio Nacional Mendoza con Radio Libertador. -----	Pág. 67

Capítulo 5 Evaluación y Aportes. -----

Pág.76

_Para considerar pensar utilizar o desechar pero nunca rechazar -----	Pág.81
---	--------

Conclusión. -----	Pág. 93
--------------------------	----------------