

## **VIII. Jornadas de Jóvenes Investigadores**

Instituto de Investigaciones Gino Germani

4, 5 y 6 de Noviembre de 2015

**Emiliano Vargas**

Técnico Universitario en Comunicación

[Emilianov1988@gmail.com](mailto:Emilianov1988@gmail.com)

Eje 6. Espacio social, tiempo y territorio

### **La audiencia radiofónica en la comunicación popular: de las significaciones a las resignificaciones. El caso de FM El Galpón.**

Palabras clave: radio; recepción; audiencia; resignificación; sentido

El siguiente es un estudio en curso enmarcado dentro de lo que en Latinoamérica se denominan Estudios de Recepción. Abordamos la relación *radio/oyentes* desde una perspectiva cualitativa. Analizamos la resignificación del discurso radiofónico de un medio comunitario y popular por parte de su audiencia, con el objetivo de ampliar el poco conocimiento existente sobre los procesos de recepción en el campo de la comunicación comunitaria y popular. Como también su correlación con los objetivos trazados por los emisores.

El caso en cuestión es el de FM El Galpón. Emisora gestada y gestionada por una organización social de desocupados en la localidad de J.B Alberdi - Tucumán, en conjunto con diferentes sectores y actores populares del lugar.

Comprendemos al proceso comunicacional desde la perspectiva de la construcción social del sentido (Mata: 1993). Esta teoría plantea que los emisores producen discursos –configuraciones de sentido- que abren un campo de posibles efectos de sentido, a su vez los receptores actualizarán algunos de los posibles efectos. En el epicentro de la recepción encontramos al sujeto social<sup>1</sup> (Pichon Riviere en Quiroga: 1997). Es quien escucha, interpreta y resignifica el discurso de éste medio.

---

<sup>1</sup> El sujeto es un ser de necesidades que sólo se satisfacen socialmente en relaciones que lo determinan. Nada hay en él que no sea resultante de la interacción entre individuos, grupos y clases". Ana P. de Quiroga. Enfoques y Perspectivas desde la Psicología Social. Ediciones Cinco, Buenos Aires 1997.

Para la recolección de datos trabajaremos con Grupos focales, entrevistas en profundidad y análisis del discurso radiofónico.

## **Desarrollo**

La siguiente ponencia exhibe sintéticamente una investigación en curso en el marco de mi tesina de licenciatura y sus conclusiones provisorias. Está pensada en función de alimentar las discusiones en torno a los estudios de recepción que, desde la década de los '80 del siglo pasado, se vienen sucediendo. Además, procura realizar un humilde aporte a los debates en torno a la comunicación comunitaria y popular, indagando en el fenómeno de la recepción de los mismos, aspectos aún no abordados dentro de este campo, y que merecen una atención diferente a la que usualmente se les da en los medios masivos. Por último, espera contribuir materialmente a la experiencia estudiada, proporcionando datos que posibiliten a FM Galpón conocer las representaciones sociales que su audiencia tiene de la radio, y el papel que juega la distribución del espacio social, lo territorial y las temporalidades en ese proceso.

El caso estudiado es el de FM Galpón, radio que se encuentra en la ciudad de Juan Bautista Alberdi, localidad del sur de la provincia de Tucumán. Fue gestada a partir de la iniciativa de una organización social de desocupados, pero actualmente se sostiene también gracias a otros sectores populares de la comunidad. Se encuentra tramitando su legalidad bajo el paraguas de la actual LSCA<sup>2</sup>, buscando ser reconocida y subsidiada como un medio de comunicación comunitario.

El trabajo indaga en las resignificaciones de la audiencia de FM Galpón a partir del discurso de esta radio. Podemos dilucidar como estas resignificaciones discursivas varían de acuerdo a los diferentes grupos focales, cuyos informantes fueron cuidadosamente seleccionados en función de distintos aspectos, todos ellos pertinentes con la utilización del espacio social, la temporalidad y la configuración del territorio en la ciudad, en relación a las subjetividades de sus habitantes. Como por ejemplo la pertenencia de los informantes a áreas urbanas o rurales, sus consecuentes vinculaciones al aparato productivo de la provincia, y sus posibles repercusiones en las resignificaciones discursivas e imaginarios con respecto a la radio.

Se aborda la experiencia de FM Galpón desde una perspectiva que intenta integrar los siguientes aspectos:

---

<sup>2</sup> Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

- *Una mirada cualitativa*, capaz de dar cuenta de los objetivos políticos comunicacionales de los diferentes actores que llevan adelante a la radio, como también las resignificaciones discursivas que su audiencia y el resto de la comunidad van configurando acerca de ella. Para esto se tomaron muestras de distintas instancias del proceso comunicativo, reconstruyéndolas e interpretándolas para comprender los resultados de la experiencia que estudiamos, a la luz de los objetivos trazados por sus emisores.
- *Una lectura de la realidad* entendiendo al proceso comunicacional no como algo lineal, donde un emisor deposita información en un receptor, sino como un complejo proceso que tiene su epicentro en la instancia de la recepción y el papel que juega la subjetividad en él.

Comprendemos a la comunicación como un proceso que no es lineal, y que por lo tanto no termina en el preciso instante en el que las ondas electromagnéticas se transforman en sonido dentro del radio transistor para penetrar en nuestros oídos. Por el contrario, aludimos a su definición etimológica: *comunicare*, que quiere decir *poner en común*.

En contraposición a las tradiciones positivistas y deterministas que, amparadas en objetivos militares durante su primera hora, y luego atados casi exclusivamente a los del mercado, concibieron a la comunicación como un flujo lineal, el cual se sintetiza en el famoso modelo de Shannon y Weaver “emisor-mensaje-receptor”, comprendemos a la comunicación desde la mirada de la construcción social del sentido. Según estas perspectivas, los sujetos no transmiten unos mensajes elaborados a partir de códigos neutros (instrumentos) cuyo significado es recibido y descifrado (decodificado) por los receptores gracias al manejo simétrico, es decir equivalente de ese código. Los emisores producen discursos –configuraciones de sentido- que abren un campo de posibles efectos de sentido. A su turno, los receptores actualizarán algunos de los posibles efectos. (Mata: 1993)

El cambio significativo en relación a los paradigmas predecesores consiste en afirmar que el sentido no circula o se transmite de unos sujetos a otros, sino que un proceso comunicativo es una relación o una práctica significante en la cual emisores y receptores producen el sentido que puede ser unánime o disonante pero que ya no será juzgado en términos de decodificación óptima o aberrante -como sucedía desde las perspectivas informacionales (Mata: 1993). Ambos tipos de sujetos, emisores y

receptores, cumplen la misma función de productores de sentido aun cuando ocupen posiciones o lugares diferentes y no simétricos dentro del proceso.

A su vez, la construcción de sentido da lugar a *representaciones sociales* de los sujetos sobre la radio. Éstas últimas son definidas como construcciones simbólicas sobre sujetos, objetos y/o colectivos que incluyen no sólo una atribución de características, sino que también implican una construcción de sentido para un universo social a partir del cual éste interpreta el mundo (Vasilachis en Cohen: 2006. P.206). Es desde aquí donde afirmamos que en el proceso comunicativo importa tanto lo emitido, como la recepción y su proceso intrínseco; ya que sólo después de éste se completa el ciclo comunicacional.

En cuanto a lo metodológico podemos decir que la investigación se acerca a los estudios cualitativos de recepción de tradición latinoamericana que, con altibajos a lo largo de su historia, han sido motivo de preocupación de importantes investigadores. Tomamos distancia de quienes, dentro del ámbito académico, sostienen la posibilidad de comprender los procesos comunicacionales analizándolos fragmentariamente, es decir, centrándose en el estudio de un componente del proceso. Por el contrario, sostenemos que para aproximarnos a una interpretación más acabada es necesario centrarnos en el conjunto del mismo, aunque pongamos énfasis en la resignificación discursiva que se inicia con la recepción.

Teniendo en cuenta que para el trabajo de campo iba a ser necesario operar sobre distintas instancias del proceso comunicacional, se recurrió a diferentes técnicas de recolección de datos, pensando en las características singulares que cada instancia presenta.

Por un lado se realizaron *entrevistas en profundidad* a distintos actores claves dentro de la organización de la radio, para conocer la historia, objetivos, situación actual y expectativas de los mismos con respecto a FM Galpón.

Se trabajó también desde el *análisis de discurso*, tomando como material algunos de los programas emitidos por la radio estudiada.

Se conformaron *seis grupos focales* con muestras representativas de la audiencia, desde la perspectiva de la Audiencia potencial (Pablo Ramos, 2003), trabajando como disparador de las conversaciones un cuestionario en común. Los participantes fueron seleccionados teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- *Pluralidad etaria*: grupos que contengan informantes de edades disímiles.

- *Variedad social:* grupos pertenecientes a capas bajas y medias de la sociedad.
- *Diferenciación por género:* en algunos casos se conformaron grupos con informantes de un mismo género, y otros con contenido mixto. Éste recurso fue utilizado para disponer de mayor variedad de datos a la hora de analizarlos.

En los tres criterios elaborados para la constitución de los grupos focales podemos ver como la organización del espacio social y la temporalidad están intrínsecamente vinculados a los objetivos del trabajo. Estos criterios arrojarán datos que, al ser contrastados unos con otros, nos mostrarán en las conclusiones provisorias cómo los factores antes mencionados inciden en las representaciones que la audiencia hace de FM Galpón.

### **FM 99.1 Radio Galpón**

FM Galpón es una radio que transmite desde la localidad de Juan Bautista Alberdi; al sur de la provincia de Tucumán, hace casi nueve años. Nace gracias a la iniciativa de una organización piquetera, C.C.C Corriente Clasista y Combativa. La C.C.C es una corriente nacional de desocupados que nuclea tanto a jóvenes, adultos, como a jubilados. Tiene presencia a nivel nacional, y dentro de Tucumán, Juan Bautista Alberdi es una de las localidades en donde han logrado un mayor nivel de desarrollo territorial.

Para comprender el contexto en el que nace la emisora es necesario remontarnos años atrás, a los períodos posteriores al estallido social y político del 19 y 20 de diciembre del 2001. Más allá de la fecha en sí, diciembre del 2001 marca un punto de inflexión en relación a su década antecesora y sucesora en materia económica, política y social: el tocar fondo de un país y la miseria de su pueblo. Los días 19 y 20 de diciembre del 2001 son fechas que sintetizan dos cosas: por un lado la crisis social, económica e institucional, y por otro la respuesta del conjunto de los sectores sociales damnificados.

En este último aspecto encontramos al nacimiento de la CCC, organización social “madre” de FM Galpón.

La CCC nace a mediados de los noventa y se expande por todas las provincias del país al ritmo de la carencia social y la desocupación que se vivía entonces.

Según comentó la Directora de la radio, Teresa del Carmen Cáceres “Teté”, aquel contexto político fue el detonante para el surgimiento de la emisora.

“Yo estoy convencida de que existe por una necesidad. Nosotros (*por la CCC*) hemos surgido en un momento político donde las luchas estaban en auge. Con los cortes de ruta surgió la necesidad de transmitir para explicar porque se hacía un corte de ruta, hacer las convocatorias para los reclamos y también para que el resto del pueblo conozca porque uno hacia lo que hacía”

Como vemos, el contexto político y social juega un papel crucial a la hora de comprender los factores que llevaron al nacimiento de FM Galpón. Hoy, la situación política ha cambiado. Quizás esos cambios hayan coincidido con las mutaciones que la emisora sufrió desde su nacimiento.

“Me acuerdo de un corte que duró ocho días, fue durante el gobierno de Miranda<sup>3</sup>. Estuvimos ocho días mañana tarde y noche. En ese momento había solo dos radios y acá dentro del pueblo nos hacían mala propaganda. Decían que en la ruta iban las mujeres a prostituirse. Llegaban las doce o una y nos poníamos a hacer guardia, uno en una punta y otro en otra. En ese momento hacíamos los cortes con la gente de Aguilares<sup>4</sup> y de otros pueblitos de acá. Salían unos cortes grandes. Con gente en todas las puntas de la ruta haciendo guardia para que no nos pase un camión o algo por encima. Llegó la una de la mañana y empezaron a caer los autos, nos decían “Che, quiero hablar con el que está al frente” entonces iba uno de los dirigentes. Y les preguntaban: “Che, cuáles son las chicas que puedo sacar y cuánto cobran?”. Los sacábamos cagando. Una vez hubo armas y todo”.

Previo al surgimiento de la radio, Teté cuenta que la relación entre la CCC y los medios locales siempre fue muy problemática.

---

<sup>3</sup> Gobernador de la provincia de Tucumán durante el período 1999 – 2003.

<sup>4</sup> Ciudad del sur de la provincia de Tucumán.

“Los dirigentes iban a los programas y empezaban a hablar sobre alguna movida de algún empresario del limón. Por ejemplo, había un problema en alguna finca y le daban con un caño a los empresarios o al gobierno. Ahí nos han empezado a decir “bueno vengan pero no hablen contra el gobierno” o “vengan pero no hablen contra tal empresario del limón”.

“A pesar de todo eso y de consultarlos con varios medios, nunca tuvimos la posibilidad de tener un espacio con total independencia. Porque acá hay muchos políticos que son dueños de comercios, entonces no le dan la propaganda, o no se puede hablar contra la municipalidad porque a la gente le pagan con órdenes de compra y luego se las quitan”

A partir de esa situación, CCC Alberdi define ponerse a trabajar para lograr la instalación de una radio propia. La misma no se materializó sino hasta el año 2006, y sus transmisiones comenzaron recién dos años más tarde.

### **Sobre su programación**

Dentro del ámbito académico, tal como lo afirman Kejval (2009) o Vinelli y Rodríguez Esperón (2004) existe mucha discusión, y falta de consenso a la hora de definir a las radios comunitarias, alternativas y populares para constituirlos en objeto de estudio.

En Distintos momentos y lugares de Latinoamérica se las han denominado de formas diversas. Alternativas, comunitarias, populares o ciudadanas son sólo algunos de los nombres que han adoptado.

Entenderemos a la radio popular como aquella emisora que hace más explícita su intencionalidad de carácter político: es decir, un movimiento comunicacional en función de una organización social cuyo fin busca un cambio, una transformación social determinada (Geerts y Van Oeyen:2001 p.31)

El término popular suele referirse a un posicionamiento en favor de los intereses de los "sectores populares" y al círculo más o menos directo con sus organizaciones. En este sentido, así como la educación popular puede definirse como la dimensión educativa de la acción socio política de los movimientos populares, la comunicación popular sería su dimensión comunicacional. (Kaplún: 2005 p. 17)

Lo comunitario aparece como un modo de pensar los procesos de cambio social profundo, a la vez democrático. En esta perspectiva, lo comunitario busca fortalecer el -con frecuencia debilitado- espacio social, reconociendo la importancia de la dimensión subjetiva y las identidades en los procesos emancipatorios. El apellido comunitario ha ido cobrando fuerza también como un modo de subrayar que entre Estado y mercado hay otros modos de construir ciudadanía. Y en particular que, frente a los medios públicos estatales (tradicionalmente débiles en Latinoamérica) y los medios privados y comerciales, habría un tercer sector de medios, el sector social-comunitario, imprescindible para una comunicación democratizadora de la sociedad (Kaplún: 2005 p. 19)

Desde estos enfoques, comprendemos a FM Galpón como una radio que conjuga elementos de lo que distintos autores denominan Radio Comunitaria, Radio Popular, con algunos rasgos en su funcionamiento económico que se acercan más a lo comercial. Con la diferencia fundamental de que no es el lucro lo que lleva a optar por tales características, sino más bien su necesidad de supervivencia.

Vale aclarar que la caracterización que realízo es producto de las declaraciones que sus protagonistas hicieron durante el trámite de la investigación, como así también de la delimitación *per se* que la radio hace al estar tramitando su reconocimiento en AFSCA<sup>5</sup> como radio comunitaria.

Si hay un rasgo que caracteriza a la programación de Radio Galpón es su diversidad. Tanto al pensarla en el día a día, como también al remitirnos a ella históricamente.

Hoy en día la programación de FM Galpón es bastante amplia y ajustada, en el sentido de lo comunitario. Conjuga programas informativos que contienen una mirada popular de la realidad como La Mañana Informativa, que se emite de lunes a viernes de 8 a 12hs, con programas que abordan diferentes aspectos de la vida cotidiana en la ciudad, tanto en el territorio urbano como en el rural: problemáticas vinculadas a los trabajadores rurales, a pequeños productores agrícolas, como también al entretenimiento, el debate político y la visibilización mediática de realidades no asistidas, asistencia legal gratuita, y discusiones en torno a la sexualidad y que en muchas ocasiones cuestionan ideas conservadoras en la ciudad.

---

<sup>5</sup> Agencia Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

A continuación se desarrolla un breve recorrido por algunos programas de la radio que se consideran los más significativos de su grilla de programación. Su selección responde a un criterio de popularidad de audiencia, como así también de perdurabilidad en la grilla de programación.

### **1) La Mañana informativa**

Se emite de lunes a viernes de 8 a 12hs. Se trata del programa central de la programación. Conjuga humor y música movida con información, desde una perspectiva popular en la que no sólo se leen noticias de los diarios hegemónicos de la provincia y el país sino que se los contrasta con material informativo producido por distintas organizaciones populares de la provincia y el país. Contiene una alta dosis de opinión.

### **2) El dueño de las tardes es el “Negro Obama”**

Las tardes de FM Galpón en palabras tanto de su equipo como de distintos informantes de la comunidad, son las más escuchadas de Alberdi. Se trata de un programa sumamente escuchado por jóvenes y adultos. El programa del Negro Obama es el clásico programa tropical, en el que se enganchan unos temas con otros, con intervenciones del conductor, quien hace de animador como si se tratara de un boliche bailable, y transmite los saludos de quienes llaman por teléfono o envían mensajes de WhatsApp. Conduce siempre desde la cabina de operación, y va prendiendo un cigarro tras otro mientras interviene en medio de las canciones para corresponderle los cariños y las bromas a su audiencia, o para anunciar que animará alguna fiesta esta noche.

### **3) La voz del obrero rural**

Es otro de los programas más escuchados de la radio. Lo conduce Dalinda Sanchez “Pelusa”, referente gremial de UATRE<sup>6</sup> en la zona.

Pelusa, le dedica cuatro horas semanales, que se dividen en dos días: martes y viernes de 20 a 22hs. El programa no tiene ligazón formal con el gremio, nace a partir de su iniciativa propia y compromiso. Asegura que se siente muy bien de llevarlo adelante desde hace ya tres años, porque entiende que es algo muy necesario.

---

<sup>6</sup> Unión Argentina de Trabajadores Rurales y Estibadores.

“Abrirle la cabeza a todos los trabajadores, que ellos reclamen y hagan cumplir sus derechos. Que jamás se callen porque los empleadores jamás le regalan nada a nadie, nunca le han regalado nada al trabajador. Hacerles entender cuáles son sus derechos y que los defiendan”

El programa de Pelusa es muy sencillo. Su horario está pensado en función de integrarse a la cotidianidad del obrero rural. Comienza a las 20hs, cuando en general han vuelto a sus casas habiendo finalizado la jornada de trabajo.

Siempre que Pelusa llega al estudio está anocheciendo. La mayor parte de las veces está sola, salvo que algún cosechero se anime a denunciar desde el estudio, o a contar alguna experiencia. Junto a ella siempre está la ley nacional agraria y las tablas salariales. El eje del programa es el contacto con la audiencia. Se reciben llamados, mensajes de texto o WhatsApp con preguntas, solicitud de información o denuncias. Todo referido a las condiciones de trabajo de los obreros rurales.

Al respecto del contenido de su programa Pelusa nos explica:

“A cuánto está la hora del trabajador, cuanto está el mensual, todos los quehaceres del trabajador rural. Denuncian en contra de los empleadores, ya sea porque lo han suspendido, porque lo han dejado sin trabajo, o porque se ha enfermado, ha presentado el certificado médico y no le pagan. Y bueno, a partir de eso tenemos abogados que vienen, no le cobran a la gente y atienden todos los problemas”.

Como vemos, el programa gira alrededor de la información y la denuncia.

“Y siempre dejamos en claro que si tenemos que hacer un reclamo, jamás se va a enterar de boca nuestra quien ha denunciado. Porque es importante que la gente se quite ese miedo, tiene mucho miedo en perder su trabajo. La gente tiene terror en pararse discutir o reclamar y que lo corran o los pongan en la mira y empiecen una persecución de parte del empleador. Porque cuando uno denuncia es común que empiecen una persecución en contra del trabajador”

A contrapelo de lo que sucede con la audiencia en el centro y áreas urbanizadas de Alberdi, donde la investigación arroja resultados que a priori podrían ser inferidos lógicamente: los jóvenes en su mayoría solo la escuchan porque algún familiar la sintoniza en los hogares, o algún compañero de trabajo. Lo que sucede con el programa que conduce Pelusa es muy interesante. Si bien el contenido del mismo, en principio no está dirigido a una audiencia joven, ni es pensado en función de características etarias, se destaca que gran parte de los llamados y mensajes de texto que se reciben a diario son de jóvenes de 15 años en adelante. Quienes trabajan desde muy chicos en el campo, y que seguramente lo harán durante el resto de sus días. Pelusa interpreta esto diciéndonos que son ellos muchas veces los más valientes, los que no tienen miedo a la hora de denunciar sus empleadores.

#### **4) Bajo la luna**

Se trata de un programa que se emite de lunes a viernes desde las 22 horas hasta pasada la medianoche. El contenido del programa, mediado casi siempre con humor o el ímpetu de informar, está más referido a lo sexual, que van desde el erotismo, hasta la educación sexual o distintos debates sobre las diferentes formas de vivir la sexualidad. Al respecto Teté nos comenta:

“Llegan mensajes, yo digo no soy sexóloga, estamos conversando y aprendiendo entre todos sobre la sexualidad. Entonces me dicen ‘Teté, vos pensás que ¿el tamaño importa?’ (*risas*) y Julio (*uno de los co-conductores*) se pone colorado.

Quería hacer algo divertido para gente grande. A veces nos llegan mensajes diciendo que están haciendo el amor mientras escuchan la radio.

En ese programa yo me siento como creadora. Yo quería meter el tema de la violencia contra las mujeres, pero no dábamos pie con bola para hablar del tema. La gente cambiaba inmediatamente el dial y nos quedábamos con muy poca audiencia. Yo no sé si la gente no llamaba porque no se animaba o directamente no le daba bola. Teníamos uno o dos llamados y eran como desde las 7 hasta las diez de la noche”

Entonces yo dije bueno, “¿cómo metemos el tema de las mujeres, de la violencia, de las cosas que nos pasan?

Llama mucho la gente para pedir pareja. También llaman mucho los gays. Nos dicen “llamo a esa radio porque son los únicos que nos escuchan a los gays” no hablamos de la sexualidad en sí de los gays, sino que hacemos una generalidad en donde muchas veces se habla sobre la situación de los homosexuales, el tema de la discriminación. Por ejemplo acá hay muchos travestis, y como en Aguilares, algunos son de la Corriente (CCC). La mayoría tiene que vivir de la prostitución”

## 5) Debate público

Este año volvió Debate público, programa conducido principalmente por Julio Galia “Julito”, un chico de 23 años muy comprometido con la comunidad. Además de participar en la conducción y producción de varios programas de la radio, también integra Acción Poética Alberdi y Bomberos Voluntarios.

Este programa tiene dos ejes principales: uno, como su nombre lo indica es el debate. Es el único programa de la localidad, y en los tiempos que corren posiblemente de los pocos en la provincia, donde se invitan a políticos de diferentes espacios, o candidatos a debatir sus ideas entre sí. Como un intento por devolverle a la comunidad la posibilidad de reflexionar críticamente sobre la gestión pública y la vida política de la ciudad.

El otro eje es la visibilización de las realidades marginales. Como forma de ayudar, salen al aire móviles desde donde se pretende visibilizar ante la misma comunidad la situación de personas que padecen diferentes problemas económicos, de salud, físicos, etcétera. En general se denuncian casos de inoperancia en las instituciones públicas y se apela a la solidaridad de la comunidad para resolver distintas carencias, como ser medicamentos, ropa, comida, materiales para las viviendas, entre otras cosas.

## Especificidades sobre la audiencia

Como dijimos antes, discrepamos con quienes entienden al estudio del proceso comunicacional como susceptible de ser estudiado fragmentariamente. Esto nos lleva a

intentar un análisis más bien holístico del mismo, aunque poniendo énfasis en la instancia de la recepción.

En este sentido conformamos seis grupos focales con características distintas entre sí para poder indagar en diferentes aspectos vinculados a la escucha de radio, como así también en relación a FM Galpón.

Tres fueron los criterios tenidos en cuenta para definir los grupos focales:

**Etario:** los grupos focales fueron conformados buscando siempre que sus integrantes compartan una franja etaria.

**Económico – cultural:** que la composición de los mismos agrupe a personas que ocupen lugares iguales o similares dentro del entramado del sistema productivo de la comunidad, entendiendo que esta variable también incide en su cosmovisión cultural. Por ejemplo: grupos donde los informantes son jubilados, grupos donde los informantes son adolescentes que trabajan en áreas rurales, grupos de jóvenes estudiantes y/o con trabajos en áreas urbanas, etcétera.

**Género:** en algunos casos se buscó que los grupos estuvieran conformados por personas del mismo género para intentar identificar aspectos vinculados a este condicionante.

Los criterios de selección corresponden a la necesidad de recabar muestras que intenten ser representativas de la variedad social de lo que consideramos sectores populares de J.B Alberdi. De ésta forma quedaron conformados los siguientes grupos:

**Grupo A:** conformado por hombres mayores de 50 años, trabajadores asalariados en la ciudad y jubilados. Capas bajas. Trabajo precario dentro de la ciudad.

**Grupo B:** adolescentes y jóvenes. Pertenecientes a zonas rurales. Trabajadores o ex trabajadores rurales. Capas bajas. No completaron estudios secundarios. Trabajan desde niños.

**Grupo C:** Mujeres adultas y adultas mayores. Jubiladas, amas de casa y amas de llave. Capas medias y bajas.

**Grupo D:** Jóvenes de entre 23 y 30 años. Estudiantes y/o trabajadores asalariados en áreas urbanas de la ciudad. Capas medias.

**Grupo E:** jóvenes de entre 17 y 20 años, estudiantes /y o trabajadores en áreas urbanas. Capas medias.

**Grupo F:** jóvenes de entre 17 y 21 años. Estudiantes y/o trabajadores en áreas urbanas. Capas medias.

Actualmente, la investigación se encuentra en la fase de análisis y entrecruzamiento de los datos recabados en los grupos focales, las entrevistas en profundidad y el análisis de discurso radiofónico de algunos programas.

### **Conclusiones provisionarias**

Sin duda alguna entre los distintos medios de comunicación tradicionales: televisión, radio y prensa gráfica y los más actuales -vinculados a las redes sociales y portales de noticias o radios con streaming- la radio sobrevive dentro de Alberdi como uno de los medios más usados junto con la TV.

La importancia de la radio en esta comunidad, según ésta investigación, radica en que es el único medio de comunicación -a excepción de dos gacetillas quincenales de muy baja tirada- que ofrece una cobertura periodística de la realidad local y en segundo lugar, contiene en sí una oferta muy variada de ésta, ya que existen 14 emisoras de FM de las cuales sólo 2 son repetidoras de otras latitudes: Radio María, y LV7. Lo cual genera una suerte de dependencia de la comunidad en relación a la radio, cuando de información local se trata.

Uno de los primeros datos que surgieron de los grupos focales tiene que ver con la popularidad de la radio en la localidad. Si bien en palabras de la directora FM Galpón, ésta se encontraría entre las dos emisoras más escuchadas de la provincia, los datos que arroja el trabajo de campo cuestionan esta idea.

Al ser consultados los informantes por las radios más escuchadas, en cinco de los seis grupos FM Galpón aparece entre las 3 y 6 emisoras más sintonizadas de las 14 existentes. Sólo en un grupo fue la primera en aparecer y con notable énfasis. Este grupo fue el B, compuesto por adolescentes y jóvenes pertenecientes a zonas rurales, que en su gran mayoría han trabajado en la siembra y cosecha de distintos productos agrícolas. Este dato cobra importancia cuando lo relacionamos primero, con la distribución y uso del espacio social, en este caso pensándolo desde la división del trabajo y el rol de la producción agrícola en el aparato productivo local. En segundo lugar entendiendo a FM galpón como una emisora comunitaria y popular en la que lo territorial cobra gran relevancia, al construir su audiencia tomando como uno de los puntos de referencia a los aspectos territoriales antes mencionados, y como el factor etario se inmiscuye en la construcción de dicha audiencia sin haber sido un aspecto premeditado, sino más bien un producto de la distribución y condiciones precarias de trabajo en el área rural de la ciudad, en las que es común el trabajo infantil.

Los grupos donde menos conocimiento de la radio se registra corresponden a los grupos E y F. En los que además se registró un muy bajo y hasta nulo interés no sólo por FM Galpón, sino por la radio como medio de comunicación. Por el contrario, fue notable el énfasis en los medios digitales y redes sociales. Estos datos bien pueden ser relacionados con el mayor poder adquisitivo del que gozan los informantes de dicho grupo, como así también a los niveles de escolaridad alcanzados.

### **FM Galpón: entre las fortalezas y sus puntos débiles**

A continuación se destacan algunos aspectos como fortalezas de la radio, entendiéndolos como coincidentes con los objetivos trazados por los actores que la sostienen, como así también características que se relevaron durante el trabajo de campo que coinciden o le dan sentido a los conceptos teóricos dentro de los cuales se enmarca este proyecto radiofónico.

En relación a las cuestiones que su programación pone en la agenda pública. Asistencia comunitaria desde la lógica de la tercera persona del plural, el nosotros inclusivo. La radio y sus actores como entidades inmersas dentro de la misma realidad comunitaria y no al margen de ésta. Debates políticos y culturales desde una perspectiva contrahegemónica, cuestionamientos de carácter cultural como por ejemplo las diferentes formas de vivir la sexualidad dentro de la comunidad y la necesidad del respeto por la diferencia, problematización y cuestionamiento de la política local y funcionamiento de las instituciones públicas.

- Retroalimentación en el vínculo radio/audiencias. La construcción del contenido de algunos de los programas como es el caso de la voz del obrero rural en conjunto con su propia audiencia, y su sostenimiento a lo largo de tres años representa mínimamente un espacio de debate e información para los obreros rurales del sur de la provincia de Tucumán.
- La apertura para compartir el espacio de la radio y su programación con otras organizaciones sociales de la comunidad, atravesando las fronteras de la organización que la gestó.
- En relación a los límites y dificultades de este proyecto radiofónico y su proceso se destacan los siguientes aspectos.
- Sobre las tensiones entre la radio y su organización “madre” (CCC) se evidenció durante el trabajo de campo que sectores importantes de la organización no visibilizaron la necesidad de la existencia de la radio como una herramienta para la comunidad, como

tampoco para la organización en sí misma. Sino que la iniciativa, desde un comienzo, fue llevada adelante por algunos de los dirigentes. Esto sin duda evidencia falta de debate en el seno de la CCC, y problemas de reconocimiento de la radio como parte integrante de la organización.

- En cuanto a su grilla de programación, se destaca como limitación el hecho de su no planificación. Es decir que esta no es producto de un debate colectivo en el que cada programa se haya pensado en función de los objetivos generales que la radio haya trazado, o de una reflexión para la construcción de su propia audiencia. Esto también se evidencia en el hecho de que no existe una grilla impresa, salvo la reconstruida a partir de esta investigación.
- Las limitaciones de tipo económicas toman fuerza cuando vemos la precariedad con la que se realizan algunos móviles desde el lugar de los hechos. No hay en este momento ningún tipo de movilidad para hacer cobertura de exteriores en el programa de la mañana informativa. Se realizan móviles sólo en los programas donde hay conductores o movileros con vehículo personal, que en todos los casos son motocicletas.

## BIBLIOGRAFÍA

COHEN DE CHERVONAGURA Elisa (2006): Comunidades Lingüísticas, Confines y Trayectorias. ED. Humanitas, Tucumán, Argentina.

GARDELLA Mary Esther (2012): Prácticas y Saberes de Comunicación Radiofónica. Facultad de Filosofía y Letras Universidad Nacional de Tucumán, Tucumán. Manuales Humanitas

GEERTS, Andrés y VAN OYEN, Victor (2001): La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia. Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER. Quito Ecuador.

KAPLÚN, Mario (2005): Comunicación educativa y comunitaria: construcción de nuevos vínculos y sentidos en y desde la universidad.

KEJVAL, Larisa (2009): Truchas. Los Proyectos político-Culturales de las Radios Comunitarias, Alternativas y Populares Argentinas, Prometeo, Buenos Aires.

MATA, María Cristina (1993). La Radio, Una Relación Comunicativa. Diálogos de la Comunicación, Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.

QUIROGA, Ana P. (1997): Enfoques y Perspectivas desde la Psicología Social. Ediciones Cinco, Buenos Aires.

RAMOS, Pablo Daniel (2003): Políticas de Programación Radiofónica.

VINELLI, Natalia y RODRIGUEZ ESPERÓN, Carlos (2004): Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. Ediciones Continente, Buenos Aires.