

TRABAJO FINAL DE GRADUACION
Proyecto de Investigación Académica

Patricia Huertas
Publicidad
Universidad Empresarial Siglo21
Año 2007

A mis padres.

Gracias a mi familia por apoyarme, especialmente a mi papá y a mi hermano;
a Franco por estar y por toda su ayuda;; gracias a todos los albardoneros
que me abrieron las puertas de su casa y gracias a los profesores Aldo Merlino
y Enrique Virdó por guiarme durante este proceso.

Medios y comunidad.

Los estilos comunicativos y las funciones que adoptan las radios en zonas apartadas.

Índice

- Tema	4
- Introducción	6
- Fundamentación	8
- Problema de investigación	10
- Objetivos de trabajo	12
- Marco teórico	14
Análisis de contenido.....	21
- Marco contextual.....	25
- Metodología	39
- Análisis y conclusiones preliminares.....	42
Primer momento: producción.....	43
Segundo momento: recepción.....	75
- Conclusión final.....	89
- Bibliografía	92
- Anexos	97

Introducción



Desde nuestra perspectiva como comunicadores es importante que nos intereseamos y estemos al tanto de todos los usos y características que poseen los medios de comunicación con los que trabajamos día a día. Es por esto, que en este trabajo se investigará uno de estos medios de comunicación que nos sirve de soporte de nuestros mensajes, puntualmente el medio masivo radio. Para esto se eligió como objeto de análisis la radio "Santa Barbara" FM 106.9 Mhz, ubicada en la localidad Albardón de la provincia de San Juan. Se optó por esta radio por varias razones: en primer lugar, es la radio más escuchada de la zona; en segundo lugar, es la radio de mayor trayectoria, esto la convierte en un medio en el cual la gente confía dotándola de una gran aceptación por parte de los habitantes; y por último, la gente está muy apegada a esta emisora en particular, no cesan de escucharla durante todo el día, ya sea para entretenerse o informarse, y, por lo general, no consideran la idea de hacer "zapping" entre varias radios.

El sector, y el público al que apunta reside en la pequeña localidad de Albardón de la provincia de San Juan, que aunque se encuentra a 20 minutos de la capital tiene sus propios eventos y actividades y está habitado principalmente por gente perteneciente al nivel socio económico Bajo Superior. Para esta gente la radio posee una importancia y una función completamente distinta que para el público de pueblos o ciudades más grandes. De aquí surge el interrogante de saber cuáles son esas funciones que adopta y cómo se comunica la emisora con estas personas.

El trabajo estará dividido en dos momentos: el análisis de la emisión; y el análisis de la recepción. Para el análisis de los mismos se estudiará el contenido de los programas "El supercomunicando" que se emite de Lunes a Viernes de 8hs a 13hs, "EL show de la tarde" que comienza a las 13hs y termina a las 17hs de Lunes a Viernes, "Vibraciones musicales" desde las 17hs a las 19hs de Lunes a Viernes, "El show del fútbol" de Lunes a Viernes de 19hs a 20hs y "Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago" de Lunes a Viernes desde las 20hs hasta las 22hs. Para esto se realizará un Análisis de contenido de los mismos, y, además, en la recepción, se realizarán entrevistas a los habitantes de pueblos y parajes específicos del área delimitada. Luego con los datos recolectados se procederá a su análisis y al posterior desarrollo del trabajo.

Siempre es importante investigar y conocer como se desenvuelven y desarrollan los medios que utilizamos en todas las situaciones, contextos y lugares posibles; de esta manera se logrará conocer en profundidad su naturaleza y sus aptitudes comunicativas, y se podrá hacer un mejor aprovechamiento del medio al utilizarlo como soporte de campañas publicitarias.

Fundamentación



Como publicistas, solemos olvidarnos de la importancia que tiene la radio para los pequeños negocios y empresas que no pueden realizar grandes inversiones en publicidad. La radio, sobre todo en ciudades y poblaciones pequeñas, le brinda la posibilidad al almacén del barrio, al taller o a la peluquería, de anunciar su negocio de manera económica y, sobre todo, de llegar a su público principal: la gente de la zona, del barrio, los vecinos y lugareños etc. Como plantea Marçal Moline (2000) "Esa tienda que se anuncia en la emisora local, y precisamente porque es la radio del pueblo, sabe perfectamente cuál es el programa que escuchan sus vecinos, a qué hora la gente sintoniza con un programa regional o nacional, y a qué horas y qué días sintonizan con la emisora...". Lo que les permite, a estos pequeños anunciantes, transmitir un mensaje pensado y dirigido a un público local, conocido, "amigo", lo que resulta en la transmisión de un mensaje mucho más eficaz al momento de captar futuros clientes, y de conformar una audiencia más fiel a la emisora.

Que la radio es considerada un medio de comunicación primario (Norberto Álvarez Debans 2000: 131), es un hecho ampliamente conocido. Por esto, es muy importante conocer cómo se desenvuelve en diversos contextos, situaciones y lugares para conocer mejor las posibilidades comunicativas del medio, y, así, aprovecharlo mejor a la hora de planear una campaña. Es importante entender cómo funciona, los estilos que adopta y las funciones que le adjudican los oyentes de cada sector. Mientras más conozcamos el soporte con el que trabajamos, mejores y más adecuados serán nuestros anuncios. Sobre todo en casos como los de este tipo de emisora que no es posible escucharlas en la ciudad, no tienen las mismas ventajas de las radios de zonas más pobladas, y se les hace más difícil competir por la captación de anunciantes. Causas todas que llevan a que el funcionamiento del medio sea completamente diferente.

Por estas razones es siempre útil e importante investigar y tratar de conocer exhaustivamente los soportes que nos sirven de medio para transmitirle, al público, lo que nuestros anunciantes tienen para decir. Y, numerosas veces, en el análisis, se descubren usos, estilos y formas de concebir el medio que no se conocían, o no habían sido tenidos en cuenta.

Problema - Pregunta



Para llevar a cabo este trabajo, se analizará el desenvolvimiento del medio radio en zonas apartadas, mas específicamente los programas: "El Supercomunicando", "El show de la tarde", "Vibraciones musicales", "El show del fútbol" y "Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago", transmitidos por la radio "Santa Bárbara" FM 106.9 Mhz de Lunes a Viernes, situada en la localidad de Albardón de la provincia de San Juan. Para esto se tendrán en cuenta los estilos comunicativos que adopta el medio bajo estas circunstancias, y las distintas funciones que le atribuyen los oyentes de las zonas aledañas.

Por estilo comunicativo nos referimos al uso que se hace de los elementos expresivos o lenguajes del medio (el lenguaje hablado, la palabra, la música, los sonidos y el silencio); de la combinación de estos elementos se logrará un estilo institucional, joven, provocador, alegre, sobrio, etc. dependiendo de las intenciones, de la localización y del target de cada cadena (Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo 1997).

Por esto es muy importante tener en cuenta la ubicación de la radio, que en este caso está emplazada en lo que podríamos denominar "zonas apartadas" de la ciudad de San Juan. Con este término hacemos alusión a una extensión geográfica de menor tamaño, retirada o distante de núcleos poblacionales o ciudades de mayores dimensiones, ocupada por un grupo de personas que, generalmente, poseen mayores limitaciones para acceder a los recursos, medios de subsistencia y comodidades necesarios para satisfacer sus necesidades.

La ubicación geográfica es una referencia importante a tener en cuenta cuando hablamos de la función que adopta el medio en los diversos contextos en los que se pueda encontrar. Por esto, a función la definiremos como: la capacidad de acción, o acción de un ser, apropiada a su condición natural (para lo que existe) o al destino dado por el hombre (para lo que se usa), de esta manera, con esta definición, se resalta el hecho de que estas funciones pueden variar según las circunstancias.

Habiendo aclarado esto, la pregunta que nos proponemos responder es la siguiente:

¿Cuáles son las características del estilo comunicativo de la radio y qué tipo de funciones cumple en la zona de estudio?

Objetivos



- Describir los estilos comunicativos que adopta la radio "Santa Bárbara" FM 106.9 Mhz de la localidad Albardón de la provincia de San Juan.
- Identificar cuáles son las funciones que se le atribuyen a la radio "Santa Bárbara" FM 106.9 Mhz en el departamento Albardón de la provincia de San Juan.
 1. Determinar cuáles son las combinaciones y usos de los elementos expresivos o lenguajes que se hacen en los programas de radio "El Supercomunicando", "El show de la tarde", "Vibraciones musicales", "El show del fútbol" y "Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago" que se transmiten por radio "Santa Bárbara" FM 106.9 Mhz.
 2. Establecer cómo influye la localización geográfica de la radio en los estilos comunicativos que adopta.
 3. Identificar el tipo de relación que establecen los oyentes de la localidad Albardón con la radio "Santa Bárbara" FM 106.9 Mhz.
 4. Identificar el tipo de relación que establecen los oyentes con los programas, elegidos para el estudio, emitidos por la radio.
 5. Conocer las características del funcionamiento de la radio "Santa Bárbara" FM 106.9 Mhz en el departamento Albardón en la provincia de San Juan.

Marco Teórico



Para analizar los estilos y funciones que adopta una emisora radiofónica, afirman Miguel Ortiz y Jesús Marchamalo (1997), es esencial tener en cuenta que las características expresivas de la radio están determinadas por el emisor, por el mensaje y, en gran medida, por el receptor. Por esto, es importante tener en cuenta el perfil de la audiencia en el momento de crear el mensaje y, también, a la hora de pensar la forma que adoptará el emisor para comunicarse con el público. No es lo mismo realizar un programa de entretenimiento pensado para un público joven, que un programa más informativo dirigido a un target de mayor edad. Luego, al respecto, agregan los autores: "...comunicar en radio es emitir para una audiencia de perfil concreto, que utiliza unos códigos de información determinados y que reacciona ante los mensajes de una manera particular" (Miguel Ortiz, Jesús Marchamalo, 1997: 23). Sumado a esto, la tecnología y los recursos económicos disponibles también fijarán la naturaleza y el contenido de los mensajes que se transmitan a los oyentes. Todo esto junto con el análisis del tipo de programación, la hora, los contenidos, el locutor, los hábitos de escucha del público, etc. nos ayudarán a entender mejor la relación entre el medio y sus receptores.

Para comprender mejor esta relación y la forma en que los receptores perciben la radio, asevera M. Haye, hay que tener en cuenta dónde escuchan la radio los oyentes, en su casa, en el auto; si están atentos a los mensajes (escucha activa) o si realizan otras actividades mientras escuchan (escucha pasiva) si están solos o acompañados; el grado de adhesión y participación del público, etc., datos que nos servirán para tener una visión desde ambas perspectivas: la del que transmite y la del que oye. Y señala que no sólo es importante entender la relación entre la radio y su público, sino también las relaciones entre los miembros de esta audiencia que constituyen la realidad del medio:

"la radio se aproxima y aborda hechos, circunstancias, personas, y al hacerlos los pone en común. Es decir, los comunica. Esa puesta en común es la que genera un campo de experiencias compartidas (...) por tratarse de un medio masivo, los significados y los sentidos que vehiculiza la radio son sociales, atañen a varios o a muchos" (M. Haye 1995:33).

A esto le podemos añadir una observación que hace M. Haye en su libro *Otro siglo de radio* "Atento a ello, cualquier mensaje interesado por la recuperación de la cotidianeidad y la personalización de los procesos comunicativos se nutrirá conceptualmente, potenciará su capacidad de convocatoria e incrementará su vigor expresivo (2003: 26)", aunque también nos indica que serán los oyentes quienes saquen un mayor o un menor provecho del medio y de lo que transmite, pero es el comunicador quien debe tratar de brindar mayor utilidad y beneficios a su público.

Asimismo, M. Haye, nos dice que no olvidemos situar la radio en la sociedad en la que se encuentra, y advertir respecto de si la misma conecta o no con la experiencia en el propio contexto del barrio, de la comunidad local, de la región o de la nación. Analizar y entender esto nos servirá para comprender la utilidad y las funciones que adopta, la radio, al interactuar con una sociedad determinada. Y afirma que no debemos dejar de tener en cuenta que los medios en general y, sobre todo, los medios en un tiempo y lugar preciso están determinados por la definición que le da el público y por las expectativas y normas que florecen a su alrededor.

La radio fundamenta su capacidad de comunicar en cuatro tipos de mensajes, o lenguajes, dedicados a los códigos comunicativos (Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo 1997:24 y 25):

- El lenguaje hablado, la palabra.
- El lenguaje de la música, también llamado lenguaje de las sensaciones. A su vez podemos dividir el lenguaje de la música en tres sub clasificaciones:
Música objetiva: tiene sentido propio, independientemente de sentimientos e ideas. Expone un hecho concreto, donde sólo se da lugar a una

- interpretación; y atiende claramente a género, época, estilo, etc. *Música subjetiva*: su función es expresar y apoyar situaciones anímicas, creando un ambiente emocional. *Música descriptiva*: nos sitúa en un espacio o en un ambiente concreto (época, país, región, naturaleza, interiores...); suele dar una visión fría, desprovista de sentido anímico (www.wikipedia.com).
- El lenguaje de los sonidos y de los ruidos propiamente dichos (efectos especiales).
- Y, finalmente, el lenguaje del silencio que se puede utilizar de varias maneras: Silencio objetivo: es la ausencia de música y de ruido. Sin más connotaciones. Silencio subjetivo: es el silencio utilizado con una intencionalidad ambiental o dramática. El silencio narrativo, que cuenta acciones en el tiempo. El silencio descriptivo, que muestra el aspecto de seres y cosas, y expresa sentimientos. El silencio rítmico, que apoya el ritmo de la acción. El silencio como recurso expresivo, que pueda aportar ambigüedad, dramatismo, etc. El silencio como pausa. El silencio como error. El silencio reflexivo, para ayudar a valorar el mensaje. Otros (www.wikipedia.com).

Las distintas combinaciones de estos códigos o lenguajes son lo que van determinando la estética y la personalidad de la radio, lo que la diferencia de las demás y la hace única; esto es lo que se denomina continuidad emisora (Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo 1997:114). Al respecto apuntan Miguel Ortiz y Jesús Marchamalo, que la concepción de la imagen sonora de la radio viene dada por el estudio, el análisis y el reconocimiento de los elementos que hacen diferente la programación de cada emisora: el tipo de música, el público, los formatos, los contenidos de esos formatos, la programación, etc. A partir de las observaciones que hagamos de estos datos o herramientas, podremos definir los elementos que sustentan la realización de continuidad. Estos indicativos son los que le servirán al oyente para identificar la emisora que está sintonizando.

Y agregan, que lo que diferencia y hace único un programa, es la capacidad y el tratamiento que hace de estos elementos el presentador de cada programa. Así, por ejemplo, no tardamos en reconocer el programa de Mario Pergolini cuando sintonizamos la Rock & Pop o a Mario Pereyra cuando escuchamos Cadena 3.

M. Haye (2003) citando a Mario Kaplún, nos explica que esta capacidad para emitir mensajes de manera original y única debe estar siempre presente en la mente del locutor radiofónico y agrega:

“(...) lo que se quiere señalar es que un concepto, una idea, puede vehicularse mejor por radio si se la enmarca en una dinámica afectiva, cálida, vivencial, que establezca una comunicación personal con el oyente y le haga sentir la emisión y no sólo percibirla intelectualmente. (...) La auténtica comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del componente conceptual; debe movilizar no sólo el estrato pensante del receptor, sino también su estrato emocional (M. Haye 2003:41)”.

Y luego añade que debemos pensar al comunicador como un “devolvedor profesional” (M. Haye 2003:89), con esto se refiere a alguien que sale al encuentro de las realidades humanas, las encuentra y las procesa de manera de conseguir un mensaje posible de ser devuelto al colectivo social que lo generó. Esta forma de observar la comunicación está relacionada con la vocación de participación del emisor, “...la concepción participativa alumbró el proceso desde su génesis, inspirando la tematización y su planteamiento (M. Haye 2003:89)”.

Todo esto se relaciona con el concepto de “estilo comunicativo” del que nos hablan Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo (1997), éste se refiere al uso que se hace de los elementos expresivos o lenguajes del medio que nombramos antes. Por ejemplo, cuando se utiliza la voz, debemos tener en cuenta cuatro factores: la vocalización, la entonación, el ritmo y la actitud. Estos factores determinan las utilidades que le puede dar, a su voz, el locutor, lo que luego permitirá que los

receptores comprendan los mensajes que se emiten. Pero las emisiones no son solamente información y datos concretos, en ellas se transmite también la personalidad, los conocimientos y visiones del locutor; dotando, de esta manera, de subjetividad al mensaje radiofónico.

El estilo de la cadena –institucional, joven, provocador, desenfadado, etc.- influirá en los contenidos que se elijan a la hora de establecer lo que se incluirá en cada programa. Esto es muy importante ya que todas las emisoras poseen los mismos géneros, los programas pueden ser: informativos, interpretativos y de opinión, recreativos, etc.; y a su vez, estos géneros, poseen la misma base estructural que se divide en formatos: noticias, boletines horarios, panoramas, entrevistas, comentarios, radio-revistas, narraciones, documentales, adaptaciones de cuentos, etc. (Ricardo M. Haye 1995: 19). Es entonces el estilo comunicativo que se elija lo que diferenciará un programa como propio de una determinada emisora y no de otra.

Además del estilo, también el ritmo es importante para definir la identidad de la emisora. Estos elementos le sirven a la cadena radiofónica para hacer un producto que se adapte a los gustos y necesidades del target –público objetivo o potencial- al que la radio desea llegar, o ha elegido dirigirse. De esta manera, variarán los contenidos de los programas dependiendo del horario y del target al que esté dirigido.

También es importante tener en cuenta el ambiente en el que se desarrolla la acción. Por ambiente nos referimos al entorno sonoro de la emisión, que puede ser (www.wikipedia.com):

- El acompañamiento musical a nuestra voz.
- El ruido de la calle donde realizamos la entrevista, se desarrolla la escena, etc. (y que va a identificar ese escenario).
- La ausencia de sonido referente (no confundir con el silencio), que nos sitúa dentro de un estudio insonorizado, etc.

El ambiente es lo que da cuerpo y vida a la escena que se está emitiendo en ese momento. Ilustra el lugar donde ocurre, la intención global, le da subjetividad a un personaje u otro, etc. Para determinar el ambiente se puede utilizar la música, la voz y los efectos especiales. La ambientación puede ser (www.wikipedia.com):

- Objetiva: la que reproduce lo que realmente se escucharía en el ámbito donde la escena tiene lugar.
- Representativa: la que ilustra la escena con sonidos que no tienen por qué coincidir con los que se producen realmente, y por medio de los cuales narramos esa escena.
- Subjetiva: la que se fija en la subjetividad de uno u otro de los personajes y no desarrolla sino ésta.

Si tenemos en cuenta los horarios de emisión, estos se dividen en: mañana, tarde y noche (Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo 1997: 86, 87). Cada uno de estos bloques de horarios se diferencia por unas características formales que serán definidas por los hábitos de escucha de la audiencia. De esta manera, se sabe que a la mañana los contenidos son de un alto carácter informativo y de análisis de los hechos de la actualidad; a la tarde los temas son más recreativos y distendidos; y por último, el bloque de la noche tiene programas de tono más intimista, apropiado para lo que se llama programas de autor.

Es así, como con estos elementos y con “la selección de la bandeja de continuidad, el tratamiento de los temas, el lenguaje, el equipo, entre otros muchos factores, se determinará un estilo definitorio e irrepetible para la emisora” (Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo 1997: 86, 87).

Además de pensar en la estética comunicacional de la radio, o en la gratificación que produce a nuestros sentidos (M. Haye 2003: 79), debemos pensar, también, en los beneficios que aporta a las comunidades en las que se encuentra. Nos podemos encontrar en situaciones en las cuales su servicio es muy provechoso, ya sea una situación particular o de urgencia como noticias de catástrofes, comunicados de último momento, etc.; o, simplemente, para avisarnos que debemos salir con paraguas, recordarnos que esta noche es la junta vecinal del barrio, avisarnos sobre el estado de rutas y caminos o alegrarnos con la noticia de que ya nació la hija de Luis. Por otra parte, al respecto nos dice M. Haye,

“...la utilidad de la radio se manifiesta también en otras dimensiones o géneros. Por ejemplo, cuando nos provee de una variedad de interpretaciones sobre los hechos, sucesos, acciones de los hombres, etc. nos motiva a elaborar interpretaciones y análisis propios facilitándonos datos y elementos de juicio, nos ilustra y enriquece contándonos las opiniones y experiencias de otras personas o grupos” (M. Haye 2003: 80, 81).

Pero, como apuntamos antes, todos estos son beneficios que los oyentes pueden aprovechar o no, dependiendo de cómo vean al medio, al locutor, y de la utilidad real que crean que le aporta a la cotidianidad de sus vidas.

Teniendo en cuenta esto se puede pensar la radio según dos perspectivas (M. Haye 1995:27, 28):

- a) La radio como medio de difusión: Como un canal que transmite mensajes con un objetivo definido, esto es, con un fin informacional o instrumental, basado en la teoría matemática de la información. Lo que implica que la comunicación es un proceso estrictamente lineal: del emisor al receptor, del radioemisor al radioescucha. Esta perspectiva se puede subdividir en dos tendencias:
 - la funcionalista: la radio vehiculiza contenidos para lograr un cambio en las actitudes (vender un producto, convencer de un hecho, movilizar gente para lograr algo, etc.).
 - la radio como medio de imposición: la radio manipula, está ligada al poder, se utiliza como un medio de dominación (por ejemplo durante épocas de dictadura o de guerra).
- b) La radio como práctica signifiante: se la ve como un espacio donde diferentes actores ponen en juego diferentes competencias y conjuntamente producen el sentido. Aquí, a diferencia de la concepción anterior, emisor y receptor son vistos como partes activas del proceso comunicativo, pero situados en diferentes roles, posiciones, lugares de poder, etc. (el emisor deja mensajes en la radio, critica los programas o las opiniones del emisor, cuenta experiencias personales, saluda a sus amigos, charla con el locutor, etc.)

Así, la tendencia que predomine en cada radio, o la combinación de ambas, dependerá de todos los factores que venimos nombrando, ya sea el lugar, el público, el locutor, el estilo de la cadena o programa, el ritmo, etc. Estos elementos darán lugar a la producción, por parte del radiodifusor, de unos discursos “que abren un campo de posibles elementos de sentido (M. Haye 1995: 27, 28)”. Y serán luego los receptores quienes reconstruyan alguno de esos sentidos a partir de las características, expectativas y experiencias de cada uno. De esta forma, la radio o su emisora, se convierte en un espacio de “negociación y de creación de identidades (M. Haye 1995: 27, 28)” ya que intervienen e influyen las particularidades de los oyentes, sus rasgos culturales, sus creencias e imaginarios, etc. Entonces, vemos claramente cómo el público es parte activo en este devenir comunicativo, no se queda en la pasividad, se integra en el proceso y afecta la producción de mensajes.

La Oficina del Relator Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos resalta que:

"las radios comunitarias, educativas, participativas, rurales, interactivas, alternativas y ciudadanas son, en muchos casos, las que ocupan los espacios que dejan los medios masivos; se erigen como medios que canalizan la expresión donde los integrantes del sector pobre suelen tener mayores oportunidades de acceso y participación en relación con las posibilidades que pudieran tener en los medios tradicionales (www.etcetera.com.mx)".

También afirma que este tipo de radios comunitarias responden, en la mayoría de los casos, a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de sectores que son, muchas veces, olvidados, excluidos y empobrecidos de la sociedad. Esto genera una necesidad progresiva de información de este grupo poblacional sin acceso a los medios de comunicación. Y su necesidad de comunicación, de libre expresión de ideas, de difusión de información, hace necesario que se busquen bienes y servicios que les aseguren condiciones básicas de dignidad, resguardo, subsistencia y progreso. Aquí nos topamos con una de las funciones primordiales de este tipo de radios y en este caso es la de servir como lazo de unión, entre los integrantes de una comunidad, esto se logra "cuando la radio "vive, sufre, y se alegra" con la gente, estando presente en sus actividades, difundiéndolas, y fomentando la participación de la comunidad" (Daniel Adrián Bigoli; http://www.aat-ar.org/Revista_art.asp). Estas emisoras, de alguna manera, ven la radiodifusión como un servicio que le brindan a su comunidad y entienden que la comunicación es un derecho de todas las personas. Ellas mismas se consideran parte integrante de la comunidad y su comunicación es pluralista y participativa, tratando de atender la necesidad de expresarse de estos sectores excluidos que tienen una menor posibilidad de acceso a los medios de comunicación cuyos fines son puramente comerciales. Así entendemos la radiodifusión como un servicio que se brinda a la sociedad y no necesariamente como una simple actividad lucrativa.

Si la radio cumple esta parte de su razón de ser, el resto, se logra casi automáticamente, ya que la comunidad misma siente atracción y necesidad de participar en ella y ser parte, sacando el máximo provecho a las diferentes circunstancias y ámbitos que puede abarcar este medio, así como también las edades a las que se puede dirigir o a las que puede convocar (todas).

Por último, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias establece que,

"la radio comunitaria hace referencia a un perfil y objetivos específicos, mostrando la diversidad de los diferentes sectores y movimientos sociales, su objetivo es buscar y defender la legalidad democrática, propiciando la focalización de problemáticas específicas, fungen como verdaderas tribunas abiertas a la sociedad, por ello se dirigen a perfiles y sectores concretos de la población, su principal sello es la rentabilidad sociocultural y de servicio que le den a su auditorio a través de la participación sistemática en la toma de decisiones, producción y transmisión de mensajes propios en medios (www.etcetera.com.mx)".

Ahora, se hace necesario distinguir estas radios "comunitarias" de las radios comerciales.

Estas radios son un espacio de participación en beneficio de comunidades y sectores ciudadanos (www.etcetera.com). La pluralidad de las radios comunitarias se manifiesta en la variedad de funciones que desarrollan en sus transmisiones, encontramos contenidos educativos, culturales y artísticos, de protección civil, de trabajo social y servicios a las comunidades, campañas de salud, servicios a las familias, de capacitación para el crecimiento de la sociedad, etc. Hasta es posible encontrar radios comunitarias que transmiten en idiomas indígenas, "con lo que contribuyen de manera relevante a la preservación de la identidad de las culturas indígenas y sirven también como un lazo de unión y de comunicación social de los grupos étnicos de nuestro país" (www.etcetera.com.mx). Este tipo de radios entiende la comunicación de manera "horizontal, dialógica en la que los lugares de emisión y recepción son intercambiables" (Lamas Ernesto, 2003), ponen en

marcha una comunicación donde tanto emisores como receptores participan. Se le da la posibilidad, a estas sociedades, de ir más allá de ser meramente oyentes y se les permite ser emisores, escucharse y expresarse.

Esto genera que las personas se identifiquen con “su” radio que se transforma en el medio de comunicación oficial ya que se preocupa por transmitir y difundir noticias, problemas y actividades que no emite ningún medio masivo de mayor alcance. Estos medios masivos están ocupados de realidades más amplias y globales y no se preocupan por las comunidades más pequeñas y relegadas que alcanzan las radios comunitarias. De esta manera la radio genera y permite que la comunidad participe en su programación diaria, con la creación y realización de programas que cubren y abarcan los intereses y necesidades de la población a la que se dirige. Se crean de esta manera espacios de recreación, de promoción y difusión de actividades culturales, deportivas y educativas que surgen en el área de influencia de la radio.

Además, la mayoría de estas radios operan con fuertes carencias de equipos y tecnología y sus frecuencias tienen un limitado alcance debido a la escasez de recursos financieros para lograr su crecimiento y modernización.

El escritor alemán Bertolt Brecha en un texto denominado “Teoría sobre la radio” escribió:

“Hay que transformar la radio, convertirla de medio de distribución en medio de comunicación. La radio podría ser el mas gigantesco medio de comunicación imaginable de la vida pública, un inmenso sistema de canalización. Lo será cuando no sólo sea capaz de emitir, sino también de recibir. En otras palabras, si consiguiese que el oyente no sólo escuchase sino también hablase, que no permaneciese aislado, sino relacionado (Brecha 1981).”

De esta manera nos encontramos con esta poderosa idea que supone considerar el medio radio “más allá del medio en sí y concebirlo en su articulación con los movimientos sociales que son los que le otorgan sentido” (Lamas Ernesto, 2003). Así la tarea de la radio no se termina en garantizar acceso a los medios de comunicación, de prestarle sus micrófonos a la comunidad. Su real cometido debería ser descentralizar la capacidad de comunicación, es decir “la descentralización de la esfera de lo público” (Lamas Ernesto, 2003). Entonces, la radio es parte activa del proceso de consolidación de los espacios de poder de la sociedad civil, de esta manera, interviniendo en el campo de la comunicación, incide en el proceso de cambio de las sociedades.

Análisis de contenido

Se le llama análisis de contenido a los procedimientos que se utilizan para interpretar productos comunicativos tales como mensajes, textos o discursos. Estos procesos comunicativos son previamente registrados y a través de técnicas cuantitativas, en nuestro caso, se los procesa y elabora teniendo en cuenta las condiciones naturales en que se han producido los mismos (contexto).

Se establecen unas unidades básicas de análisis denominadas *enunciados*, entendidos como “el producto concreto y tangible de un proceso de enunciación realizado por un enunciador y destinado a un enunciatario (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”.

El análisis de contenido utiliza técnicas para elaborar, registrar y tratar datos que van más allá del ámbito social concreto de la comunicación.

A continuación se realizará una breve descripción de las disciplinas que atraviesan e influyen al análisis de contenido y que, además, nos atañen en nuestra investigación. Podemos observar influencias de disciplinas como la *antropología lingüística* “que se ha interesado muy especialmente por la relación entre lengua, pensamiento y cultura (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”, planteando que es imposible analizar de forma separada una lengua del grupo cultural que la habla. La *etnografía de la comunicación* introdujo la idea de competencia comunicativa para entender el repertorio de hábitos y usos que cada grupo cultural hace de su lengua. Esta área “centra su atención en la interacción comunicativa entendida como el lugar a partir del cual se puede entender la realidad sociocultural de los grupos humanos (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”. La *lingüística* también ejerce su influencia en el análisis de contenido ya que considera a los actores de la comunicación y aborda el estudio de los elementos de la lengua en el marco de texto. Por último la *teoría de la enunciación* trata las características dialógicas y heteróglosicas del lenguaje, así como su subjetividad, que lleva a tener en cuenta aspectos como la modalización y la polifonía, que son algunos de los recursos que utiliza el sujeto en sus discursos.

De esta manera, con la influencia de todas estas disciplinas, nos encontramos con un repertorio bastante amplio de elementos que nos servirán para procesar los enunciados obtenidos.

El concepto de **competencia comunicativa** es sumamente importante a la hora de realizar el análisis de un enunciado. Por competencia comunicativa entendemos “el conocimiento de las convenciones lingüísticas y comunicativas en general, que los hablantes deben poseer para crear y mantener la cooperación conversacional (Gumperz, 1982)”. De esto se deduce que el conocimiento de las convenciones contextualizadoras de los hablantes de una lengua puede variar según el entorno sociocultural en el que nos encontremos, “el hecho de que en las sociedades existan diferencias y desigualdades se refleja también y de forma muy clara en el diferente y desigual acceso de las personas a los bienes lingüísticos y comunicativos (Bourdieu, 1982)”.

También debemos tener en cuenta los **elementos paraverbales de la oralidad**, ellos son: la voz y las vocalizaciones. La voz se analiza teniendo en cuenta, la calidad, el timbre, la intensidad, el volumen, el tono, la velocidad, etc. elementos que nos sirven para determinar estados de ánimo, físicos, sexo, edad y demás. Las *vocalizaciones* son “sonidos o ruidos que salen por la boca, que no son palabras, pero que desempeñan funciones comunicativas importantes (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”. Suelen producirse combinados con gestos faciales y de otras partes del cuerpo. Algunos ejemplos de vocalizaciones son inhalaciones, carraspeo, silbidos, tos, alargamientos, ruidos de relleno, etc. Estas poseen un valor interactivo y pueden mostrar acuerdo o desacuerdo, impaciencia, se usan para pedir la palabra, para mantener el turno, por ejemplo.

Otro elemento importante son las **características lingüístico-textuales del discurso oral**, tales como el nivel fónico, el nivel morfosintáctico, el nivel léxico.

El *nivel fónico* hace referencia a la pronunciación, la entonación (enunciativa, interrogativa, afirmativa exclamativa), la intensidad (distingue significados y marca énfasis) y el ritmo (presencia/ausencia de pausas).

El nivel *morfosintáctico* hace referencia a la complejidad sintáctica del discurso oral, que varía según la situación o evento de que se trate. Esta puede ser menor y se utiliza un registro más coloquial, o mayor y se utiliza un registro más formal o culto.

Por último, el *nivel léxico* se refiere a la diversidad sociocultural dentro de una misma cultura, a las distintas formas de expresarse que existen en una misma sociedad y pueden depender de factores como el sexo, la edad, la zona de residencia, la educación, etc. Puede ser más o menos culto, cuidado, formal, técnico, marginal, etc.

Por otra parte, es importante tener en cuenta el **verbo**, específicamente, el tiempo verbal. Weinrich argumenta que el verbo permite representar la realidad de dos maneras: como relato (mundo narrado) o como comentario (mundo comentado). Para el mundo narrado generalmente se utiliza el pretérito y el indefinido y, para el mundo comentado el presente. Entonces, en el análisis se tienen en cuenta dos cosas:

“la aparición recurrente de un grupo de tiempos verbales en un texto funciona como una llamada a la conciencia del oyente o lector para que considere aquello que se representa a través del discurso como algo que le implica (mundo comentado) o como algo que le libera de la coerción de la situación y que le emplaza a un escenario distinto (mundo narrado) (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”.

Ahora hablaremos de la **inscripción de la persona en el texto**. Este tema abarca varias estrategias que el hablante puede adoptar, como ser: la persona ausente, la inscripción del yo, la inscripción del tú, la referencia léxica de persona, uno mismo y el otro y los papeles de emisor y receptor.

Respecto a la *persona ausente* podemos decir que ocurre cuando no podemos encontrar marcas que hagan referencia al locutor en la oración, creando “un efecto de objetividad y de verdad debido fundamentalmente a que se activa verbalmente el mundo de referencia” (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999). En estos casos se pueden observar la utilización de sintagmas nominales y el uso de la tercera persona gramatical, se puede ver también el uso de construcciones impersonales o construcciones pasivas sin expresión del agente. Esta forma de expresarse, borrando al locutor, hace que la mirada se dirija al mundo de referencia, que es a lo que generalmente se le quiere dar mayor énfasis.

Cuando entra en juego la subjetividad del locutor, cuando él opina, da su punto de vista, y se hace protagonista de lo comentado, el locutor se activa en su texto. Esto se denomina *inscripción del yo* y, como su nombre lo indica, el locutor logra esto haciendo una autorreferencia a sí mismo mediante la primera, la segunda o la tercera persona del singular y la primera persona del plural. El uso de las distintas personas dependerá de lo que el locutor desea lograr, puede querer dar una opinión arriesgándose con lo que dice, o puede incluir a los demás y generalizar su opinión.

A través de la *inscripción del tú* “el receptor se hace explícito en el texto a través de los deícticos de segunda persona, singular y plural” (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999), vos, usted, ustedes, etc. Estos distintos deícticos nos permiten diferenciar en parámetros de distancia/proximidad, respeto/confianza, formalidad/informalidad, etc., la elección de unos deícticos u otros dependerá del papel que el locutor le asigne a su interlocutor.

La *referencia léxica de persona* hace referencia al modo que el locutor tiene de hacer referencia de sí mismo a través de sintagmas nominales: el infrascrito, la abajo formante, este gobierno, la empresa, etc. A través de estos sintagmas “la presentación de la persona se realiza en función de los interlocutores con quienes se establece una relación (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”. En base a esto hay una gran variedad de combinaciones que se pueden utilizar teniendo en cuenta la posición del interlocutor en la sociedad y la relación que establece con él, el locutor. Algunos ejemplos pueden ser variantes de nombres propios, señor, señora, don, doña, por cargos, por profesiones, querido, distinguido, por parentesco, apelativos afectivos y demás.

Respecto a los *papeles de emisor y receptor* Goffman plantea que, aunque el emisor de un mensaje es un sujeto individual, se puede distinguir entre el hablante autor de sus palabras, o el animador/representante/portavoz que utiliza palabras ajenas y habla en representación de otras personas.

Este tema nos lleva directamente a nuestro siguiente tópico, **la polifonía**. Acá se plantea que el sujeto es en realidad una multiplicidad de sujetos. Ducrot explica esto afirmando que existe un “*sujeto hablante*” que es el que produce el mensaje, pero éste no necesariamente coincide con el “*locutor*” del mensaje. Así, se activan múltiples sujetos en la actividad discursiva lo que lleva a un desdoblamiento del locutor (entre L y l) y donde puede aparecer una tercera figura, la de “*enunciador*”; “el locutor puede evocar y atraer a su propio discurso una diversidad de voces, la propia, la ajena, la ajena ausente, voces anónimas... (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”.

Una forma de polifonía es el uso de *citas abiertas*. Las citas pueden ser de estilo directo o indirecto. La primera es fácil de distinguir “supone una ruptura o una discontinuidad entre el discurso 1 y el discurso 2 (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”, cambia la entonación, el centro deíctico y cuando se realiza por escrito, se ven claramente signos gráficos que la identifican. La segunda (indirecta) introduce el discurso ajeno en el propio, pero a través de un sólo locutor que hace suyo el discurso 2. Esta forma de cita puede dar lugar a la aparición de valoraciones subjetivas que acompañan al discurso evocado.

Ahora nos centraremos en el **contrato comunicativo**. Este se refiere a la identidad social que poseen los participantes, Charaudeau lo define como un acuerdo entre los participantes de un acto comunicativo, a partir del cual se toman posiciones y se le asigna a cada participante un papel específico para su actuación lingüístico-discursiva, “la significación comunicativa se construye en la amalgama de la identidad, el papel y las normas de comportamiento discursivo que el contrato comunicativo comporta en cada situación (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”. La mayor distancia o proximidad que surja entre las personas que interaccionan dependerá de la relación afectiva que las une, de sus status, de la situación en la que se encuentran, del status profesional, la edad, más o menos belleza, dinero, etc.

Del contrato comunicativo se desprende el uso de **la cortesía**. La cortesía se concibe como “un conjunto de normas sociales establecidas por cada sociedad, que regulan el comportamiento adecuado de sus miembros, prohibiendo algunas formas de conducta y favoreciendo otras (Escandell, 1993)”. En este caso, estas normas también inciden en la elección de formas lingüísticas de expresión. De esta manera, según la situación en la que nos encontremos, usamos indicadores lingüísticos de cortesía, determinado lenguaje, actuamos según la relación que tenemos con nuestro interlocutor, etc.

Finalmente, relacionado a todo esto esta la **modalización**:

“la modalidad como fenómeno discursivo se refiere a cómo se dicen las cosas; es decir, la expresión verbal o no verbal de la visión del locutor respecto al contenido de sus enunciados, afecta a lo dicho porque añade la perspectiva desde la cual el locutor considera lo que dice; por tanto se trata de la visión, del modo en que se ve aquello que se trata. La modalidad es un concepto que se refiere a la relación que se establece entre el locutor y los enunciados que emite (Tusón Valls Amparo, Calsamiglia Blancafort Helena, 1999)”.

Algunas formas de modalizar se logran utilizando expresiones como: supongo que, parece que, tal vez, a lo mejor, está claro que, ciertamente, me alegra, es lamentable, en mi opinión, sin duda, por suerte, desgraciadamente, etc.

Otra forma de comunicación oral es la interacción cara a cara o directa. A diferencia de la anterior, que la realiza un Locutor que se dirige a un Receptor, esta forma se da con la presencia simultánea de los dos interlocutores, quienes comparten el mismo tiempo y espacio físico. Este tipo de comunicación es dialogal, se pueden dar solapamientos entre los hablantes (cuando los participantes hablan a la vez), no existen turnos fijos de toma de palabra, se pueden utilizar diferentes formas para realizar el cambio de turno (pausa, una frase, una palabra, etc.) y hay un mayor grado de imprevisibilidad e improvisación. Algunos de los elementos de este

tipo de interacción que tendremos en cuenta son: las tomas de palabra, los papeles comunicativos (pregunta, aserción, validación, respuesta, etc.) y la forma de dirigirse a la persona (primera persona, segunda, persona, singular, plural, etc.).

Tusón Vallsy Calsamiglia Blancafort afirman que las **tomas de palabra** se pueden dar de dos maneras, mediante la *heteroselección*, donde la persona que tiene el turno de palabra en ese momento realiza el cambio de turno y selecciona al siguiente hablante (mediante una pausa, una pregunta, un gesto, una frase, etc.); y la *autoselección*, donde una de las personas comienza a hablar sin que quien tiene la palabra la haya seleccionado.

Marco Contextual



Radio Santa Bárbara FM 106.9Mhz

Santa Bárbara es una radio de la localidad de Albardón en la provincia de San Juan, ubicada en calle Santa María de Oro. Lleva en el aire alrededor de trece años y su creador y director es el señor Luis Flores. Esta radio no es la única del departamento, hay tres radios más, pero es la de mayor cobertura, antigüedad y la que más oyentes posee. Tecnológicamente es una emisora bastante precaria, cuenta con los equipos básicos y necesarios para realizar las transmisiones y, la mayoría, desactualizados. El "estudio" de la radio no está preparado con lo necesario para realizar las transmisiones diarias, no posee cabinas de grabación, paredes especiales para que no interfieran los sonidos del exterior, separación de las áreas de grabación y controles, ni micrófonos especiales para las distintas emisiones que realizan. Se sustenta con la publicidad que realizan los habitantes de Albardón y la Municipalidad de la localidad. En este área, no se observa una estructura y/o planeamiento de la misma, se cobra según el cliente, se pasan las emisiones cuantas veces se desee y no tienen una duración limitada (no se cobra por segundo). Los locutores de los distintos programas son residentes de Albardón y ninguno posee los estudios o preparación necesarios en el área. No realizan mediciones de audiencia, sólo poseen una idea aproximada de la llegada que poseen gracias a los comentarios de los habitantes de la localidad.

Datos de la localidad de Albardón

Albardón es uno de los 19 municipios de la provincia de San Juan. Fue fundado en el año 1866 por el Señor Camilo Rojo. Se encuentra a veinte minutos de la capital (11 Km.), su superficie es de 945 km² y posee una población de 20.413 habitantes. Al norte limita con el departamento Jáchal, al este con Angaco, al sur limita con Chimbas y al oeste con el departamento de Ullúm.

Albardón es un espacio encerrado por las serranías de Pie de Palo y por las sierras de Villicum. Por sus características climáticas tiene veranos calurosos, inviernos moderados y lo afecta la escasez de lluvias, como a todo el territorio provincial. Esto produce que se presenten problemas de salinización e incendios de pastizales.

Gracias a su posición geográfica privilegiada, ya que se encuentra a corta distancia del área urbana y a que contiene una amplia variedad de paisajes, una gran cantidad de turistas se ven atraídos al departamento.

Albardón tiene bellos lugares donde se puede apreciar la calidez de su gente, su paisaje y su idiosincrasia. Se encuentra el Camping Dique Avalos en El Rincón, Termas La Laja en calle La Laja, donde hay baños termales con vertientes propias.

También se encuentran los grandes artesanos de la zona que en algunos casos fueron premiados por la UNESCO como el Sr. Daniel Sarmiento que tuvo su reconocimiento en artesanía.

También se encuentran trabajando en el departamento cooperativas que realizan diferentes productos alimenticios con salida a diferentes puntos del país.

Abundan en la región Jarilla, el Jume, el Retamo, la Zampa, el Chañar y el Algarrobo. Entre los animales autóctonos encontramos algunos zorros, hurones, vizcachas, urracas, águilas y ocasionalmente pumas.

Desde el punto de vista administrativo y comercial el departamento cuenta con sede Municipal, comisaría, tiendas, confiterías y lugares bailables.

En materia de instituciones educativas existen establecimientos de nivel inicial, EGB 1, 2 y 3, Polimodal, escuelas técnicas y además cuenta con una biblioteca de gran importancia.

Se encuentra recientemente inaugurado el micro hospital, además del centro de salud y diferentes puestos sanitarios, entre algunos, el de las Lomitas, El Rincón, Las Tapias y Campo Afuera.

La agricultura es una de las actividades más importantes del departamento. Se destaca la vid, en sus variedades moscatel y cereza, la ciruela, el damasco, el melón, las hortalizas, la cebolla, la arveja, el zapallo, el tomate, los cereales y las forrajeras.

También se destaca el cultivo de flores para vender en fresco y obtener semillas. Una actividad muy importante también, es la realización de dulces y conservas a través de cooperativas.

La actividad ganadera del departamento no es significativa, aunque posee establecimientos dedicados a la cría de ganado bovino, porcino y equino.

La población se concentra en una escasa porción del departamento. El 54% corresponde a la población urbana, mientras que el 46% representa a la población rural. Este último porcentaje muestra la importancia de la actividad agrícola para la zona. Actualmente la baja rentabilidad de las tareas rurales, unida a la búsqueda de educación y otros servicios provoca la emigración de los habitantes.

La minería de Albardón es muy relevante. La piedra caliza utilizada para la obtención de cales vivas e hidratadas y carbonato precipitado, se produce para el consumo interno. Uno de sus mayores compradores es SOMISA, para exportar a la república de Chile.

La caliza se extrae conjuntamente con la dolomita de la cantera Villicum y con el travertino de la cantera La Laja, desde el año 1930. Las empresas El Volcán y TEA se dedican también a la explotación de la caliza y la dolomita. Esta última es la única que posee hornos para la elaboración de cales cálcicas, dolomíticas e hidratadas. El travertino se extrae en bloques y se envía a diversos aserraderos para su comercialización.

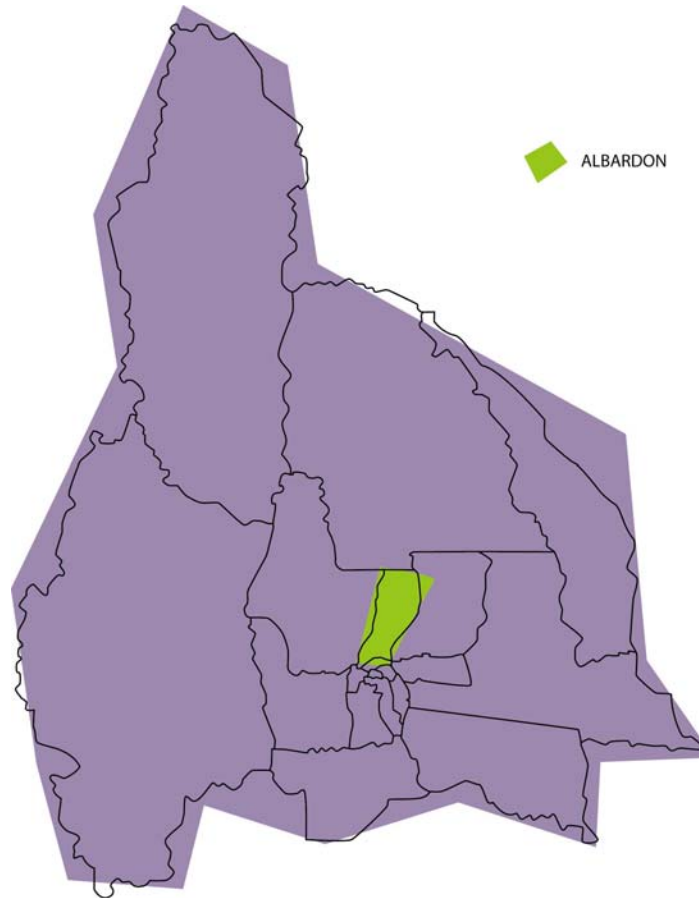
La mayor parte de la actividad industrial es derivada de los sectores agrícolas y mineros, por ejemplo, secaderos de pasa como Pasandina y las bodegas de Resero S.A. También se han instalado establecimientos industriales como Dilexis S.A., fábrica de galletitas y fábricas textiles como Creaciones Isidorito.

La patrona del departamento es la Virgen de los Desamparados, cuya celebración se realiza en la Parroquia de la Villa San Martín en el mes de Mayo.

Estos festejos son todo un acontecimiento para los vecinos de la localidad, pues a las actividades religiosas se agregan las recreativas, como la competencia ciclística en honor a la Virgen. Numerosas parroquias y Capillas, ubicadas en diferentes distritos del departamento celebran sus fiestas patronales con gran anticipación de la población.

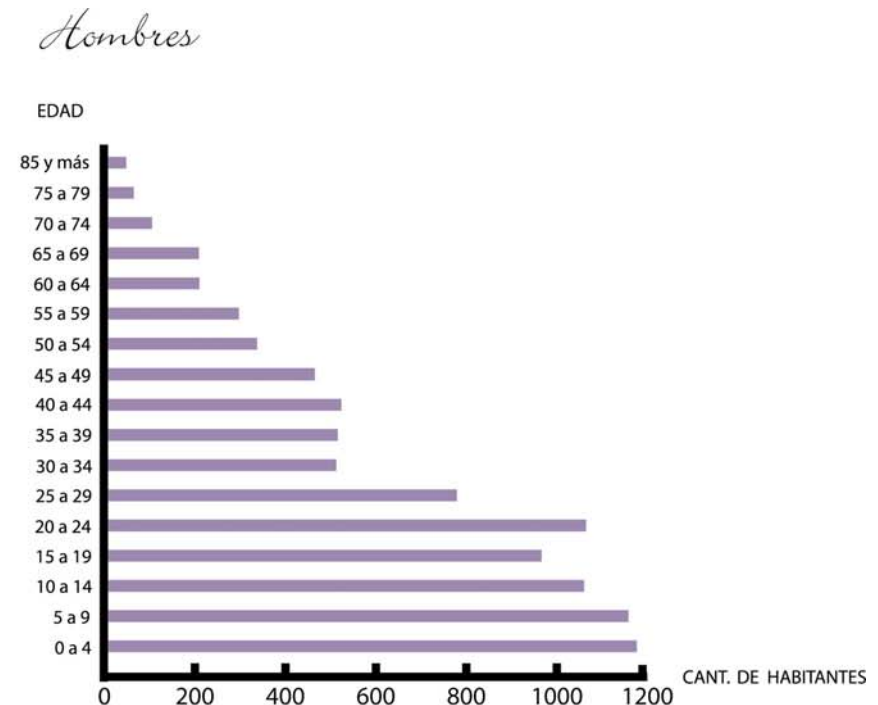
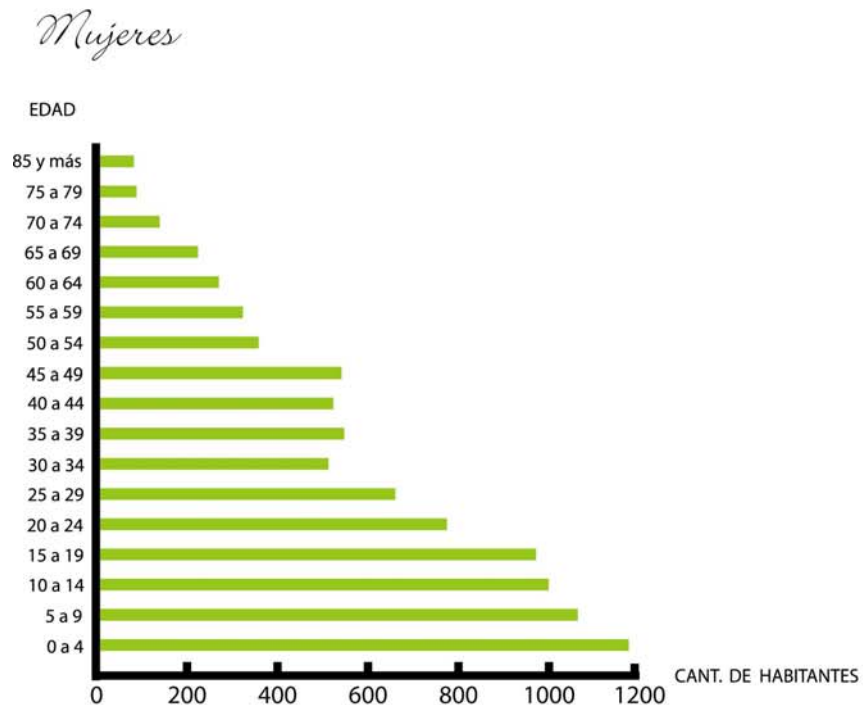
Entre ellas podemos mencionar a la fiesta en honor a San Roque en la Cañada, María Auxiliadora en Las Tapias, Nuestra Señora de Andacollo en El Rincón, la Virgen de Fátima en Campo Afuera y Santa Bárbara en la Parroquia del mismo nombre en calle La Laja.

Ubicación geográfica



A continuación incluiré información específica de los aspectos socioeconómicos y educativos de la localidad. Todos los datos fueron extraídos de la pagina de El Ministerio del Interior de La Nación (www.mininterior.gov.ar) quienes basan sus investigaciones en los datos obtenidos del sitio del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INDEC.

- Población por grupos de edad



- Asistencia a establecimientos educativos

Se refiere a la concurrencia actual a un establecimiento reconocido del sistema de la enseñanza formal, es decir la educación cuya estructura y contenidos están organizados secuencialmente en los cuatro niveles de enseñanza: Inicial, Educación General Básica o Primario, Polimodal o Medio, y Superior (universitario o no universitario). Comprende a los establecimientos del sector estatal o privado.

Grupos de edad	Municipio	Provincia	País
3 a 4 años	10,65%	19,23%	39,13%
5 años	65,36%	70,66%	78,80%
6 a 11 años	98,13%	98,19%	98,20%
12 a 14 años	90,71%	94,41%	95,11%
15 a 17 años	66,25%	77,35%	79,40%
18 a 24 años	22,62%	35,13%	36,86%
25 a 29 años	6,15%	11,84%	14,41%
30 años o más	0,92%	2,04%	3,01%

- Nivel de instrucción alcanzado

Se refiere al último nivel que cursó el censado (lo hubiera completado o no), en Argentina o en el exterior. La asistencia pasada al nivel de postgrado se considera como asistencia pasada al nivel terciario no universitario (superior no universitario) o universitario.

Nivel de Instrucción	Municipio	Provincia	País
Sin instrucción o primaria incompleta	26,20%	17,97%	39,13%
Primaria completa y secundaria incompleta	57,45%	51,95%	98,20%
Secundaria completa y terciario o universitario incompleto	13,63%	22,27%	79,40%
Terciario o universitario completo	2,72%	7,81%	3,01%

- Tasa de analfabetismo

Cociente entre el número de personas analfabetas de 10 años y más, y el total de la población de 10 años y más, por cien › **4,31%**

- Cobertura Social

Admite dos tipos de prestación no excluyentes:

Obra social: se refiere a la cobertura de salud que obtienen los trabajadores y sus familiares mediante afiliación obligatoria o a la cobertura legal que reciben las personas jubiladas o pensionadas. Toda cobertura en salud que dependa total o parcialmente de los descuentos que por ley se le realizan a los trabajadores, se considera como afiliación a una obra social.

Plan de salud privado o mutual: es un sistema de salud caracterizado por la adhesión voluntaria y el pago del servicio por parte del beneficiario en su totalidad. Se excluyen los servicios de emergencias médicas.

	Municipio	Provincia	País
Porcentaje de población con cobertura de obra social o plan privado de salud o mutual	36,84%	47,03%	51,95%

- Población ocupada según categorías ocupacionales

Categoría ocupacional: Relación de la persona que trabaja con la empresa u organismo para quien lo hace. La relación laboral se define considerando el trabajo principal, siendo este último, el que al censado le llevó más horas durante la semana anterior al censo. Si el censado tiene dos ocupaciones en las que trabaja la misma cantidad de horas, se debe optar por aquella en la que percibe el mayor ingreso.

Obrero o empleado: es la persona que trabaja en relación de dependencia con un patrón, empresa u organismo estatal. Se considera también como obrero o empleado al trabajador del servicio doméstico y al trabajador ad-honorem.

-Sector público: está constituido por las instituciones, organismos, reparticiones y empresas del Estado de las jurisdicciones Nacional, Provincial o Municipal.

-Sector privado: está constituido por empresas, sociedades y organizaciones conformadas por particulares y por las organizaciones o empresas de propiedad mixta (pública y privada).

Patrón: Es la persona que siendo única dueña o socia de la empresa aporta los instrumentos, maquinarias, instalaciones necesarias o capital, establece las condiciones organizativas del trabajo y emplea como mínimo a una persona asalariada, es decir tiene obreros o empleados.

Trabajador por cuenta propia: Es la persona que siendo única dueña o socia de la empresa aporta los instrumentos, maquinarias, instalaciones necesarias o capital, desarrollando su actividad sin contratar a ninguna persona.

Trabajador familiar: Persona que realiza frecuentemente tareas de ayuda en la actividad económica de un familiar que puede o no recibir sueldos.

Población Ocupada: Población que durante por lo menos una hora en la semana anterior a la fecha de referencia del censo desarrolló cualquier actividad (paga o no) que genera bienes o servicios para el “mercado”. Incluye a quienes realizaron tareas regulares de ayuda en la actividad de un familiar, reciban o no una remuneración por ello y a quienes se hallaron en uso de licencia por cualquier motivo.

Categoría de trabajador	Municipio	Provincia	País
Obrero o empleado en el sector público	15,64%	26,54%	21,20%
Obrero o empleado en el sector privado	64,62%	47,61%	48,94%
Patrón	1,82%	3,82%	6,24%
Trabajador por cuenta propia	15,52%	19,38%	20,26%
Trabajador familiar	2,39%	2,65%	3,37%

- Hogares y vivienda

Vivienda: Recinto construido para alojar personas. También se consideran como viviendas los locales no destinados originariamente a alojar a personas pero que el día del relevamiento fueron utilizados para ese fin.

Tipos de vivienda

Casa tipo A: Vivienda con salida directa al exterior (sus moradores no pasan por patios, zaguanes o corredores de uso común).

Casa tipo B: La que cumple por lo menos una de las siguientes condiciones: no tiene provisión de agua por cañería dentro de la vivienda; no dispone de retrete con descarga de agua; tiene piso de tierra u otro material precario. El resto de las casas es considerado como casas de tipo A.

Rancho o casilla: El rancho (propio de áreas rurales) tiene generalmente paredes de adobe, piso de tierra y techo de chapa o paja. La casilla (propia de áreas urbanas) está habitualmente construida con materiales de baja calidad o desecho.

Departamento: Vivienda con baño y cocina propios, en la que se entre por patios, zaguanes, ascensores, escaleras o pasillos interiores de uso común.

Casa de inquilinato: Vivienda con salida independiente al exterior construida o remodelada deliberadamente para que tenga varios cuartos con salida a uno o más espacios de uso común. Algunas formas son conocidas como Conventillos. Cada casa de inquilinato es una única vivienda en cuyo interior se reconocen los hogares particulares que la habitan.

Pensión u hotel: Vivienda donde se alojan en forma permanente hogares particulares en calidad de pensionistas, bajo un régimen especial caracterizado por el pago mensual, quincenal o semanal de su alojamiento. Se incluyen en este grupo los hoteles o pensiones no turísticos con capacidad menor de quince habitaciones en la Capital Federal y menor de diez en las provincias.

Local no construido para habitación: Lugar no destinado originariamente a vivienda pero que estaba habitado el día del relevamiento.

Vivienda Móvil: Que puede transportarse a distintos lugares (barco, vagón, casa rodante, etc.).

Total › 4.495

Tipo de vivienda	% de hogares	% de población
Casa A	46,56%	43,80%
Casa B	38,06%	40,16%
Rancho	12,48%	12,67%
Casilla	2,36%	2,25%
Departamento	0,16%	0,12%
Pieza en Inquilinato	0,31%	0,25%
Pieza de Hotel o Pensión	0,02%	0,00%
Local no construido para habitar	0,04%	0,03%
Vivienda Móvil	0,00%	0,00%

- Calidad de los materiales de la vivienda

Los materiales predominantes de los componentes constitutivos de la vivienda (pisos, paredes y techos) se evalúan y categorizan con relación a su solidez, resistencia y capacidad de aislamiento térmico, hidrófugo y sonoro. Se incluye asimismo la presencia de determinados detalles de terminación: cielorraso, revoque exterior y cubierta del piso.

CALMAT I: La vivienda presenta materiales resistentes y sólidos en todos los paramentos (pisos, paredes o techos) e incorpora todos los elementos de aislación y terminación.

CALMAT II: La vivienda presenta materiales resistentes y sólidos en todos los paramentos pero le faltan elementos de aislación o terminación al menos en uno de sus componentes (pisos, paredes, techos).

CALMAT III: La vivienda presenta materiales resistentes y sólidos en todos los paramentos pero le faltan elementos de aislación o terminación en todos sus componentes, o bien presenta techos de chapa de metal o fibrocemento u otros sin cielorraso, o paredes de chapa de metal o fibrocemento.

CALMAT IV: La vivienda presenta materiales no resistentes ni sólidos o de desecho al menos en uno de los paramentos.

CALMAT	Municipio	Provincia	País
CALMAT I	18,15%	40,41%	60,24%
CALMAT II	18,64%	21,48%	21,05%
CALMAT III	4,92%	3,83%	12,60%
CALMAT IV	58,29%	34,29%	6,11%

- Hogares según servicio sanitario de la vivienda

Inodoro con descarga de agua y desagüe a red pública: Disponibilidad de un artefacto instalado dentro del baño/letrina, que se utiliza para la evacuación de excretas, que tiene un sistema de descarga de agua para su limpieza y está conectado a un sistema de cañerías interno que enlaza con una red de tuberías comunal de eliminación y tratamiento de las aguas servidas y materia sólida (líquidos cloacales).

Inodoro con descarga de agua y desagüe a cámara séptica y pozo ciego: Disponibilidad de un artefacto instalado dentro del baño/letrina que se utiliza para la evacuación de excretas, que tiene un sistema de descarga de agua para su limpieza y está conectado a un sistema de cañerías interno que enlaza a un sistema de tratamiento y eliminación de excretas interno (no conectado a ninguna red comunal) que consta de dos excavaciones interconectadas: el pozo negro o ciego y la cámara séptica.

Inodoro con descarga de agua y desagüe a pozo ciego: Disponibilidad de un artefacto instalado dentro del baño/letrina que se utiliza para la evacuación de excretas, que tiene un sistema de descarga de agua para su limpieza y está conectado a un sistema de cañerías interno que puede estar unido tanto a un sistema de eliminación de excretas interno (no conectado a ninguna red comunal) que consta de una sola excavación, el pozo negro, donde desaguan las excretas sin

tratamiento previo, o bien a un pozo o zanja de escasa profundidad y diámetro que se utiliza para el desagüe directo de las excretas.

Inodoro sin descarga de agua o sin inodoro: Disponibilidad de un artefacto instalado dentro del baño/letrina que se utiliza para la evacuación de excretas, que no tiene un sistema de descarga de agua para su limpieza; o no disponibilidad de ningún artefacto para la eliminación de excretas.

Servicio sanitario	% Hogares
Inodoro c/desc. de agua y desagüe a red pública	0,00%
Inodoro c/desc. de agua y desagüe a cámara séptica y pozo	41,49%
Inodoro c/desc. de agua y desagüe a pozo ciego u hoyo, etc.	16,69%
Inodoro sin descarga de agua o sin inodoro	41,82%

- Hacinamiento del hogar
- **Cantidad de habitaciones de la vivienda:** Habitaciones o piezas que tiene en total el hogar: ambiente o recinto cerrado por paredes (que se elevan desde el suelo hasta el techo) o tabiques (que se elevan desde el suelo hasta una altura de dos metros) con una superficie suficiente para contener la cama de un adulto. En el total de habitaciones o piezas se contabiliza: el comedor (aunque se encuentre integrado a la cocina: cocina-comedor) y los entresijos (construidos en algunas viviendas, pese a no tener alguna de las paredes señaladas en la definición); se excluyen: baños, cocinas (usadas exclusivamente para cocinar), lavaderos, garajes, pasillos, halls, recibidores y galpones (siempre y cuando no se utilicen para que duerma una persona) y quinchos sin cerramiento.

Hacinamiento del hogar: representa el cociente entre la cantidad total de personas del hogar y la cantidad total de habitaciones o piezas de que dispone el mismo.

Cantidad de personas por cuarto	Municipio	Provincia	País
Hasta 0,50	12,48%	17,67%	20,85%
0,51 a 0,99	12,28%	17,72%	18,33%
1 a 1,49	29,03%	31,00%	31,55%
1,50 a 1,99	14,82%	12,47%	10,25%
2,00 a 3,00	22,94%	15,57%	14,23%
Más de 3,00	8,45%	5,58%	4,78%

Metodologia



Tipo de investigación

La investigación será de carácter exploratoria, intentaremos explorar un problema con sus respectivas variables que indagaremos y escudriñaremos hasta lograr comprender cómo operan y, además, se realizará una investigación de un fenómeno de la vida real que se da en un contexto particular. Este tipo de análisis también nos permitirá entrar en contacto más profundamente con el problema de estudio, y así poder seleccionar las técnicas más adecuadas para llevar a cabo la investigación y su posterior desarrollo. Luego con todo lo recaudado se procederá a exponer y describir las características de los fenómenos y de los eventos observados previamente.

Para llevar a cabo esto, se adoptará una metodología cualitativa ya que el trabajo intentará comprender la dinámica de un problema social. Con este fin, se analizarán los programas de radio "El Súpercomunicando" conducido por Luis Flores, Rosa Pérez y Marcelo Martín de 8hs a 13 hs; "El show de la tarde" conducido por Nicolás Poblete de 13hs a 17hs, "Vibraciones musicales" conducido por Juan Carlos Casibas y Cristina González de 17hs a 19hs, "El show del fútbol" conducido por Marcelo Martín, Jorge Perona, Daniel Vera, Alberto Falcón, Pedro Olmos y Martín Esquivel y, por último, "Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago" conducido por Ricardo Aballay, emitidos por Radio "Santa Bárbara" FM 106.9 Mhz de la localidad Albardón de Lunes a Viernes. También se efectuará un relevamiento de los receptores de esta radio situados en el departamento Albardón de la provincia de San Juan.

Momentos del análisis

El análisis estará dividido en dos momentos: *la producción*, que incluye a la Radio y sus programas, en especial los programas "El Súpercomunicando", "El show de la tarde", "Vibraciones musicales", "El show del fútbol" y "Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago"; y en segundo lugar *la recepción* que incluye a los radioyentes que se encuentran emplazados en la zona delimitada anteriormente.

Producción

Para realizar el estudio de la producción se realizará un Análisis de contenido de los programas elegidos. Se eligió este instrumento de análisis ya que como señala Berelson (1952) "el Análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cualitativa del contenido manifiesto de la comunicación", además nos permitirá realizar deducciones "válidas y confiables de datos con respecto a su contexto (Sampieri Hernández, Roberto; Collado Fernández, Carlos; Lucio Baptista Pilar: 1998)", la descripción precisa y sistemática de la características de una comunicación, la formulación de inferencias sobre contenidos exteriores al contenido de la comunicación y nos permitirá "someter a prueba alguna relación entre características del contenido y otras variables (Janis, 1965)". Todo esto nos facilitará el poder descubrir estilos de comunicación, encontrar diferencias en las formas y contenidos de comunicar, etc. Este método nos permite tener en cuenta el contexto en el cual se realiza la comunicación, una variable muy importante a la hora de poder realizar deducciones respecto a los datos que se recaudarán ya que, en la mayoría de los casos, el contexto influye en la realización de los discursos. El contexto puede ir desde el ambiente que rodea la situación comunicativa, los participantes y sus roles, intenciones y propósitos, hasta un contexto global que incluye el grupo social, status, país, reglas de convivencia y demás. Así vemos que al adoptar un enfoque contextual del discurso, involucramos aspectos de la sociedad y su cultura (www.osilva.html).

Se utilizarán como corpus grabaciones de los programas elegidos, y posteriormente se analizará su contenido para dilucidar cómo son, y cuáles son las características de los estilos comunicativos que adoptan los mismos.

Recepción

En la recepción se realizarán entrevistas en profundidad de los oyentes de los programas mencionados; se intentarán reunir un total de 20 entrevistas. Se entrevistarán a 10 hombres y 10 mujeres entre los 25 y 75 años que habiten en zonas de las áreas delimitadas para realizar el estudio. Con esto se espera recabar la suficiente información que nos ayude a esclarecer cuáles son las funciones que la gente le atribuye a la radio, o que la radio cumple como medio en ese contexto particular.

Luego de realizado todo el trabajo de campo y la recaudación de los datos, se procederá a realizar un análisis de la información, que finalmente será plasmada en un informe donde intentaremos responder la pregunta formulada en nuestro problema de investigación.

*Análisis y
conclusiones
preliminares*



Primer momento: producción.

En este primer momento se analizará la radio Santa Bárbara 106.9Mhz FM y más específicamente los programas elegidos para el estudio (El show del Súpercomunicando, El show de la tarde, Vibraciones musicales, El show del fútbol y Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago), que fueron grabados y posteriormente transcritos para facilitar su estudio.

- **ESTILO DE LA RADIO**

- BLOQUE HORARIO DE EMISION, ESTILO DE LA CADENA

El Show del Súpercomunicando

Bloque horario: mañana.

Tipo: Informativo.

El show de la tarde

Bloque horario: tarde.

Tipo: entretenimiento.

Vibraciones musicales

Bloque horario: tarde.

Tipo: entretenimiento.

El show del fútbol

Bloque horario: tarde, noche.

Tipo: información deportiva.

Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago

Bloque horario: noche.

Tipo: de autor, entretenimiento.

Estilo comunicativo de la cadena: Institucional.

La radio, en la mayoría de los casos, está dividida en tres bloques horarios, mañana, tarde y noche y la forma y los contenidos de los programas varían teniendo en cuenta el bloque en el que se emiten. En radio Santa Bárbara se observa perfectamente esta división y se respetan la forma y los contenidos que tradicionalmente se utilizarían para cada momento. Así, en la mañana escuchamos las noticias e informaciones de actualidad, por la tarde los programas son más relajados, entretienen con música y saludos y por la noche nos encontramos con un tipo de programas que se denominan de autor, con un clima más íntimo y relajado. Por lo observado, se puede afirmar que estas divisiones se corresponden con la rutina de las personas de Albardón, o quizás la radio adaptó sus contenidos con las costumbres de la localidad. Habitualmente por la mañana, las personas que están en sus casas o trabajos y escuchan la radio son personas adultas. Ellos son, generalmente, quienes compran el diario y se interesan por la información de actualidad. Por la tarde el público es más variado, escuchan los programas tanto los chicos que ya salieron de la escuela, como sus padres y abuelos. Esto hace que el contenido de los programas de este bloque horario sea más diverso, más relajado, entretenido y "para todos los gustos". Por la noche la mayoría de las personas que escuchan los programas son adultos que, en la mayoría de los casos, sintonizan la radio después de cenar o cuando ya están acostados. Por esto los programas son tranquilos, de tono intimista, con música folklórica, suaves y no transmiten noticias.

Respecto al estilo comunicativo de la cadena, se observa que se corresponde con un estilo Institucional, los programas son serios, convencionales, responden a una rutina que se repite día a día, no realizan críticas, no se muestran en contra de ningún tipo de institución o gobierno y se dirigen con respeto tanto a la audiencia como entre los locutores de los programas. En general no se observa una planificación integral de los distintos programas de la emisora, funcionan de manera levemente desordenada y no poseen una continuidad entre ellos. Esto produce, en ocasiones, una irregularidad en el estilo de la emisora y, a menos que uno ya los conozca, resulta difícil reconocer algunos programas como parte de radio Santa Bárbara.

-CONTENIDOS

El show del Súpercomunicando

Las categorías que se crearon para enumerar los contenidos son recurrentes en cada programa. Se crearon a partir de los contenidos que se observaron que emiten en los diferentes programas.

Información: "Este jueves 17 comienza el pago de Planes Jefes de hogar con terminación de documento cero..."; "El centro de jubilados Doña Esperanza de Villa San Miguel comunica a sus socios que hará entrega..."; "...a empresa de ómnibus Albardón, en los horarios y paradas habituales de la línea 20, trasladará en forma gratuita ida y vuelta a todos los participantes...".

Noticias: "...una chica denunció que fué a hablar a una cabina pública y ahí un hombre la asaltó..."; "La versión oficial es que Miguel Alejandro Salinas y otros dos sujetos intentaron meterse a robar en una casa de las inmediaciones de calle Tucumán..."; "...la construcción de las redes de cañerías que va a trasladar todo esto que tiene que ver con la obra cloacal para Angaco...".

Diario social: "La familia de Faustino, cariñosamente, "Pino" Zamora invita a la misa para rogar por el eterno descanso de su alma..."; "La familia de Estefanía Pagani Achecori, invita al (...) para hoy 15 de agosto en el cementerio de Albardón...".

Eventos: "...este domingo 20 de agosto está el Chocolatazo albardonero para todos los chicos de Albardón..."; "Este sábado 19 de agosto se va a realizar el gran bingo allí en el Salón Montiveros, en el Barrio Pintor..."; "...la Unión vecinal 17 de Agosto festeja su aniversario y lo va a hacer junto a los chicos..."; "...a todos los vecinos de los departamentos a participar de éste gran desfile Cívico Militar en unas horas más acá en nuestro departamento de Albardón..."

Sorteos/concursos: "...reiteramos una vez más los ganadores de el concurso de la Cámara de Comercio. El primer premio fué para Báez Leticia..."; "...les recuerdo hay un concurso "Conociendo a San Martín" al prócer argentino, que pueden participar los alumnos de EGB 3 y Polimodal..."

Música: Cuarteto, folklore, melódicos y música en castellano en general.

Comunicados/pedidos: "...4911533 para cualquier información que tengan de este cachorro Manto Negro de tres meses de edad..."; "...se ha extraviado un celular Sony Ericsson..."; "...este extravío de celular Motorola V300 color azul, que está bloqueado y no puede ser utilizado..."

Datos del tiempo: "La temperatura ya está en nueve grados dos décimas, una sensación térmica de cinco grados..."; "El servicio meteorológico dice que vamos a tener un fin de semana bueno, así es que vamos a salir todos no?..."

Noticias deportivas: "El domingo confirmado en cancha de El Rincón Deportivo Campo Afuera versus la Asociación deportiva Albardón..."; "Hoy se cumplen 25 años del título que obtuvo Boca..."; "En primer lugar va a jugar Instituto La Laja versus el Conjunto de San Miguel en cancha de Paso de los Andes..."

Saludos/cumpleaños: "...nos han pedido en la mañana de hoy, específicamente la música del Chaqueño Palavecino, para hacer un saludo..."; "...ya se viene el saludo para Ariel Martín que está cumpliendo años en el día de hoy..."; "...su esposa Benita Marinero, para saludarlo a su querido esposo José Chicaguala con motivo de estar cumpliendo años en el día de la fecha..."

Entrevistas: "...con Don Juan Carlos Abarca, supervisando, viendo todo la expectativa creada para esta tarde y bueno, aprovechando la oportunidad de esta nota, esta entrevista..."; "...desde exteriores estábamos con el móvil entablando esta entrevista con el Intendente..."

Información religiosa: "Le cuento que continúan las fiestas patronales en honor a San Roque en el distrito La Cañada..."; "...hoy 15 de Agosto de una de las fiestas más antiguas a la Virgen María. La asunción de la Santísima Virgen..."; "Hoy jueves a las 20:30 rosario, a las 21 novena, por la innovación sacerdotal religiosas y laicales, para que participen también todos..."

Este programa se emite por la mañana y sus contenidos son todo tipo de información, de actualidad, del departamento, religiosa, deportiva, comunicados, información de eventos, pedidos, etc. En general, todo lo que comunican se corresponde con los gustos e intereses de los habitantes de Albardón. Informar quién fallece o el aniversario de un fallecido, quién cumple años, algo que se ha extraviado, eventos de la localidad, los datos del tiempo, son noticias que le interesan únicamente a las personas de la localidad y de las que no podrían enterarse de otra manera. La información que se transmite no trasciende lo local y cotidiano, prácticamente no se escucha nada relacionado a nivel internacional y sólo lo relevante a nivel nacional. Esto no es únicamente un capricho de la emisora ya que los habitantes, salvo excepciones, no se interesan por otra información que no sea lo inmediatamente importante para su vida dentro del departamento. Por ejemplo, se sabe que en el departamento se le da mucha importancia a todo lo relacionado con la religión católica, este tipo de información (sobre novenas y eventos religiosos) ocupa una gran parte del programa y mucha gente está esperando que informen sobre este tema para poder participar de estas actividades. Lo mismo

sucede con la información de otro tipo de eventos como el desfile en honor a San Martín, festejos del día del niño o un bingo a beneficio de algún lugareño. Esta característica de Santa Bárbara no le permite a la radio aprovechar toda la riqueza expresiva del medio; al quedarse sólo en lo cotidiano, no aprovecha otros recursos que hacen que la radio sea el medio infinitamente expresivo que es.

Es común que la información de actualidad que transmiten la obtengan a través del diario de la provincia. Además de ser ésta la manera más rápida y efectiva para los locutores de obtener la información, hay un alto porcentaje de personas que únicamente han asistido a la primaria (57%), que no saben leer, o que tienen problemas de vista, para los cuales es una de las únicas maneras de enterarse de lo que sucede. Así es que, podríamos decir que “leerles” el diario a estas personas constituye para ellas un importante y valioso servicio, y probablemente los conductores estén al tanto de ello.

Vibraciones musicales – El show de la tarde

Música: Cuarteto, melódicos y música en castellano en general.

Eventos: “...Este 17 de agosto, vendría a ser el día jueves, todo San Juan le rinde honores al héroe de la patria. Desfile cívico Militar...”; “...la unión vecinal 17 de agosto festeja su aniversario junto a nuestros niños. El día 19...”.

Concursos/sorteos: “...hay un concurso “Conociendo a San Martín”, un concurso histórico, literario sobre la figura destacada del prócer argentino...”; “...Rosina!!! Informa a las personas ganadoras del sorteo del día del niño...”; “Les recuerdo los números del sorteo de la quiniela de San Juan...”.

Información religiosa: “Quería comentar el programa de actividades que tiene La Cañada con respecto a su Santo Patrono San Roque...”; “...recordemos que todos los días a las 20:30 es el rezo del Santo Rosario y a la hora 21 la novena, bajo el lema “Bendice nuestras familias y guíanos hacia Jesucristo...”.

Comunicados/pedidos: “... Se necesitan cables para la instalación de energía eléctrica para una señora de escasos recursos...”; “... Se ha extraviado una documentación DNI a nombre del señor Carrizo Federico...”; “Cualquier información debe dirigirse a calle Italia 864 y será gratificada la devolución y la información...”; “... el saludo para la familia Flores de la Villa San Miguel, que nos había solicitado ésta música y para Mariana...”.

Saludos: “...vamos a saludar a Ariel Martín, con motivo de estar cumpliendo sus juveniles 18 años...”; “Muchas felicidades entonces, el saludo de su yerno Cristian y Miguel para la señora Herminia Sánchez con motivo de estar cumpliendo años...”; “Más saludos de parte de su esposa Venita Marinero, para saludar a su querido esposo José Chicaguala...”.

Información: “El centro de Jubilados Mi Esperanza de Villa San Miguel comunica que hará entrega del bolsón de premios...”; “Continúan las medidas de fuerza por parte unión docente agremiados provinciales que es UDAP, van a continuar entonces con la retención del servicio...”; “Taller municipal de corte y confección con la profesora Nélida Susaunia los días martes...”.

Temas especiales: “...ahora es tiempo deeee la charla que siempre nos trae Cristina González, el tema del día de hoy: las mascotas...”; “...porque en Japón existe una corriente que señala que hay juegos que dan una mayor actividad mental a los mayores...”.

Diario social: “...familia de Faustino Zamora...con motivo de cumplir el primer aniversario de su fallecimiento están invitando a la misa...”.

Clasificados: “Se venden lechones de 20 kilogramos, \$150 cada uno...”; “Se necesita albañil, comunicarse al 4911502...”; “Se ofrece para trabajar medio día, si es posible en la tarde, dejar la dirección en los estudios de la radio...”.

Deportes: “... le quería comentar los partidos que se vienen para el próximo fin de semana con respecto a la liga de Fútbol Albardón-Angaco...”; “... la Asociación Deportiva Albardón le ganó...”.

Transmisiones especiales: “Nosotros ya estamos con el móvil en plaza departamental, en ésta edición de prueba...”; “...nuestros compañeros de exteriores que estarán trabajando, por supuesto, llevando todas las alternativas y todos los sucesos y acontecimientos que sucedan desde Plaza Departamental...”; “... para la hora dieciséis, estaba programado el desfile para la hora dieciséis aquí en Plaza Departamental...”.

En estos dos programas lo que predomina es la música. La mayoría es de estilo cuarteto, se escuchan a veces melódicos latinos y un poco de folklore. Este tipo de música se corresponde con los gustos de los oyentes, la mayoría de los pedidos que se hacen a la radio son de canciones o intérpretes de cuarteto. Muchas personas consideran estos estilos entretenidos, alegres y es muy posible que les sea más fácil sentirse identificados con las letras de este tipo de canción que de otro estilo como rock, pop o música internacional. La música únicamente se emite presentando un tema musical tras otro, no existe un ranking, un top 10, una lista de éxitos o algún tipo de sección especial.

También encontramos información, pero no de actualidad, sino de eventos, concursos, religiosa, deportes y son repeticiones de lo que ya se anunció en el programa de la mañana. Al ser este tipo de información importante para los habitantes se repite variadas veces de manera que se entere la mayor cantidad de gente. Predominan asimismo saludos de todo tipo, especialmente saludos de cumpleaños. Hay una sección en la cual cada día se trata algún tema de interés general, por ejemplo los gatos como mascotas y cómo ser un líder, pero es un segmento pequeño y no se les da mucha importancia a los temas, la mayoría de las veces se interrumpen y no terminan de transmitir toda la información. Además de emitir los pedidos y extravíos de los oyentes hay una sección de “clasificados”. Acá se hace una lectura de todos los clasificados que dejan las personas en la radio exactamente como si fueran los clasificados del diario, pero únicamente de la localidad. Vemos aquí que se repite el servicio de “leerle” a los radioescuchas y, a diferencia del diario, no se les cobra por transmitir estos comunicados. En ocasiones especiales, por ejemplo el desfile a San Martín que se llevó a cabo en el departamento, se realiza la transmisión en vivo del evento con comentarios de los locutores y entrevistas a personas del gobierno. Eventos de este tipo son considerados muy importantes a nivel departamental y la radio siempre se involucra en estas actividades ya que hay mucha gente que, por diversos motivos, no puede asistir al evento, pero sí puede escucharlo en la comodidad de su casa como si estuviera presente.

El show del fútbol

Información deportiva: “...recordemos la tabla de posiciones: manda Instituto La Laja con seis, al igual que San Martín nueve goles en dos fechas...”; “...hay que recordar que el lunes va a jugar San Martín a las quince treinta...”; “Tercera fecha va en este programa deportivo, la Asociación Deportiva Albardón versus el Deportivo Campo Afuera, la tercera San Martín versus Paso de los Andes...”.

Análisis de los partidos: “Un partido que arranca...por ahí, de trámites de desarrollo equilibrado, sin que los dos se saquen ventaja, teniendo justamente mucho cuidado en la salida de ambos...”; “...es un jugador que ayer lo ví, Marcelo, muy sólido en la defensa, también lo ví muy bien a la hora de ejecutar los tiros libres...”; “...el puesto de medio campista central, para mi punto de vista, lo cumplió bastante bien, teniendo en cuenta que no es un puesto en el que...”.

Resumen de partidos: "San Martín le ganó a Campo Afuera..."; "... en cuarta división habían empatado uno a uno estos dos equipos..."; "La dupla integrada por Abelardo Díaz, Lucio Castillo había dispuesto una línea de cuatro, marcando al lateral derecho Jorge Castro..."; "Llega la jugada del penal, un tiro libre de esquina que interpreta penal el árbitro del partido...".

El programa deportivo se centra principalmente en cubrir los partidos de la liga de fútbol local. Únicamente cuando hay algún evento deportivo importante, Olimpiadas, carreras de bicicleta de la provincia, mundiales, informan y analizan estos sucesos. Muchas de las personas de la localidad están relacionadas a la liga de fútbol albardonera, ya sea porque son jugadores de algún equipo o porque son directivos de clubes. Por esto y porque el fútbol, mayormente, es un deporte de interés masculino, gran parte de la audiencia de El show del fútbol son hombres. En el programa cada comentarista hace el resumen y la síntesis del partido que observó (cada fin de semana se juegan varios partidos y algunos de manera simultánea), realizando un análisis minuto a minuto de cada partido y haciendo referencia a cada jugador en particular. La referencia a cada jugador es un asunto importante, tanto para los locutores como para los jugadores mismos, ya que un buen comentario sobre ellos, o el simple hecho de ser nombrados, les da cierto status y reconocimiento con sus conocidos y familiares. También es importante recalcar la importancia, para los lugareños, que tiene el hecho de que se transmitan todos los partidos y se dé toda la información pertinente, debido a que son datos que no encontrarán en otro medio de comunicación provincial. Se puede observar que este programa es uno de los que funciona de manera más ordenada, probablemente porque los locutores ya tienen preparado todo lo que tienen que transmitir debido a que realizan las anotaciones y comentarios previo a que se realice la emisión.

Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago

Música: únicamente folklore.

Publicidad (auspicios relatados por el locutor): "Distribuidora Montaña en calle Nacional, a pasitos de calle Arenales les ofrece la cerveza Isenbeck Bastinguer y Diosa Tropical..."; "Parabrisas San Juan, teléfono 4914739 de Don Sergio Salas, Ruta 40 número 1054 Chimbass les ofrece toda venta y colocación de parabrisas...".

Eventos/comunicados: "Le venía a traer la invitación para el día domingo en el velódromo del estadio Vicente Alejo Chancay..."; "...el próximo domingo 27 estaremos todos los gauchos de la Difunta Teresa, allá en el Trapiche..."; "Están invitados todos los ciclistas entonces, para el veinte de agosto del año en curso a las trece treinta horas...".

Saludos: "Vamos a continuar con este jueves tonadero, saludando a toda la gente amiga de la 106.9..."; "Y con un tema de Néstor Gómez saludar a la señora María de Algañarás del Lote Hogar Nº 6..."; "...y para el Chinito Orellano que dicen que...que se mejore pronto...".

Comentarios musicales: "...estábamos escuchando a Horacio Villafañe, el chango guaqueño "Si su bota me besara". Vamos a escuchar también a un nuevo material de trabajo..."; "...porque da gusto escuchar letras nuevas que este amigo nos trae..."; "...qué linda tonada esa última...".

Este programa es uno de los últimos programas que se emite cada día en Santa Bárbara y es uno de los más escuchado por el público. Debido al horario en el que sale (bloque horario nocturno) y a su particular conductor, su estilo es completamente diferente al resto de los programas de la cadena. Es un programa con un estilo muy marcado, muy tranquilo, y completamente sobre folklore. Este género musical es el único que posee y el locutor hace comentarios al respecto. Este tipo de música es muy escuchado por los lugareños, sobre todo, los adultos y mayores que son los que más sintonizan la radio. Su conductor es el "gaucho" Aballay

quien adopta un personaje de gaucha y hace todos los relatos, saludos y auspicios encarnando esta figura. Esto genera una gran aceptación por parte del público y que sea uno de los conductores más queridos por la gente. Otra particularidad de este programa es que no hay tandas publicitarias. El único corte que se realiza, luego de que pasan las canciones programadas, es una publicidad del Intendente de Albardón, el resto de las publicidades (en este caso son únicamente dos comercios que repite a lo largo del programa) son relatadas por el locutor en vivo. Esto probablemente sea para no cortar con el estilo que posee el programa y darle mayor continuidad. Sumado a todo esto, es el único programa con invitados en vivo, generalmente cantantes de folklore, gauchos y alguna persona que esté organizando algún evento particular. Todas estas características le dan una sensación de unidad al programa, se percibe bien organizado y planeado.

- PARTICIPACION DEL PÚBLICO

Iniciativa del público

Saludos: "...vamos a estar complaciéndolo con la música de este saludito que se va para el lado de El Rincón, para Cristina Mallea...querían escuchar ellos que dicen que están en sintonía..."

Diario social: "La familia de Faustino, cariñosamente, "Pino" Zamora invita a la misa para rogar por el eterno descanso de su alma y con motivo de cumplir el primer aniversario de su fallecimiento..."; "La invitación la hace su esposa Rosa viuda de Zamora..."; "Para todos los amigos y familiares de Estefanía Cabaña Achecore, hoy no se olviden a la hora 18 la invitación..."

Comunicados: "...se ha extraviado un cachorrito Manto Negro... cualquier información va a ser recompensada al 4911533 o personalmente a Calle Nacional 1016..."; "Se ha extraviado también un celular Motorola V300 color azul..."; "El centro de Jubilados Mi Esperanza de Villa San Miguel comunica que hará entrega del bolsón de premios para sus socios..."

Pedidos: "...para Sonia que estaba en contacto al 4911951, y bueno quería escuchar la música de Néstor "el loco"..."; "...cortina del feliz cumpleaños para Ariel Martínez que está cumpliendo años en el día de hoy, lo saludan sus padres, Rosa y Rosario..."; "...estábamos saludándola a Nidia de Reinoso de parte de Lalo y Gringa Vidable de Villa San Miguel..."

Clasificados: "Se compra una bicicleta de mujer con parrilla, se dispone de \$120 dirigirse a calle Ignacio de la Rosa..."; "Se vende un chanco para carneo 200 a 250 kilos aproximadamente, en calle Sarmiento..."; "Se compra moto Dahelim o tipo Scooter llamar al 4912343..."

Eventos: "... continúan perdón, las fiestas patronales en Honor a San Roque en La Cañada... estuvieron por acá Raúl Riveros y Rossana Luengo, me estaban contando que ayer estuvieron trabajando en la organización de la fiesta..."; "La comisión Virgen del Valle, eeee, por intermedio de la radio, quiere invitar a toda la comunidad de calle Arenales..."; "Desfile cívico Militar jueves 17 de agosto desde la hora 16 en plaza departamental invita y organiza Municipalidad de Albardón..."

Concursos: "...les recuerdo hay un concurso "Conociendo a San Martín" al prócer argentino, que pueden participar los alumnos de EGB 3 y Polimodal... el objetivo es estimular a los estudiantes, eee, sobre la investigación de los aspectos destacados del padre de la patria..."; "...le reiteramos los ganadores de los premios de la Cámara de Comercio de Albardón..."

Lo que aquí se intenta analizar es la interacción entre la radio y el público, en este caso con iniciativa del público. La gente es un componente muy importante para la radio en general, pero sobre todo para Santa Bárbara. Es el público quien, generalmente, le provee la información sobre cumpleaños, eventos, sepelios, concursos, las novenas religiosas, etc., los locutores prácticamente cuentan con este tipo de participación por parte de las personas, rara vez se percibe que sean ellos quienes generan la información que transmiten. Inclusive la publicidad que realizan la obtienen gracias a que las personas dueñas de los comercios van a la radio, no hay, en la radio, una persona encargada de buscar y generar la publicidad. A través de "papelitos" y llamados que hace la gente obtienen los datos que son comunicados por los locutores, nunca pasan un llamado al aire o permiten que alguien utilice el micrófono. Es probable que de esta manera hagan una selección de lo que van a comunicar y eviten situaciones o comentarios que los puedan poner en una situación incomoda o no deseada. Es así, que podemos observar que no pasan comentarios ni críticas en contra del gobierno de turno y mucho menos sobre el Intendente de la localidad, ni permiten que la gente utilice el medio para hacer quedar mal a alguien o comentar los problemas que tienen. Esto se podría considerar como una prematura forma de censura, que probablemente realizan porque el gobierno y el Intendente de Albardón realizan una gran cantidad de publicidad en la radio, además de tenerla como el medio oficial para comunicar las acciones del gobierno. Siendo los principales portavoces del gobierno local se garantizan la primicia de la noticia y que el público los sintonice. Además, siendo una localidad con pocos habitantes, tratar de estar en paz con la mayor cantidad de gente posible es conveniente, sobre todo para la radio que cuenta con la participación del público para subsistir.

Iniciativa de la radio

Publicidad: publicidad de la radio Santa Bárbara incitando a los oyentes y comercios a realizar publicidad en la misma.

Ahora, al analizar la interacción entre la radio y el público, pero con iniciativa de la radio, podemos observar que son pocas las acciones que realiza la radio para fomentar esto. Lo único que vemos es una publicidad sobre la radio que estimula a los comercios oyentes a que hagan publicidad en la misma. Aquí se reafirma lo comentado anteriormente, que para la radio la forma natural de obtener información es a través del público y el público, ya sea porque es la radio de mayor antigüedad y de mayor alcance, o porque realmente es la única forma que poseen de comunicar lo que desean, está acostumbrado a esta forma de trabajar que posee Santa Bárbara y es poco probable que piensen en otra forma de hacer sus comunicados.

- LOCUTORES

La Mañana del Súpercomunicando

Rosa Pérez

Voz:

- *Estado afectivo:* Jovialidad, alegría.
- *Volumen:* Moderadamente alto.
- *Tono:* Normal, moderadamente agudo.
- *Timbre:* Moderadamente brillante.

- *Velocidad:* Normal, moderadamente rápida.
- *Ritmo:* Bastante regular, no se observan pausas prolongadas.

Vocalizaciones: "...mmm?..."; "...esteee..."; "...eee..."; "...enooooorme..."; "...fueeee..."; "...laaa..."; "...deeeeeeee..."; "Casiii..."; "...estooo...".

Entonación: Predominantemente enunciativa. "La versión oficial es que Miguel Alejandro Salinas y otros dos sujetos intentaron meterse a robar en una casa de las inmediaciones de calle Tucumán..."; "Le cuento que continúan las fiestas patronales en honor a San Roque en el distrito La Cañada..."; "Estamos hablando de la red cloacal de la Villa el Salvador que fué eee, un proyecto firmado la semana próxima pasada...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo:* "Seguimos invitándolo..."; "Le cuento..."; "...roguémosle por..."; "...les recuerdo..."; "Estamos hablando de la red..."; "...me puedo olvidar del resto..."; "...vamos a dar lectura..."; "...nuestra mesa de trabajo..."; "...hablamos hoy 15 de Agosto..."; "le sigo contando, voy a darle..."; "...permítame leer nuevamente..."; "...yo siempre se lo digo..."; "Yo creo...".
- *La persona ausente:* "Faltando aún cinco minutos para las once de la mañana en la provincia de San Juan..."; "La obra ya está adjudicada y dentro de diez días comienzan a trabajar en esta obra..."; "En San Juan hubieron dos menores desaparecidas este fin de semana. Una de ellas apareció, la menor desaparecida que era de Médano de Oro...".
- *La inscripción del tú:* "...usted la tiene..."; "Pueden escribir..."; "Disfrútenlo en...llega..."; "...compartida con ustedes...".

Tiempo verbal:

- *Mundo narrado:* "...dicen que fué hasta..."; "...me encontré por ahí con el señor..."; "...cambió la temperatura a esta hora de la mañana..."; "...se lo habíamos prometido...".
- *Mundo comentado:* "...la información usted la tiene siempre..."; "...cualquier información va a ser recompensada..."; "Seguimos invitándolo he?..."; "...pueden participar los alumnos de EGB 3 y Polimodal..."; "Faltando aún cinco minutos...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "El relato de la chica es coherente, parece muy segura de lo que dice e incluso describe el lugar. Ahora en ese sector hay muchas viviendas y los vecinos afirman que no escucharon ni vieron nada. El examen médico dice que no tiene signos de violencia..."; "Gioja se lamentó que hoy viernes no haya clase, dijo que le da pena que esto suceda, dijo también que debemos ser tolerantes y poner buena voluntad, trabajar en el diálogo..."; "Así que los invito a todos, a toda la audiencia escuchando la radio a participar de este festival solidario mañana sábado. A ayudar a los que más lo necesitan y además a compartir una noche de fiesta junto a las fiestas patronales en honor a San Roque..."; "...que tenga un muy feliz cumpleaños, pásela bien, disfrútelo en familia porque eso es lo más lindo e importante que nos puede pasar..."; "...el homenaje es para él, no para la gente actual, ni para nadie. El homenaje es para San Martín y en homenaje a ese gaucho, un criollo gaucho eee, desfilemos todos, mmm? Lo importante es estar, no a veces aparecer o aparentar, sino estar...".

Formas de expresarse (nivel léxico): "...estaba cantando, sus temas más cantados..."; "...será gratificado y recompensado la persona..."; "...nos pedían que eran estooo, bloqué en la mañana un oyente de calle Nacional..."; "Una merecida distinción para un gran cantante, que estas cientos de personas, que se congregaron

en el palacio legislativo para presenciar el reconocimiento al artista, que recibió la mención Domingo Faustino Sarmiento...”; "...vamos a estar complaciéndolo con la música de este saludito que se va para el lado de El Rincón, para Cristina Mallea...”.

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* “Ya vamos a armar un bloquecito con el señor operador para estar compartiendo con ustedes...”; “...hay un pequeño que lo extraña y lo necesita a este cachorro Manto Negro...”; “Hay gente que acostumbra comerlo verdaderamente sin nada de sal al tomate mmm? Inclusive cortarlo a veces de la planta y comerlo es un placer...”.
- *Animador, representante o portavoz:* “...el centro de Jubilados Mi Esperanza de Villa San Miguel comunica que hará entrega...”; “...se ha extraviado también un cachorro manto negro de tres meses...”; “Bueno, el tomate se debería comer según los especialistas sin sal...”.
- *Citas (directas o indirectas):* “...José Chicaguala, Tata sos el mejor abuelo, el más cariñoso, te queremos un montón, te deseamos que la pases de diez...”; “...estábamos saludándola a Nidia de Reinoso de parte de Lalo y Gringa Vidable de Villa San Miguel, dice: hemos sido vecinos de Nidia, muy buenos amigos y bueno, le deseamos todo lo mejor en el día del cumpleaños...”; “También lo saluda su madrina Ana, quiere decirle: Ariel que seas siempre así, no cambies nunca. Feliz cumpleaños...”.

Rosa Pérez junto a Luis Flores conducen el programa El show del Súpercomunicando. Ella no es la locutora principal del programa (Luis Flores abre el programa y la presenta, además es quien le da siempre la palabra), pero es quien más intervenciones realiza. Su tono de voz es agudo, su volumen es moderadamente alto y habla velozmente, estas características son típicas de las emisoras que están dirigidas a sectores con un nivel socioeconómico bajo. Es una forma de darle dinamismo, alegría y jovialidad a los programas. Esta locutora no posee una formación que la acredite como una profesional de la comunicación, no realizó ningún tipo de estudio en el área ni está preparada de ninguna manera para desempeñarse en la tarea. Trabaja en el medio simplemente porque le gusta y porque le dieron la posibilidad de hacerlo. Su poca, o nula, preparación se hace evidente en el programa ya que se percibe que no hay un guión o anotaciones que la conduzcan a lo largo del programa. Esto produce huecos mientras habla y es muy constante el uso de vocalizaciones del tipo “mmm”, “eeee”, “laaaa” para alargar las palabras y oraciones mientras busca qué expresar a continuación. Los únicos elementos que le ayudan a ordenar los comentarios que realiza en cada programa son las noticias que comunica directamente leídas del diario y los papeles y comunicados que deja la gente. Estas son básicamente sus tareas en el programa, sólo se limita a transmitir la información y a hacer los pedidos y comunicados, rara vez opina sobre algún tema, únicamente cuando su co-conductor le da la palabra, o cuando se trata de algún evento solidario y quiere que la gente participe. La mayoría de las veces utiliza la primera persona del plural para incluirse en los discursos, utiliza la primera persona del singular exclusivamente cuando hace referencia a algo muy personal. Esta forma inclusiva de dirigirse es una forma de introducir a su compañero en lo que ella comunica, y es una manera de no hacerse completamente responsable de lo que está anunciando. En el caso particular de esta radio, puede ser, además, una forma de cortesía, de incluir a la otra persona por respeto. Para dirigirse a la audiencia siempre lo hace de manera muy respetuosa y formal utilizando, usted, ustedes, le, les. Esta forma de hablar es muy común en la localidad, todos se dirigen de forma educada aunque la persona sea un conocido o un familiar. Generalmente cuando incluye al público lo hace para invitarlos a algún evento o para que se solidaricen en alguna causa, al hacer esto los hace sentir responsables de lo que está expresando, trata de generar complicidad para incitarlos a que participen. Otro recurso que se utiliza para lograr implicar al oyente es realizar los comentarios utilizando el tiempo presente. Cuando la locutora da algún tipo de información o hace referencia a un mundo ajeno al suyo, no se incluye en el discurso (persona ausente), ni incluye al oyente, dotando de objetividad a la noticia que transmite, esto también lo logra narrando la noticia en pasado.

Observamos que una gran parte del discurso de la locutora consiste en citas y en lecturas de los comunicados y pedidos que deja la gente. La conductora hace las veces de “portavoz” de los pobladores comentando los saludos, invitaciones y avisos que dejan sus oyentes. Es probable que siendo ella quien realice la invitación

o el pedido, el público responda más positivamente, le preste mayor atención, colabore y asista a los eventos. Además de que, por supuesto, esta forma de difusión es rápida y eficaz y le llega a una gran cantidad de gente.

La forma de expresarse que tiene esta locutora es muy particular, muchas veces utiliza mal las palabras y forma oraciones sin un sentido exacto. Este hecho además de corresponderse con su poca preparación en el área, es la forma en que se expresan, en general, los habitantes de la localidad. Lo que para una persona externa es una oración sin sentido, para ellos es perfectamente entendible (competencia comunicativa). Para esta locutora esta es la manera natural de expresarse, está arraigada en ella, pero si no lo fuera, esta sería una manera de "conectar" con el público, adoptando el léxico de la gente se logra mayor adhesión y la sensación de que es "una más" y entiende lo que sucede en el día a día de estas personas. A pesar de que existe una distancia, entre el público y la locutora, por el sólo hecho de estar en un medio de comunicación, sigue siendo una lugareña más en contacto con la realidad de sus oyentes.

Luis Flores

Voz:

- *Estado afectivo:* jovialidad, alegría.
- *Volumen:* alto.
- *Tono:* normal a moderadamente agudo.
- *Timbre:* brillante.
- *Velocidad:* rápida.
- *Ritmo:* regular.

Vocalizaciones: "...estee..."; "...eeemmm..."; "...diiiaaIIIIII..."; "...eeee..."; "...estemmmm..."; "...paraaa..."; "...queeee...".

Entonación: enunciativa y exclamativa. "Este jueves 17 comienza el pago de Planes Jefes de hogar..."; "...seguimos aquí en La Mañana del Súpercomunicando!..."; "Once de la mañana con cinco minutos seguimos transitando ésta linda jornada..."; "...aquí en la mañana de la 106.9 Mhz es su diiaaIIIIIIII!...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo:* "...seguimos aquí en La Mañana del Súpercomunicando..."; "...reiteramos el teléfono entonces..."; "Marcelo Martín está junto a nosotros..."; "Que buena noticia, me hace recordar..."; "A mi particularmente esas cosas no me interesan...".
- *La persona ausente:* "...gracias Marcelo por este importante informe en la noticia del deporte aquí en la mañana del 106..."; "Recordando la música de Don Oscar..."; "Se viene la música de Sabroso ya se vienen los saluditos...".
- *La inscripción del tu:* "El Súpercomunicando que lo acompaña toda la mañana hasta..."; "...lo otro es un tema que pueden solucionarlo entre ellos..."; "...hagan valer, estee, ese sentido de gaucho que tienen y eeee, desfilen..."; "...para él, muy especialmente de parte de sus padres...".

Tiempo verbal:

- Mundo narrado: "El primer premio fué para..."

- Mundo comentado: "...reiteramos los comunicados a los centros de Jubilados presten atención..."; "Ya seguimos disfrutando la música..."; "...algunos temitas que están solicitados a través del..."

Valoración de los acontecimientos (modalización): "...bueno y yo...estaba leyendo la carta y hay cosas que no las entiendo y quizás la audiencia tampoco las va a entender..."; "De manera que yo considero que hoy está de fiesta el departamento..."; "...no me gustan esas cosas..."; "...cuántos saludos tiene...tiene Ariel..."; "...éste bonito tema de Pimpinela..."

Formas de expresarse (nivel léxico): "...se hará entrega del bolsón de mercaderías comenzó ayer, pero hoy 17 no se va a entregar el bolsón pasa para mañana..."; "...es como si hay una fiesta en tu casa, he? Y alguien viene y con mala onda a arruinarte la fiesta..."; "...hay un pequeño que, estee, le regaló una mascota muy querida..."

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* "Ya se viene Ricardo Arjona..."; "...seguimos transitando ésta linda jornada a través de Radio Santa Bárbara..."; "Bueno con Independiente tendríamos toda la mañana con todos los títulos..."
- *Animador, representante o portavoz:* "Este jueves 17 comienza el pago de Planes Jefes de hogar con terminación de documento cero..."; "...se ha extraviado un cachorrito Manto Negro..."
- *Citas (directas o indirectas):* "...lo saludan sus padres, Rosa y Rosario y queremos decirle que sos algo muy especial en nuestras vidas, gracias por darnos tanta alegría..."

Luis Flores es el conductor principal del programa El show del Súpercomunicando y es el operador de la radio cuando no está Roberto Escudero (el operador oficial). Además de conducir el programa es el dueño y director de radio Santa Bárbara. Su estilo de conducción es similar al de Rosa Flores, es muy alegre y animado, habla en un tono bastante alto y muy rápidamente. Al igual que su compañera no posee una preparación específica en el área, lo que se hace evidente durante el programa. Al no haber una preparación previa de los programas o un guión, como apuntamos antes, también se perciben pausas, huecos y alargues de palabras en varios momentos. El locutor asimismo utiliza la primera persona del plural cuando habla incluyendo a Rosa en sus locuciones, únicamente cuando da su opinión sobre algún tema se dirige en singular. Cuando se dirige al público lo hace en la segunda y tercera persona del singular y del plural. A diferencia de Rosa, Luis Flores se dirige de una manera más informal a los oyentes. Hecho que se debe, probablemente, a lo que recalamos antes respecto a que el conductor es el dueño de la radio y posee mayor poder dentro de la emisora, por lo tanto se siente con mayor confianza para expresarse libremente. Esto se observa también cuando da su opinión respecto a algún tema, sin ningún recaudo se manifiesta a favor o en contra y da su punto de vista con total soltura. Respecto a la forma de expresarse se observa que, al igual que su compañera, se dirige utilizando una manera muy particular, típica de los pobladores de la zona. Luis Flores también incluye citas en su discurso y sirve como portavoz para los oyentes, se observa acá igualmente, cómo siendo él quien hace los comunicados, le da mayor legitimidad y credibilidad a lo que quieren comunicar las personas interesadas.

Vibraciones musicales – El show de la tarde

Juan Carlos Casibas

Voz:

- *Estado afectivo:* jovialidad, afecto.
- *Volumen:* suave, moderadamente alto.
- *Tono:* normal a moderadamente grave.
- *Timbre:* resonante.
- *Velocidad:* moderadamente rápida.
- *Ritmo:* regular.

Vocalizaciones: "...Eeee..."; "...queee..."; "...esteee..."; "...debaraaa..."; "...haaa..."; "...ooo..."; "...esteee emmmm...".

Entonación: enunciativa, exclamativa y a veces interrogativo: "Nosotros ya estamos con el móvil en plaza departamental, en ésta edición de prueba..."; "Estas son las Vibraciones Musicales en esta tarde festiva que tenemos..."; "Siempre se puede llegar a retrasar un poquito, no?..."; "...¿Tiene el temporal usted? ¿Cristina? No creo, no? ¿Hay Santa Cristina?..."; "Rosina!!! Informa a las personas ganadoras del sorteo del día del niño!!...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo:* "...seguimos en el estudio compartiendo la música..."; "Locución y palabras quien les habla Juan Carlos Casibas..."; "Todos estamos llamados a participar..."; "...claro ya me parecía..."; "Muchos gauchos he visto también...".
- *La persona ausente:* "Más música para compartir aquí a esta hora de la tarde aquí en el 106.9 del dial..."; "Bueno, después de haber estado compartiendo y disfrutando el desfile Cívico Militar, conmemorando un aniversario más del natalicio de eeeee, el libertador de América...".
- *La inscripción del tu:* "Que tenga una noche espectacular..."; "...llevándole todas las alternativas..."; "...por cada compra que realizaron, le entregaron un bono obsequio, los llenó..."; "Le quería recordar...".
- *Referencia léxica de persona:* "...para las chicas entonces de la Academia Inayin que están aquí hoy..."; "...seguramente lo va a ver desfilar al gaucho Aballay..."; "...que conduce el profesor Marcelo Martín..."; "...como es la historia de Don José de San Martín...".

Tiempo verbal:

- *Mundo narrado:* "...estaba programado el desfile para la hora dieciséis aquí en Plaza Departamental..."; "...por allí estuvimos compartiendo un tema nuevo de Tru La La...".
- *Mundo comentado:* "Vemos ya gran cantidad de gente que va tomando ubicación en la calle..."; "...para que nos comenten lo que está sucediendo en estos momentos..."; "La Municipalidad de Albardón está invitando...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "...pero están especialmente lindos los días para ir a visitar a la comunidad de La Cañada en especial a San Roque..."; "...otro éxito que pertenece aaa Néstor (...) "Son las diez", uno de los, de los próximos temas que va a estar en la placa discográfica de este gran cantante..."; "...hay algo nuevo de Yerba Brava también, que han salido y están espectaculares..."; "...las tengo a las dos juntas son muy compinches entre ellas, realmente fantásticas, los gatos tienen una inteligencia bárbara..."; "...la cantidad de gente que hay, esteee, agolpada en lo que es en las paradas de colectivo, dispuestas a acercarse a nuestro departamento...".

Formas de expresarse (nivel léxico): “¿Cómo le va? Muy buenas tardes, el placer de saludarlo Rodolfo, cómo anda usted?”; “...esperamos el contacto con nuestros compañeros de Plaza Departamental, donde están llevándose a cabo los hechos y sucesos de este gran desfile Cívico Militar...”; “El nombre de las personas ganadoras es Leticia Báez DNI 21407803, Aguilera Martín Alejandro o Alejandra, no se sabe bien...”.

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* “Yo tengo dos gatitas, cariñosas...se me suben en la espalda, están conmigo, pero este, no dejan que se acerque por ejemplo otros animales...”; “Santa Rosa! Falta poco ya paraaa Santa Rosa, no? Quince días, a veces llega justo el temporal y a veces se demora o se adelanta depende...”; “...nosotros dejamos de usar el...el...cerebro y es necesario, es necesario tenerlo en práctica, por eso están las sopas de letra...”.
- *Animador, representante o portavoz:* “Continúan las medidas de fuerza por parte unión docente agremiados provinciales que es UDAP, van a continuar entonces con la retención del servicio...”; “La comisión Virgen del Valle, eeeee, por intermedio de la radio, quiere invitar a toda la comunidad de calle Arenales...”.
- *Citas (directas o indirectas):* “...quería comentar queee el “honor es un privilegio, acción al servicio de sus ideas”. Este 17 de agosto, vendría a ser el día jueves, todo San Juan le rinde honores al héroe de la patria...”.

Juan Carlos Casibas es uno de los locutores del programa El Show de la tarde. Su estilo de conducción es similar al de los otros locutores de la radio. Igualmente habla en un tono alto y a una velocidad bastante rápida, lo que produce que se equivoque en la pronunciación de palabras, utilice muletillas y alargue los vocablos. Este conductor tampoco posee una formación profesional en radio, locución o alguna área relacionada. Sus funciones dentro del programa son similares a las de Luis Flores, es el conductor principal de El show de la tarde y es quien dirige y da la palabra. Al ser un programa donde se transmiten eventos especiales y realizan entrevistas, el conductor ya no se limita únicamente a transmitir información, también hace preguntas, indaga en diversos temas y genera debates (por supuesto que nunca genera debates sobre temas de gran importancia o controversia, siempre sobre temas más triviales). Asimismo siempre le agrega su opinión a lo que están comunicando tanto él, como su compañera. Siempre posee una opinión positiva de las cosas, rara vez se manifiesta en contra de algo o se observa que algún tema le moleste. El “buen humor” es algo que predomina en todos los programas, no sólo en este. Cuando hace referencia a sí mismo, también utiliza la primera persona del singular y del plural, pero este locutor hace un mayor uso de la primera persona singular. En muy pocas ocasiones incluye a su co-conductora en lo que dice. Esto se corresponde con lo que mencionamos previamente sobre la gran cantidad de opiniones que incluye en sus discursos. Otra particularidad de este locutor es la forma de referirse a otras personas que utiliza. Se dirige haciendo uso de expresiones como “don”, “profesor”, “las chicas”, “el señor”, “el gaucho”, etc. Así vemos que, instaurando a las personas de esta manera, marca claramente su posición respecto al individuo al que hace referencia, además de que les establece a los oyentes la posición de esa persona en la sociedad. Al expresarse se observa que, aparte de hacerlo de la manera particular que lo hacen los habitantes de Albardón, lo hace de un modo muy único y personal poniendo de manifiesto su personalidad en todo momento. Como ya mencionamos antes, debido a la gran cantidad de pedidos y comunicados que dejan los oyentes, el locutor incluye citas y lecturas de los pedidos en sus locuciones, pero en este caso en particular, son menores y el conductor hace un mayor uso de sus propias palabras.

Cristina González*Voz:*

- *Estado afectivo:* alegría, jovialidad.
- *Volumen:* normal a moderadamente alto.
- *Tono:* normal a moderadamente agudo.
- *Timbre:* moderadamente brillante.
- *Velocidad:* rápida.
- *Ritmo:* regular.

Vocalizaciones: "...esteee..."; "...mmm..."; "...eeee..."; "...queee...".

Entonación: enunciativa. "...se están llevando a cabo las novenas en honor a San Roque desde el día 11, todos los días 20:30hs Santo Rosario..."; "En general la imagen del gato está asociada a la cualidad del daño...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo:* "...recordemos que está dedicado a nuestra madre..."; "Por suerte tenemos unos días lindos..."; "Uno puede participar..."; "...muchas gracias Juan Carlos, la pasé muy bien...".
- *La persona ausente:* "Bueno, muchos señalan eeee, muchos señalan que es un invento Japonés, es un invento queee ayuda, o sea que ayuda a construir una barrera...".
- *La inscripción del tú:* "...si usted empieza a agilizar su mente...".

Tiempo verbal:

- *Mundo comentado:* "Se ha extraviado una perrita color blanco y gris..."; "...se hará entrega del bolsón de mercadería mañana 16 de agosto..."; "...vamos a hablar cómo actuar para ser un líder..."; "...la unión vecinal 17 de agosto festeja su aniversario junto a nuestros niños...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "Por suerte tenemos unos días lindos..."; "...es posible que no padezca estas enfermedades que, actualmente son muy crueles, deterioran mucho al ser humano..."; "Mmmm que rico!...".

Formas de expresarse (nivel léxico): "...a la hora 15 grandes premios, en beneficio de esteee chico, Pablo Chaves..."; "...muchos señalan que es un invento Japonés, es un invento queee ayuda, o sea que ayuda a construir una barrera para el envejecimiento cerebral...".

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* "Por suerte tenemos unos días lindos..."; "...un saludo grande a la gente que está en la organización y que lleva a cabo toda esta semana de novenas...".

- *Animador, representante o portavoz*: "...Se necesita casero, llamar a los siguientes números celulares 156735989 155773068 preguntar por el señor Miguel Gazateo..."; "Reiteramos el comunicado del centro de jubilados Nacionales, la Buena Esperanza de calle Tucumán..."
- *Citas (directas o indirectas)*: "Hacer para crecer, talleres culturales de la Municipalidad de Albardón, encuentre el suyo..."; "Estos juegos de entrenamiento cerebral pueden llegar a retrasar el Alzheimer y también la demencia senil..."; "En cambio, la cordialidad felina tiene que ver mucho con la madurez o la sensibilidad del gato..."

Cristina González es la co-conductora del programa El show de la tarde. Su voz es muy similar a la de la conductora Rosa Pérez, es aguda, fuerte y habla rápidamente. Al igual que el resto, esta conductora no posee ningún tipo de preparación en radiofonía. También comete errores al hablar y se apoya en muletillas y alargues cuando no encuentra las palabras para expresarse. Su rol dentro del programa es sólo de apoyo al locutor principal, dice lo justo y necesario y no se observa que haga comentarios o agregue su opinión a los temas que trata. Generalmente se limita a comunicar noticias o pedidos y está a cargo de un segmento en el cual se elige un tema en particular y ella comenta al respecto. En este segmento es en la única parte donde se observa una preparación previa (búsqueda de la información), pero, de todas maneras, comete errores y rara vez termina de explayarse en la temática. Las referencias a sí misma o a los receptores son escasas comparadas a los demás locutores. Generalmente no se dirige a una persona específica cuando se expresa.

Acorde con su origen, su forma de expresarse es la misma que sus compañeros, pero esta conductora, al reducir su participación a leer prácticamente todo lo que comunica (desde los pedidos de la gente y los eventos hasta el tema especial que trata cada día), se expresa de una forma más parecida a los hablantes de la ciudad.

El show del fútbol

Marcelo Martín

Voz:

- *Estado afectivo*: tranquilidad.
- *Volumen*: normal, moderado a bajo.
- *Tono*: moderado a grave.
- *Timbre*: algo resonante.
- *Velocidad*: normal.
- *Ritmo*: regular.

Vocalizaciones: "...laa..."; "...eeee..."; "...debidoaa aaaa..."; "...tenía..."; "...queeee..." "...encuentraaaa..."

Entonación: enunciativa, interrogativa. "Si un jugador que, en estas divisiones, genera espacio..."; "...¿qué pasa con la Asociación Deportiva Albardón?..."; "Totalmente, el desequilibrio es desde tres cuartos hacia delante..."; "...el gol no era de extrañar no?...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo:* "...damos comienzo a esto que es, El Show del Fútbol..."; "Comenzamos a desarrollar..."; "Yo lo ví contra San Miguel..."; "Eeee, te iba a decir, si en Villa Ibáñez..."; "...más retrasado me parece que juega...".
- *La persona ausente:* "Bueno, muy bien, algo más que decir de éste partido?..."; "Ahí, el conocimiento del fútbol, no? para manejar ese campo de juego..."; "Si, habrá que ver...".
- *La inscripción del tú:* "...queremos ver las reacciones del clásico, que siempre tiene historia, le digo que, es el clásico más añejo..."; "...bueno queridos oyentes...".
- *Referencia léxica de persona:* "...el Señor Beto Herrera..."; "...Américo German Esquivel, Bichi Esquivel..."; "...acompañado por el Mellizo Flores..."; "...un jugador importante que tiene Aballay es..."; "...la actuación del árbitro, de Iván Páez...".

Tiempo verbal:

- *Mundo narrado:* "Bustamante que, aparecía por el sector..."; "Y fue así, que justamente, el conjunto de Paso..."; "...tuvieron que ingresar una camioneta, directamente al campo de juego...".
- *Mundo comentado:* "...por ahí el equipo sin experiencia hace que pase esto..."; "...manda Instituto La Laja con seis, al igual que San Martín..."; "Esperemos que tomen nota los compañeros, porque mucha gente le gusta...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "Y la cita de honor era primera división..."; "...me parece bueno cuando estos jugadores cumplen con su rol dentro de la cancha..."; "...al parecer está muy difícil encontrarse este jugador..."; "Me parece que Canto rinde más adelante...".

Formas de expresarse (nivel léxico): "...Emmanuel Fernández y la lesión de Javier Núñez, posibles bancas para el próximo partido que juegue la Asociación Deportiva Albardón..."; "...así como fué figura destacada en el primer tiempo cuando empezó, Juan Castro, esta vez, lo supieron cubrir bien, el trabajo de campo...".

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* "Por este motivo a Paso le costaba mucho progresar en la táctica..."; "...no es fácil estar en un clásico ante Sport, dentro de las inferiores de Paso de los Andes...".
- *Citas (directas o indirectas):* "...el Señor Beto Herrera, le preguntábamos sobre las incorporaciones, ya citaba dos jugadores, el medio campista central, dice, ustedes van a ver el número cinco que es Carmona..."; "Dice, son dos jugadores que ustedes van a notar que le van a aportar mucho al club...".

La voz y la forma de hablar que posee este conductor son completamente diferentes a la de sus compañeros. Su voz es más grave, de volumen moderado y con un ritmo regular y más lento. Esta forma de comunicar hace que su programa carezca del dinamismo que poseen los otros, al realizar pocas variaciones de volumen se torna más difícil escuchar continuamente sin sentir tedio. Este locutor es también profesor y se ve reflejado en su forma de hablar, las emisiones que realiza parecen más dirigidas a una clase que a los oyentes de un programa deportivo. El profesor Marcelo Martín es el conductor principal del programa deportivo de la radio, lo que lo coloca sobre el resto de los conductores del programa.

El uso de alargues y muletillas es también característico de este conductor. El no sólo hace los comentarios y el análisis de los partidos, además es el único que realiza las preguntas sobre los encuentros deportivos que comentan sus compañeros. Al igual que el resto de los locutores se expresa de una manera inclusiva en algunas ocasiones, pero la mayoría de las veces lo hace en primera persona singular. Se dirige muy poco a la audiencia y hace un gran uso de expresiones tales

como "Beto", "Bichi", "señor", "el árbitro", etc. haciendo referencia a la posición, status y profesión de las personas a las que se dirige o sobre las que realiza algún comentario. Probablemente hace esto ya que le gusta y prefiere que se refieran a él como el "profesor" Marcelo Martín.

Los tiempos verbales que utiliza van variando entre presente y pasado debido a que hace un resumen de los partidos ocurridos y, además, hace un análisis de los mismos.

A su forma particular de expresarse por ser de la localidad, se le suma el léxico o jerga propio del deporte, por lo que en variadas ocasiones, si uno no está informado sobre el tema, se hace difícil entender lo que comunica. Además de esto, en algunas oportunidades, por hacer uso de palabras muy técnicas, las utiliza erróneamente logrando un sinsentido en lo que enuncia.

Por supuesto, al ser su función analizar y relatar los partidos que observa, sus enunciados están cargados de subjetividad. De todos modos, esto no se percibe inapropiado ya que se sobreentiende que él sabe al respecto y que opinar y analizar es lo que la audiencia espera que haga. Por este motivo también, usualmente, todo lo que dice proviene de su propio discurso, únicamente hace citas cuando quiere ilustrar exactamente el comentario que hizo alguna persona.

Martín Esquivel

Voz:

- *Estado afectivo*: jovialidad, nerviosismo.
- *Volumen*: normal, moderadamente alto.
- *Tono*: normal.
- *Timbre*: moderadamente resonante.
- *Velocidad*: moderadamente rápida.
- *Ritmo*: regular, con algunas irregularidades.

Vocalizaciones: "...eeee..."; "...laaaaa..."; corescon, "...perdón, un corresponsal..."; "...cerquiiita..."; "...elIII..."; "...queda a la psoi...".

Entonación: afirmativa, enunciativa. "...hay que ver si la Asociación Deportiva Albardón resiste esto de..."; "...éste jugador tiene unas características de no tanto esperar la pelota como puede hacer cualquier otro delantero..."; "En cuarta división Marcelo el resultado fue tres a cero, favorable para Villa Ibáñez...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo*: "...ayer tuvimos la oportunidad..."; "...se me viene a la memoria Marcelo, una jugada..."; "...es un jugador que ayer lo ví, Marcelo...".
- *Referencia léxica de persona*: "...marcador central, Nazareno Quiroga..."; "...el arqueroooo Pablo Cortés..."; "...el señor José Pereyra, el árbitro...".

Tiempo verbal:

- *Mundo narrado*: "...en algunas situaciones, tenía características similares a José Canto..."; "...fué un empate justificado y sobre todo..."; "Pedro lo recalcaba, era que éste jugador...".
- *Mundo comentado*: "Hay que recalcar también, bueno, como ya nos tiene acostumbrados la gente del Deportivo el Rincón..."; "...no tanto esperar la pelota como puede hacer cualquier otro delantero, sino de desplazarse un poquito para buscar..."; "Exactamente, es importante eso...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "...estaban muy bien rodeados los creadores, o los hombres que tenían la función de crear en el conjunto de Paso..."; "...bueno, como ya nos tiene acostumbrados la gente del Deportivo el Rincón..."; "Exactamente, veíamos en Villa Ibáñez que salió un equipo a tratar de plantear un partido..."; "...Garín es un jugador distinto que tiene la liga Albardón-Angaco, si bien es un poquito eeeeeeeee, digamos, más dañino en el juego...".

Formas de expresarse (nivel léxico): "Gran labor también de los puntas, Marcelo..."; "...la posición de Gabriel Molina, que le da al esférico y la pelota da en el poste..."; "...jugando como enganche o tirado a los costados pero un poquito más adelantado, el puesto de medio campista central, para mi punto de vista...".

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* "El Deportivo Rincón llegaba aproximadamente con cuatro jugadores a la zona del ataque, de todos modos lo hacía bien..."; "Un gran tiro libre de esos que nos tiene acostumbrados Hugo Garín...".

Este locutor se diferencia del resto ya que se lo observa nervioso cuando se expresa. Habla rápidamente, no mantiene un ritmo regular, se equivoca varias veces en la pronunciación de palabras, las muletillas y alargues de palabras son recurrentes y pide disculpas por sus equivocaciones regularmente. Se percibe que es bastante más joven que el resto de los locutores y con menos experiencia en el área. Dentro del programa su función es hacer los comentarios y el análisis del partido al que fué asignado. Nunca se dirige a los oyentes, siempre dialoga con Marcelo Martín. Debido a que debe hacer comentarios sobre los partidos se refiere a los jugadores de diferentes maneras, "el arquero", "el marcador central", etc. asimismo, su opinión y su punto de vista de los hechos son constantes en sus locuciones. Respecto a la forma de expresarse sucede lo mismo que con Marcelo Martín, hace un gran uso de palabras específicas al deporte y en ocasiones, un mal uso de las mismas. No se observa que utilice citas, todos sus comentarios surgen de sus observaciones.

Pedro Olmos

Voz:

- *Estado afectivo:* afecto.
- *Volumen:* normal.
- *Tono:* normal.
- *Timbre:* moderadamente resonante.
- *Velocidad:* normal a moderadamente rápida.
- *Ritmo:* regular.

Vocalizaciones: "...perooo..."; "...esteee..."; "...agrarraaaaa..."; "...yyy..."; "...bue...".

Entonación: enunciativa, afirmativa. "...yo creo que ayer dió cuenta clara que este 5 a 2 que hizo la Asociación Deportiva Albardón..."; "...a los dos minutos la primera llegada de Instituto La Laja, una corrida por la derecha..."; "...a los 25 ya, nuevamente, el gol de Ernesto Luna, una jugada del chico Yacante...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo:* "...yo creo que ayer dio cuenta clara..."; "...yo creo que se equivoca la Asociación Deportiva...".
- *Referencia léxica de persona:* "...una jugada del chico Yacante..."; "...el chico Luna..."; "...al arquero Aguirre...".

Tiempo verbal:

- *Mundo narrado:* "...estaba jugando mucho mejor la gente de Instituto La Laja y le había ganado lo que es la mitad de la cancha a la Asociación Deportiva Albardón..."; "...el centro pasado había estado en goleador Instituto La Laja..."; "...una de las oportunidades que tuvo la gente de la Asociación Deportiva Albardón...".
- *Mundo comentado:* "...no se le puede dar tanta ventaja a dos jugadores tan rápidos como Yacante y..."; "...si hay que marcar, marca y si hay que tirar al piso también se tira...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "...una muy buena jugada ahí dentro del área de Instituto La Laja..."; "Ya, prácticamente, ya estaba decidido el partido..."; "...creo que no es conveniente eso, porque es un campeonato largo..."; "...yo creo que, por decir, que sobresale un poquito Roberto Volado...".

Formas de expresarse (nivel léxico): "...a los dos minutos la primera llegada de Instituto La Laja, una corrida por la derecha de esteee, de Roberto Volado y al centro apareció el chico José Yacante..."; "...le había ganado lo que es la mitad de la cancha a la Asociación Deportiva Albardón, una desdibujada la Asociación Deportiva Albardón..."; "...juntada por Núñez a la media distancia, pero sin complicarlo al arquero Aguirre y queee, le gustaba en esta tarde para la gente de Instituto La Laja...".

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* "...habría mejor la cancha, porque la esperaba a la Asociación Deportiva Albardón, yo creo que se equivoca la Asociación Deportiva Albardón..."; "...después a los 37 se va lesionado Núñez, al parecer por un tirón y entró Pasten...".

Pedro Olmos es otro locutor del programa El show del fútbol. Su forma de conducir es muy similar a la de Marcelo Martín, habla en un tono normal, tranquilo, comete los mismos errores de pronunciación y alargues de palabras. Su tarea es, igualmente, relatar y hacer el análisis del partido que le correspondió observar. Por lo tanto predomina su opinión y punto de vista en sus comentarios. Cuando habla no se dirige al público, sólo se dirige a Marcelo Martín. Al expresarse comete muchos errores y en ocasiones es difícil comprender lo que quiere comunicar.

Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pagoRicardo Aballay*Voz:*

- *Estado afectivo:* afecto, tranquilidad.
- *Volumen:* normal, moderadamente suave.
- *Tono:* grave.

- *Timbre*: resonante.
- *Velocidad*: normal, moderadamente lenta.
- *Ritmo*: regular.

Vocalizaciones: "...pa'..."; "...queeee..."; "...eeee...".

Entonación: Enunciativa. "Vamos a ir con la cueca homenaje a Santa Bárbara, como siempre estamos acostumbrados..."; "...saludando a toda la gente que ha desfilado hoy día, en ese desfile provincial..."; "...ahí estábamos escuchando "Las tonadas" en este jueves tonadero y el último tema era "Cuando se fué"...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo*: "Mis fieles oyentes..."; "...acompañándonos el hombre..."; "...la conducción de quien les habla..."; "Vamos a continuar..."; "...ahí lo veo...".
- *La persona ausente*: "...Así es, mucha gente, hay ciclistas de gran envergadura en este departamento que han surgido a través del nacional..."; "...Están invitados todos los ciclistas entonces, para el veinte de agosto del año en curso a las trece treinta horas en el velódromo del parque de Mayo...".
- *La inscripción del tu*: "...le deseamos lo mejor..."; "...Ricardo Aballay les dice estamos...".
- *Referencia léxica de persona*: "Mis fieles oyentes..."; "...el hombre..."; "...chango guaqueño..."; "Amigos..."; "...para el director..."; "...Doctor Albagle..."; "...todos los gauchos..."; "...Alfredo Cisterna Torres, caucetero..."; "...el Chinito Orellano...".

Tiempo verbal:

- *Mundo narrado*: "...en ese desfile provincial que ha habido en el departamento Albardón..."; "...ahí estábamos escuchando "Las tonadas" en este jueves tonadero...".
- *Mundo comentado*: "Este es el programa "Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago" y la conducción..."; "Vamos a continuar entonces con las tonadas en este jueves tonadero..."; "...vamos a dedicar para todos estos deportistas en ciclismo lo que viene en tonadas..."; "...el próximo domingo 27 estaremos todos los gauchos de la Difunta Teresa...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "Una jornada bien agitada en el día de hoy..."; "...hay ciclistas de gran envergadura en este departamento..."; "...me parece que hoy no termino el programa yo..."; "...da gusto escuchar letras nuevas...".

Formas de expresarse (nivel léxico): "...ahí estábamos escuchando las tonadas en este jueves tonadero..."; "...ahí estamos...entretenidos con el negrito de turno..."; "...el numerito de turno al 491 1951 pa' lo que guste mandar..."; "...vamos a ver si nos vamos a ir componiendo o los vamos a otro lado...".

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras*: "...un hombre que siempre le gusta el folklore y bueno, nosotros estamos ahí para..."; "...ellos saben entender toda esta cuestión y yo de caballos cualquier cosa, pero de ciclismo allá ellos...".

- *Citas (directas o indirectas):* "Distribuidora Montaña en calle Nacional, a pasitos de calle Arenales les ofrece la cerveza..."; "Parabrisas San Juan, teléfono 4914739 de Don Sergio Salas, Ruta 40 número 1054 Chimbaz..."; "...ahora tenemos una invitación de que "De nuestra mayor consideración, los que suscriben los integrantes de la Sub comisión de ciclismo..."

Ricardo Aballay es el único locutor que se destaca y se diferencia de los demás. Debido a que su programa se emite en bloque nocturno y a su particular personalidad, su forma de conducir es tranquila y habla suavemente. De vez en cuando se apoya en alguna muletilla o estira las palabras, pero no lo hace tan continuamente como sus compañeros, también observamos que no comete tantos errores y algunos de los errores que comete son deliberados, para darle personalidad a su personaje. Se lo percibe confiado en lo que hace y con una buena preparación en el tema (aunque en realidad no posee estudios en radiofonía o ninguna área relacionada), esto se transmite en su manera de hablar y de expresarse. Ricardo Aballay es el único conductor del programa. A pesar de esto, al referirse a sí mismo lo hace de manera inclusiva en primera persona del plural, probablemente por ser más respetuoso y formal en su manera de dirigirse. Esta formalidad también se hace presente cuando se dirige al público. Utiliza muchas marcas de relación al dirigirse a otras personas, "Mis fieles oyentes..."; "...chango guaquiteño..."; "...para el director..."; "...Doctor Albagle..."; "...todos los gauchos..."; "...el Chinito Orellano...". Esto puede ser, una vez más, por respeto y porque él es gaucho y se percibe orgulloso de serlo (y considera que los demás se sienten orgullosos con su posición y status) por lo que le gusta que se refieran a él como el "gaucho Aballay" o, también, lo puede hacer simplemente por costumbre.

Su forma de hablar es muy particular y, como afirmamos antes, comete algunos errores al expresarse, pero lo hace de manera deliberada. Cuando conduce interpreta el papel de gaucho, por lo que habla y se expresa como tal. Siempre da su opinión sobre la música que transmite o sobre los temas que se le van ocurriendo sobre la marcha desde su perspectiva de gaucho. Inclusive cuando lee los auspicios o invitaciones a eventos que dejan en la radio lo hace encarnando este personaje.

Móvil, entrevistas

Rodolfo Saúl Figueroa

Voz:

- *Estado afectivo:* jovialidad, alegría.
- *Volumen:* moderadamente alto.
- *Tono:* normal.
- *Timbre:* moderadamente brillante.
- *Velocidad:* moderadamente rápida.
- *Ritmo:* mayormente regular, irregular en algunos momentos.

Vocalizaciones: "...laaa..."; "...eee..."; "...aaa..." "...asiqueeee..."; "...Ministrooo..."; "...see..."; "...mirá, miram, miráme..."; "...ay ay ay...".

Entonación: interrogativa, exclamativa, afirmativa. "... Don Juan Carlos más que contentos!! Más que emocionados!! Superó todas las expectativas!..."; "...continúa el plan de construcción de viviendas en nuestro departamento de Albardón, eeee, coméntenos esto..."; "...¿se está haciendo todo lo posible para que se

normalicen las clases en San Juan desde el gobierno?...”; "...Robertito Escudero!! Bueno, y David Paredes lo vemos acá!...”; "Hoy es jueves día de sesiones, qué podemos extraer de esta reunión..."; "...es una tarde PRIMAVERAL la que tenemos...".

Inscripción de la persona:

- *La inscripción del yo:* "...cuando veníamos para acá..."; "...seguramente lo vamos a ver desfilar..."; "...los dos teníamos que...".
- *La inscripción del tú:* "...para llevarle a toda la audiencia...".
- *Referencia léxica de persona:* "El ministro de Gobierno..."; "...hablando de gauchos también lo vemos ahí a Luisito Paredes..."; "...al General Don José de San Martín..."; "...Doctor Daniel Tomas, jefe de la bancada justicialista..."; "Adelante don Juanca..."; "...Robertito Escudero..."; "...el señor Gobernador Ingeniero José Luis Gioja...".

Tiempo verbal:

- *Mundo narrado:* "...esta mañana cuando nos levantamos y veíamos nublado, el cielo nublado y con mucho frío decíamos, qué lástima, qué lástima si nos llegaba a tocar esto en la tarde..."; "...entonces pasaba por Santa Bárbara el Ministro de Gobierno del gabinete del Ingeniero José Luis Gioja...".
- *Mundo comentado:* "...estamos acá con nuestro puesto de transmisión junto a Luis Antonio, junto a Marcelo Martín..."; "Vamos a seguir esperando y, por supuesto, vamos a ir matizando con algunas notas periodísticas..."; "Nosotros seguimos desde acá, por supuesto, al ladito del palco oficial llevándole todo lo que está ocurriendo...".

Valoración de los acontecimientos (modalización): "Ya tenemos las cinco menos diez! Por Dios! Casi una hora de retraso tenemos eeee, en el comienzo de este desfile Cívico Militar..."; "Bueno hay de todo y para todos, como en la Viña del Señor, como dice el dicho..."; "...eso ya es por lo menos, es un indicio, es una esperanza, es una lucecita de que esto está por comenzar...".

Formas de expresarse (nivel léxico): "...el vientito esta fresco, esta fresco, esta fresco el viento, peroooo en la sombra ya se siente un poco eeee la fresca eee? lo fresco de la tarde ya..."; "...David mirá, miram, miráme el cable, miráme el cable, a ver...ahí esta entonceeeees Donnenn.... José Luis Gioja. Vamos a ver si lo...vamos he?..."; "...pero!!! He!!! Bienvenido!! Don Quico Fernández, un vecino del departamento Angaco! Un amigo, como le va Don Víctor?...".

Heteroglosia (sujeto y evocación del discurso ajeno):

- *Autor de sus propias palabras:* "...esperamos queee, esperando que hayan disfrutado de esta transmisión. Algunos errores hemos tenido, sepan disculpar, nos reencontramos..."; "...está previsto, pero usted ha visto que los horarios en San Juan y en la República Argentina, todavía es una asignatura pendiente, todavía es un mal endémico...".

Este locutor no conduce ninguno de los programas que seleccionamos para analizar. Su participación en los mismos es cuando realiza entrevistas o está en algún evento en representación de la radio. Su forma de hablar es rápida, exaltada, con un volumen alto, propia de la tarea que realiza al estar en exteriores con mucha gente, ruido y con excitación por los eventos que presencia. Debido a su tarea, debe improvisar prácticamente en todas sus emisiones, esto ayuda a que cometa muchos errores y a que se quede en silencio o alargando las palabras hasta que encuentra lo que quiere comunicar. Se expresa de manera desordenada, a veces no se comprende lo que quiere decir, corta las palabras, deja oraciones sin terminar e interrumpe lo que está diciendo para agregar otra cosa. Esto ocurre, no sólo debido a su poca preparación en el tema, también es así a causa de la instantaneidad de los hechos que presencia.

Este locutor también se dirige a sí mismo de manera inclusiva y, en general, se dirige a los demás de manera formal y respetuosa. También hace un gran uso de diminutivos, sobrenombres, honoríficos cuando se dirige a otras personas. Puesto que hace entrevistas y realiza los comentarios de diversos eventos, siempre dialoga con figuras públicas, del gobierno, etc. a las cuales se dirige siempre afirmando su posición y recalando su status.

Al realizar las transmisiones en vivo de los eventos utiliza mucho el tiempo presente para relatar y comentar lo que está sucediendo. Esta es también una manera de incluir a los oyentes en lo que está sucediendo y hacerles sentir que son parte de los acontecimientos. Asimismo hace muchos comentarios y opina sobre los eventos, algunas veces para llenar el espacio, otras veces para hacer más ameno lo que describe.

- MENSAJES O LENGUAJES PRESENTES EN LOS PROGRAMAS. AMBIENTACION.

El show del Súpercomunicando

Palabra

Música: función gramatical, de puntuación, objetiva y de fondo (acompañamiento musical a la voz).

Sonidos y ruidos (FX): no se utilizan.

Silencios: objetivos, como pausa y como error.

Ambientación: objetiva.

Los lenguajes que se utilizan en el programa son la palabra, la música, los sonidos y los silencios. Sabemos que la combinación de estos lenguajes puede dar como resultado infinitas combinaciones y despertar la imaginación de muchas maneras. En este programa el uso que se hace de estos lenguajes es el básico y necesario para realizar una emisión radiofónica. Las palabras son para narrar, comentar e informar; la música cumple una función de puntuación (para pasar de un bloque a otro, cuando se desea cambiar de tema, como breve pausa), es objetiva, es la canción por sí misma, sin ser creadora de ambientes y acompaña la voz de fondo; los sonidos y ruidos presentes son prácticamente nulos, los que se pueden escuchar suelen ser un error, una interferencia o sonidos de la calle, al igual que los silencios que sólo se utilizan como pausas o por error del programador. Por supuesto, la ambientación del programa es objetiva, no se agregan efectos de sonido, música, etc. que lo transporten al oyente a otros mundos, lo que se escucha es lo que realmente está sucediendo en el estudio. Como afirmamos anteriormente esto se puede percibir como un desaprovechamiento de los elementos expresivos de la radio. La falta de preparación, la improvisación, los pocos recursos con los que cuentan dan como resultado un programa poco innovador en este aspecto. Es probable también que no les interese progresar en este ámbito y que no sea lo que quieren lograr con el programa; informar y pasar la música que pide la gente pueden ser sus objetivos.

Pudimos observar que la gente tiene opiniones al respecto, que le gustaría que incluyan más cosas, que renueven el programa, pero carecen de iniciativa para comunicarle a la radio lo que les gustaría que cambien o agreguen. Muchas veces las personas no se sienten con la autoridad para opinar al respecto y se quedan con su opinión, pero es probable, que si encontraran un espacio donde se sientan cómodos para expresarse al respecto, les podrían transmitir sus ideas a los locutores.

Vibraciones musicales – El how de la tarde

Palabra

Música: función gramatical, objetiva y de fondo (acompañamiento musical a la voz).

Sonidos y ruidos (FX): sonidos de calle donde se realizan las entrevistas, FX no se utilizan.

Silencios: objetivos, como pausa y como error.

Ambientación: objetiva.

Con estos programas sucede lo mismo que con El show del Súpercomunicando, la creatividad en el uso de los elementos es escasa y no se varía mucho en el uso de los mismos. La mayor parte de programa se realiza en el estudio de grabación. El único componente que se agrega son entrevistas que se realizan en exteriores, por lo que se escuchan sonidos de autos, de gente y todo lo que puede suceder en la vía pública. Siendo programas de entretenimiento y estando en el bloque horario de la tarde, se podrían agregar más elementos expresivos y desestructurar más libremente, llevando a los oyentes a vivir otras experiencias y liberar su imaginación. Pero como dijimos antes, es probable que no posean los recursos, el deseo, ni la preparación necesaria para innovar y agregar nuevas ideas al programa.

El show del fútbol

Palabra

Música: (prácticamente no se utiliza) función gramatical, objetiva y de fondo.

Sonidos y ruidos (FX): no se utilizan.

Silencios: objetivos, como pausa y como error.

Ambientación: objetiva.

En este programa el uso de los elementos es más escaso aun. Predomina el uso de la palabra y la música, ruidos o efectos son prácticamente inexistentes. No utilizan música ni siquiera como fondo de las palabras. A diferencia de los programas anteriores, la ausencia de elementos se hace más evidente aún y el programa se torna largo y tedioso, sobre todo para quien no está muy involucrado con el deporte. Este es otro programa que no necesita demasiada estructuración en sus emisiones, donde es posible agregar todo tipo de elementos que ilustren los comentarios que se realizan sobre los partidos y donde, al ser un programa deportivo, el dinamismo es muy importante. Pero, nuevamente, se observa un pobre uso expresivo del espacio y una falta de preparación y dedicación en este aspecto.

Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago

Palabra

Música: subjetiva y de fondo (acompañamiento musical a la voz).

Sonidos y ruidos (FX): no se utilizan.

Silencios: objetivos, como pausa y como error.

Ambientación: objetiva.

En este programa existe también esta pobre utilización de los elementos, pero a diferencia de todos los programas de la emisora, acá ayudan a crear el clima buscado por el conductor. Es realmente el único programa donde se aprecia una continuidad y una unidad de principio a fin. Al estar en el bloque horario nocturno, la ausencia de sonidos y el clima tranquilo no se aprecian como falta de creatividad, sino como creadores de un ambiente especial y más íntimo. El programa es entretenido y no es tedioso para el oyente. Al personificarse como gaucho, el uso que hace de las palabras el locutor es único y creativo. Y, al contrario del resto, se percibe una intención en todos los elementos que utilizan o dejan de utilizar.

• RELACION ENTRE LOS LOCUTORES

Locutores: Luis Flores, Rosa Pérez.

Tomas de palabra:

- *Origen de las tomas de palabra:*
Autoselección: "LF: Bueno hay un pequeño que, este, le regaló una mascota muy querida... RP (interrumpiendo): Y si... los más chiquitos son los que más los extrañan..."; "Un sujeto de 31 años recibió un balazo en la zona de la pantorrilla en Chimbas...".
Heteroselección: "LF: Bueno reiteramos el teléfono entonces... RP: 4911533 para cualquier información que tengan de este cachorro Manto Negro..."; "LF: ¿Conoce alguno usted Rosita? RP: Si, si... por ahí un apellido... me encontré por ahí con el señor, poco cómico...".
- *Modos de transición (pausa, solapamiento, interrupción):* la mayoría de las veces se realiza con una pausa, en pocas ocasiones se observa una interrupción o un solapamiento.

Papeles comunicativos:

- *Aserción:* "LF: No se haga problema que escucha siempre a la Radio la familia Jolica. RP: Así es, así que ya van a pasar a buscar los documentos por la radio."
- *Pregunta:* "LF: ...seguimos transitando esta linda jornada a través de la radio y tenemos saludos no? RP: Si, hay saludos en la mañana que ya vamos a estar complaciendo...".
- *Validación (acuerdo, desacuerdo):* "RP: El homenaje es para San Martín y en homenaje a ese gaucho, un criollo gaucho eee, desfilemos todos, mmm? Lo importante es estar, no a veces aparecer o aparentar, sino estar. LF: Claro, bueno, eeee... es como si hay una fiesta en tu casa, he? Y alguien viene y con mala onda a arruinarte la fiesta. No, no me gustan esas cosas. RP: Claro, hay que tratar de que salga todo en paz, todo bien lindo y participar todos...".
- *Demanda de validación:* "LF: Así que no le voy a dar lectura a esta carta, no me interesa, ni a la audiencia tampoco le interesa, he? ¿Es así o no es así Rosita? RP: Yo creo que en éste tipo de actos como el que vamos a ver hoy, de alguien que tuvo la valentía y el honor...".
- *Respuesta:* "LF: Rosita muy buenos días. RP: Muy buenos días para usted, para toda la audiencia...".

Persona, formas de dirigirse: "Ya le vamos a hacer recordar a Rosita..."; "¿Conoce alguno usted Rosita?"; "...ya vamos a estar complaciendo..."; "Muy buenos días para usted...".

La relación entre estos dos locutores es de confianza, pero a la vez, muy formal, siempre se dirigen, el uno al otro, muy educadamente. Se percibe una diferencia de jerarquía entre ellos, Luis Flores es quien dirige, da la palabra y opina con mayor libertad durante el programa. Esto es así probablemente, porque él es el director y dueño de la emisora y, quizás, también sea una cuestión de machismo. A pesar de estar muy cerca de la capital de la provincia, Albardón sigue siendo una

sociedad bastante conservadora. La locutora (Rosa Pérez) generalmente no toma la palabra si el locutor no le da lugar para hablar mediante una pausa, una pregunta o una señal. Los solapamientos son muy pocos, casi no ocurren. A pesar de ser un programa con poca preparación, en este aspecto, transcurre muy ordenadamente. Al ser Luis quien maneja los turnos dentro del programa la locutora sólo se limita a responder sus preguntas, a asentir y a apoyar la opinión del locutor. Aunque es el locutor quien lleva el mando durante el programa, es Rosa quien hace la mayoría de los comunicados y relata la información. La emisora no cuenta con personal para cada área y el locutor, además de ser parte del programa, es quien está en los controles efectuando los cortes, poniendo la música y pasando los comerciales. Por esto, mientras está haciendo estas tareas no realiza comentarios al micrófono.

Locutores: Luis Flores, Marcelo Martín.

Tomas de palabra:

- *Origen de las tomas de palabra:*
Heteroselección: “**LF:** Cómo le va Marcelo, muy buenos días.
MM: Muy buenos días Luis, buen día para todos...”; “**LF:** Muy bien, Marcelo Martín nos da más información deportiva aquí en el Súpercomunicando. **MM:** Bueno en la mañana de hoy llegó Ricardo...”.
- *Modos de transición (pausa, solapamiento, interrupción):* la mayoría de las transiciones se realizan a través de una pausa, se observan algunos solapamientos o interrupciones, pero no es lo que predomina.

Papeles comunicativos:

- *Aserción:* “**LF:** Les va a ir bien, no? Si sigue jugando así... **MM:** No, si, si... ha demostrado buen nivel...”.
- *Pregunta:* “**LF:** Hay, hay, hay eeee de San Lorenzo no recuerda nada, no? **MM:** Y San Lorenzo fué el primer bicampeón en el año 1972...”.
- *Validación (acuerdo, desacuerdo):* “**MM:** ...así que la oportunidad para que puedan ir a ver el partido, no? **LF:** Claro, el lunes feriado Nacional...”.
- *Demanda de validación:* “**LF:** Les va a ir bien, no? Si sigue jugando así... **MM:** No, si, si... ha demostrado buen nivel, por algo...”.
- *Respuesta:* “**LF:** Cómo le va Marcelo, muy buenos días. **MM:** Muy buenos días Luis, buen día para todos...”.

Persona, formas de dirigirse: “...Cómo le va Marcelo...”; “...el gusto de saludarlo así...”; “...ya llegó el señor Marcelo Martín...”; “...no se acuerda usted del título del...”.

Entre estos dos locutores también se observa un trato formal y respetuoso. Luis Flores es siempre quien da la palabra y Marcelo Martín espera a que le dé el turno, nunca interrumpe o comienza a hablar sin que se le dé el espacio para hacerlo. Esto es posible que suceda por el mismo motivo que mencionamos antes, Luis no sólo es el conductor del programa, sino que además, es el jefe. Entre estos dos locutores se observa un poco más de interacción y diálogo sobre los temas, aunque siempre manteniendo el orden. Marcelo Martín además de informar sobre el deporte incluye sus comentarios y opiniones al respecto.

Locutores: Juan Carlos Casibas, Cristina González.

Tomas de palabra:

- *Origen de las tomas de palabra:*
Autoselección: “**JCC:** Continuamos en la radio estamos disfrutando las vibraciones musicales a través...”; “**JCC:** Aquí esta la música que estamos compartiendo a esta hora de la tarde...”.
Heteroselección: “**JCC:** Quería comentar el programa de actividades que tiene La Cañada con respecto a su Santo Patrono San Roque, Cristina González. **CG:** Si, Juan Carlos, esteee se están llevando a cabo...”; “**CG:** Así es, un saludo grande a la gente que está en la organización y que lleva a cabo toda esta semana de novenas, no? **JCC:** Exacto, un saludo muy especial y que todos los éxitos...”; “**JCC:** Bueno, trayecto a la plaza Arenales Villa Alsina familia Carrizo, cualquier novedad coméntenos o llámenos. Cristina. **CG:** Este sábado 19 de agosto gran Bingo a organizarse...”.
- *Modos de transición (pausa, solapamiento, interrupción):* prácticamente todas las transiciones son a través de pausa.

Papeles comunicativos:

- *Aserción:* “**JCC:** Falta poco ya paraaa Santa Rosa, no? Quince días, a veces llega justo el temporal y a veces se demora o se adelanta depende. **CG:** Si todo depende...”.
- *Pregunta:* “**JCC:** ¿Tiene el temporal usted? ¿Cristina? No creo, no? ¿Hay Santa Cristina? **CG:** Si, si una mártir, si quiere mañana le hablo de mi Santo...”.
- *Validación (acuerdo, desacuerdo):* “**CG:** Por suerte tenemos unos días lindos... **JCC:** Están agradables los días... **CG:** ...Uno puede participar. **JCC:** Cálidos, a pesar del frío que hemos tenido hoy en la mañana...”.
- *Respuesta:* “**JCC:**...para la gente mayor estoy hablando, no? **CG:** Si, claro. Este médico manifiesta que realizar estos ejercicios...”.

Persona, formas de dirigirse: “...¿qué tiene para comentarnos?...”; “...después que comentarios tenemos Cristina...”; “...Cristina será hasta mañana que tenga una noche excelente...”.

Entre estos locutores se observa mayor igualdad de poder, ambos articulan y dan la palabra, pero siempre, por supuesto, muy cortésmente. Uno y otro hacen preguntas, validan la opinión del otro y hacen los comentarios. De todos modos, aunque se observa mayor igualdad entre los locutores, es Juan Carlos Casibas quien dirige el programa y realiza la mayor parte de la locución.

Locutores: Juan Carlos Casibas, Rodolfo Figueroa.

Tomas de palabra:

- *Origen de las tomas de palabra:*
Autoselección: “**JCC:** Bueno, se ha extraviado un cachorro Manto Negro de tres meses...”; “**RF (interrumpe):** Eeee, Juan Carlos? **JCC:** Si?”.
Heteroselección: “**RSF:** ...Con suerte, media hora más estamos arrancando el desfile Cívico Militar en homenaje al General Don José de San Martín. Adelante don Juanca. **JCC:** Muchas gracias. El centro de Jubilados Unión Esperanza...”; “**JCC:** Si, adelante Rodolfo Saúl Figueroa lo estamos escuchando. **RSF:** Bueno dentro de los funcionarios y figuras políticas...”.
- *Modos de transición (pausa, solapamiento, interrupción):* se realizan por pausa y varias veces por interrupción.

Papeles comunicativos:

- *Aserción:* “**JCC:** Y seguramente lo va a ver desfilando al gaucho Aballay. **RSF:** Seguramente, seguramente lo vamos a ver desfilando al gaucho Aballay...”
- *Pregunta:* “**JCC:** Bueno, Pablo Torre Vilas, le parece? **RSF:** Me parece excelente Juan Carlos!”
- *Validación (acuerdo, desacuerdo):* “**JCC:** Que lindo, que lindo colorido tiene la plaza, no? **RSF:** Unos coloridos espectaculares Juan Carlos...”
- *Demanda de validación:* “**JCC:** Mucha movilización... **RSF:** Mucha movilización Juanca...”; “**JCC:** Con el abrigo en la mano seguramente. **RSF:** Con el abrigo en la mano esperando porque no se...”
- *Respuesta:* “**JCC:** Si, si perfecto, sin ningún tipo de inconvenientes. ¿A que hora está previsto el arribo del señor Gobernador Rodolfo, tiene conocimiento de éste tema? **RF:** Mire, está previsto, pero usted ha visto que los horarios en San Juan...”

Persona, formas de dirigirse: “...usted ha visto que los horarios...”; “...dígame que no hay cena...”; “...las cuatro de la tarde Juanca...”; “...me sacó la palabra de la boca...”

Una vez más se observa, entre estos locutores, esa forma de dirigirse el uno al otro con respeto, pero con confianza al mismo tiempo. En este caso se percibe más amistad entre los locutores y la relación se aprecia de igual a igual, aparecen diminutivos como “Juanca”, “Ruqui”, alusiones y comentarios referidos a actividades de la vida personal de ambos, etc. También predominan las interrupciones y se observa un poco de desorden. Esto sucede porque Rodolfo Figueroa es el encargado de realizar las entrevistas y transmisiones especiales y no se encuentra en el estudio junto a Juan Carlos. De esta manera, cuando lo cree necesario interrumpe y hace algún comentario sobre lo que está sucediendo en el lugar en el que se encuentra. Aquí también son ambos quienes dan la palabra, hacen comentarios, preguntan y responden y validan lo que dice su compañero. En ningún caso se observa desacuerdo respecto a una opinión, no solamente entre estos dos locutores, sino entre los demás también. Si hay diferencia sobre algún tema directamente no se comenta al aire. Más allá de que seguramente estén de acuerdo con las diferentes opiniones, es posible que no generen desacuerdo por educación y por respetar la imagen de la otra persona.

Locutores: Marcelo Martín, Martín Esquivel.

Tomas de palabra:

- *Origen de las tomas de palabra:*
Autoselección: “**ME:**...con la catorce Renzo Gómez, con la quince Marcelo Alfaro y con la dieciséis Renato Molina. **MM:** Bueno, muy bien, qué tenemos para contar de este partido...”
Heteroselección: “**MM:** Ya está con nosotros el señor Martín Esquivel, cómo te va Martín, muy buenas tardes, gusto en saludarte. **ME:** Muy buenas tardes Marcelo, muy buenas tardes para toda la audiencia...”; “**MM:**...Decíamos recién en cuarta división, recordáenos el resultado. **ME:** En cuarta división Marcelo el resultado fue tres a cero...”
- *Modos de transición (pausa, solapamiento, interrupción):* se observan pausas, solapamientos e interrupciones, pero predominan las pausas.

Papeles comunicativos:

- *Aserción:* “**MM:** Bueno, o sea que ahí le dan entonces en esa jugada. **ME:** Exactamente, veíamos en Villa Ibáñez que salió un equipo...”

- *Pregunta:* “**MM:** ¿Se puede decir que fué un partido parejo? ¿O alguno sacaba ventaja? **ME:** Un partido muy parejo sobre todo en la zona del medio campo...”.
- *Validación (acuerdo, desacuerdo):* “**MM:** Si todavía no encuentraaaa la gente de El Rincón un medio campista (...) pero al parecer está muy difícil encontrarse este jugador. **ME:** Exactamente...”.
- *Demanda de validación:* “**MM:** Buena cuarta tiene el Villa Ibáñez no? **ME:** Exactamente, son muchos jugadores que militaron el año pasado...”.
- *Respuesta:* “**MM:** Yo lo vi contra San Miguel, que también le ganó, y buena producción. Eeee, para tener en cuenta la cuarta de Villa Ibáñez. Bien, y en primera división, que me cuenta? **ME:** Bueno en primera división le cuento Marcelo que el Deportivo El Rincón...”.

Persona, formas de dirigirse: “...recordemos que en la primera fecha...”; “...qué tenemos para contar de este partido...”; “...cuandooo, hacíamos la recorrida vos me decías...”.

La relación entre ambos locutores también es de respeto y cordialidad. El que dirige la conversación es el profesor Marcelo Martín. El hace las pausas, las preguntas, da la palabra y demanda validación. La diferencia en este caso radica en que el locutor Marcelo Martín no trata a su co-locutor de “usted” como lo hace el resto de los locutores, o el mismo Martín Esquivel con él, sino que lo “tutea”, dejando más en claro aún, que él es quien posee mayor status. Esto ocurre porque Marcelo Martín, además de ser el conductor principal del programa deportivo, es profesor y mucho mayor que Martín Esquivel, lo que le da la autoridad necesaria para sentirse en confianza de dirigirse más informalmente a su compañero. Las interrupciones que se observan son mínimas y siempre es Marcelo quien las realiza, Martín siempre espera una pausa o una pregunta para tomar la palabra.

Locutores: Marcelo Martín, Pedro Olmos.

Tomas de palabra:

- *Origen de las tomas de palabra:*
Autoselección: “**PO:** Si, a los dos minutos la primera llegada de Instituto La Laja, una corrida por la derecha de esteee, de Roberto Volado y al centro apareció el chico José Yacante y... **MM:** Y ya después, el gol no era de extrañar no?”.
Heteroselección: “**MM:** ...¿porqué Instituto le ganó a la Asociación Deportiva Albardón? **PO:** Si bien es cierto que el primer partido que jugó la gente...”.
- *Modos de transición (pausa, solapamiento, interrupción):* predomina la transición a través de pausas, pero se ven algunas interrupciones también.

Papeles comunicativos:

- *Aserción:* “**MM:** Después ¿qué pasa con la Asociación Deportiva Albardón? Entró en la desesperación porque lo expulsaron a Alejandro Martín, no? **PO:** Siii, a los 16 minutos ya la primera tarjeta roja de Iván Páez...”.
- *Pregunta:* “**MM:** Mientras tanto, ¿qué pasaba con la Asociación Deportiva Albardón, alguna llegada por ahí? **PO:** Si, poco y nada, muchos tiros libres y juntada por Núñez...”.
- *Validación (acuerdo, desacuerdo):* “**MM:** Ahí, el conocimiento del fútbol, no? para manejar ese campo de juego... **PO:** Si, estuvimos charlando con él en el camarín y me dijo que se siente muy bien...”.
- *Demanda de validación:* “**MM:** De manera que también en un estado lento Yacante y Luna, no? **PO:** Si, yo creo que, por decir, que sobresale un poquito Roberto Volado...”.

- *Respuesta:* “**MM:** ¿En cuarta división? **PO:** Empató uno a uno Instituto La Laja con la Asociación Deportiva Albardón...”.

Persona, formas de dirigirse: “Yo me acuerdo que vos decías dos a cero ventaja...”; “...justamente cuando vos decías...”.

En este caso ocurre prácticamente lo mismo que en el caso anterior. Marcelo Martín es quien dirige toda la conversación y da la palabra. También reafirma su status con este locutor dirigiéndose de forma más informal e interrumpiendo la conversación cuando desea hacer algún comentario.

• TENDENCIA DE LA RADIO

Como medio de difusión: la radio transmite mensajes con un objetivo definido, de Emisor a receptor.

- *Funcionalista:* vehiculiza contenidos para lograr cambios (vender, movilizar a la gente, avisar para que asistan a algún evento, etc.).

Como práctica signifiante: Emisor y Receptor son partes activas del proceso (dejan saludos, mensajes, hacen pedidos, comunicados, etc.).

En relación a la inclinación de la radio se observa que es una combinación de las dos tendencias dentro de las cuales se la puede enmarcar. Primeramente es un medio de difusión, esta es su función primordial, sus mensajes son emitidos por los emisores de los programas hacia un público. Afirmamos que la radio es funcionalista ya que comunica para lograr cambios, pequeños y locales, pero cambios al fin. Intentan que la gente del departamento se sume a los eventos que comunican, o que se enteren de alguna noticia o algún comunicado, hacen publicidad de los comercios con el fin de que puedan vender más, etc. Santa Bárbara no funciona como un medio de imposición y no se la utiliza como un medio de dominación. No se observa una doble intencionalidad en sus enunciados, la intención del mensaje se agota en el instante mismo de su recepción. Aunque, como afirmamos previamente, se pueda pensar que apoya al gobierno local, no ejerce una presión directa sobre la gente. Es probable que persiguiendo sus fines comerciales, la radio no sea plenamente consciente de lo que hace, pero existe una posibilidad de que sí lo sea y en caso de ser necesaria una coacción del gobierno hacia la gente, sea esta radio el medio que utilicen. Pero en este momento de su historia y bajo las circunstancias que funciona en este tiempo es correcto afirmar que su tendencia es más funcionalista que de dominación. En segundo lugar la consideramos como parte de la sociedad y se puede afirmar que los receptores son parte importante de la radio, ellos son quienes, de alguna manera, moldean los contenidos de los programas y generan gran parte de la información que transmite Santa Bárbara. Esta radio es parte activa de la sociedad en la que se encuentra y forma parte del día a día de sus oyentes. Genera el espacio para comunicados solidarios y transmite todos los pedidos y avisos de sus oyentes, aunque no de manera directa, debido a que no permite el uso directo del micrófono. Sin embargo, pese a esto, es una de las pocas maneras que posee la gente de hacerle llegar su comunicado a la mayor cantidad de personas dentro del departamento.

• PUBLICIDAD

Tipo de publicidades: cuñas de venta directa (se limitan a describir los productos o servicios), publicidades de la Municipalidad de Albardón u otros entes municipales.

Duración: de 30'' a 1' ó más.

Transmisión: grabada previamente por los mismos locutores de los programas.

Repeticiones: tantas como deseen las personas que publicitan o el locutor.

La publicidad que realizan en Santa Bárbara es completamente distinta a la que se acostumbra en radios emplazadas en la ciudad. Los anuncios carecen de originalidad, no surgen de un proceso creativo y mucho menos son generados por agencias de publicidad. Los realizan en la misma radio, los locutores los graban previamente y los transmiten luego en cada programa. Los avisos se limitan a describir los productos o servicios de los distintos comercios y comentan en detalle las ofertas y novedades que poseen. Generalmente tienen una duración de 30'' a 1' y, a veces, hasta más extensos. El otro tipo de anuncios que hay son los que realiza la municipalidad de Albardón y el Gobierno de San Juan. Estos anuncios presentan una mayor sofisticación que los anteriores. No existe una planificación publicitaria, la publicidad se cobra según el cliente, no según la duración del comercial y se transmite tantas veces deseen, tanto el interesado como el operador. En las radios de ciudad sucede todo lo contrario, se cobra por segundo y por cantidad de salidas, lo que hace que las publicidades duren 30'' o menos y salgan un limitado número de veces al aire, además de que se buscan maneras originales y creativas de llamar la atención de los oyentes y comunicar los productos y servicios. A los lugareños de Albardón probablemente no les interesa tanto la creatividad de las tandas y prefieren enterarse de las ofertas del día o que ya llegó un producto que estaban esperando. Además, generalmente sucede, que en este tipo de pueblos, donde el contacto con los avances y los medios de comunicación es menor, los gustos en estas áreas son más simples, o están más arraigados a lo que ya conocen.

Los comercios que publicitan en Santa Bárbara son pequeños, van desde farmacias hasta quinielas, por lo tanto un sistema de publicidad como el de la ciudad es imposible de llevar a cabo y nadie podría pautar en la radio. Muchas veces el director de la radio no les cobra a los comercios para ayudarlos a que salgan a delante. Este tipo de fenómenos es más probable que se dé en pueblos pequeños donde todos se conocen y hay otros valores de por medio. Todos son amigos, vecinos, parientes, conocidos y hay más compromiso entre la gente, por lo tanto este tipo de favores y concesiones es común.

Segundo momento: recepción.

En este segundo momento se realizará el análisis de las respuestas obtenidas en las entrevistas efectuadas a los habitantes del departamento Albardón.

- **INFORMACION PERSONAL DE LOS ENTREVISTADOS**

- Edad

La mayoría de las personas entrevistadas tiene una edad que ronda entre los 55 años y los 75 años. Se realizaron entrevistas a personas más jóvenes (entre 28 años y 40 años), pero son un número pequeño en comparación a las personas mayores.

El alto número de personas mayores se debe a que, en general, las personas más jóvenes no se encuentran en sus casas durante el día, la mayoría trabaja en las fincas y viñedos de la zona o en la capital, salen muy temprano a trabajar en la mañana y regresan por la noche cuando terminan todas las actividades. También observamos que los jóvenes no son habituales oyentes de la radio y tienen una mayor preferencia por la televisión. Las personas adultas, por costumbre, renuncian a los cambios, por no sentirse familiarizados con nuevas tecnologías, etc. prefieren la radio como compañía durante el día mientras hacen las tareas del hogar.

- Nivel socio económico

Nivel Marginal: 1 persona

Nivel Bajo inferior: 8 personas

Nivel Bajo superior: 5 personas

Nivel Medio típico: 5 personas

Nivel Medio alto: 1 persona

La mayoría de los oyentes de la radio posee un nivel socio económico bajo. Santa Bárbara es una radio popular y en general está dirigida a este sector de la población. Sumado a esto, Albardón es un pueblo pequeño cuya actividad principal es la agricultura. Gran parte de la superficie de la localidad son plantaciones, viñedos y fincas y sus dueños no son los habitantes de la zona, la mayoría vive en la ciudad capital. Por lo tanto, un gran porcentaje de los habitantes del departamento son peones y trabajadores en estas plantaciones y fincas con un ingreso mínimo, en negro y sin obra social. Aunque, en general, hay más de una persona con ingreso económico en las familias, estas son tan grandes que, de todas formas, no es suficiente para cubrir sus necesidades. Prácticamente todos las familias poseen su propia casa, pero un alto porcentaje de estos hogares (58%) no cumple con los requisitos mínimos de calidad en materiales, desagüe, servicio de cloacas, etc. lo que les ocasiona problemas continuamente, además de las dificultades que deben sortear día a día.

- Composición familiar

La mayoría de las personas (nueve de las veinte entrevistadas) vive con marido/esposa, hijos/as, nietos/as, nuera/yerno en una misma casa. Otra gran cantidad de personas tiene su propia familia y viven sólo con ellos, y el resto de las personas vive sola o en pareja.

Muchas familias viven hacinadas bajo un mismo techo, observamos que es común que vivan los padres con sus hijos/as, las esposas/maridos, nietos/as, etc. Los motivos de esto son múltiples y variados, no tienen el dinero suficiente para comprar otra casa, por costumbre, para cuidar a los mayores o para que los mayores cuiden sus nietos mientras los padres trabajan, por compañía, etc. Pero, como medida para solucionar esto, pudimos observar que la mayoría de las obras que realiza el intendente son casas y barrios para, en teoría, remediar este tipo de problemas.

- Estudios alcanzados

Ningún estudio: 3 personas.

Primaria completa: 3 personas.

Primaria incompleta: 1 persona.

Secundaria incompleta: 4 personas.

Secundaria completa: 5 personas.

Universitario completo: 1 persona.

Universitario incompleto: 2 personas.

Como se puede observar un gran número de entrevistados posee la primaria o secundaria incompleta. En muchos casos donde el nivel socio económico es bajo, los padres no envían a sus hijos a la escuela para que trabajen y los ayuden a mantener la familia. Es común la concepción, en estas clases sociales, de que es mejor tener más y más hijos para que ellos también trabajen y aumenten los ingresos de la familia y no tienen en cuenta que a más hijos más gastos tendrán. No les interesa que vayan a la escuela ya que las preocupaciones son otras y más urgentes, necesitan soluciones a corto plazo y no miden las consecuencias a largo plazo que esto tiene para ellos y para sus descendientes.

- Ocupación

Los hombres poseen ocupaciones como remiseros, verduleros, comerciantes, operarios, zapateros, empleados de gobierno, trabajan en las plantaciones de parrales y algunos son desocupados o jubilados.

Las mujeres son en su gran mayoría amas de casa o jubiladas, algunas atienden despensas o kioscos y sólo una mujer es profesional (Contadora Pública).

La variedad de trabajos que observamos (verdulero, zapatero, operarios, quiosqueros, etc.) se corresponde con el bajo nivel de estudios alcanzado por la mayoría de los habitantes. Un elevado número de personas no terminó la primaria o la secundaria y mucho menos realizó estudios universitarios. Este tipo de ocupaciones también se relaciona con la edad de las personas entrevistadas. La mayoría son personas mayores, con problemas de salud, muchas de las cuales están jubiladas, no pueden llevar a cabo tareas agotadoras físicamente y necesitan mantenerse activos para generar otro ingreso y poder satisfacer sus necesidades. Trabajos de este tipo, además, les permite trabajar en su propia casa y realizar las tareas del hogar mientras trabajan.

También observamos que la mayoría de las mujeres son amas de casa. Sólo las más jóvenes poseen una profesión o trabajan fuera de su hogar. Las mujeres de mayor edad son más tradicionales y sus creencias y costumbres son más antiguas, por lo tanto no trabajan, se ocupan de la casa y el marido es el encargado de mantener la familia.

- Intereses, actividades que realizan

Las actividades que realizan en general son:

Deporte

Escribir, leer, hacer crucigramas

Salir a bailar

Pintar, hacer manualidades

Ir al Club

Ir al centro de jubilados

Ir al centro (centro de la ciudad)

Visitar parientes

Compartir con la familia

Tejer

Cuidar los nietos

Este tipo de actividades se corresponde, nuevamente, con la edad de los entrevistados. En general los mayores manifestaron que prefieren las actividades del hogar, tranquilas y estar con sus familias. Varias personas respondieron que no tienen intereses fuera de las actividades que realizan todos los días. Simplemente hacen compras, visitan vecinos y se encargan de su casa. Los más jóvenes son más activos en este sentido y salen a bailar, van a la ciudad, hacen deportes, etc. en general prefieren cualquier tipo de esparcimiento que no se relacione con los quehaceres del hogar.

- Preocupaciones de su vida diaria

Las respuestas dadas a esta pregunta fueron muy variadas, las contestaciones fueron las siguientes:

La juventud que no tiene límites

Las escuelas y la educación que están cada vez peor

La falta de respeto a los mayores por parte de la juventud

El progreso del departamento (algunos estaban contentos, otros no)

El progreso del país

La situación económica, las deudas

El gobierno que no ayuda a los jubilados

Un buen país para los niños

Que haya paz

La delincuencia

Que haya trabajo

Las enfermedades que padecen (esta respuesta la dieron las personas adultas, la mayoría tiene problemas de visión, de cadera, de columna...)

Tener una casa para sus hijos

Salud para los hijos

Mantener la familia estable

Mejorar la localidad para poder recibir turistas

Fallar como padres

La soledad

No tiene preocupaciones

Con esta pregunta observamos que no existe un tema recurrente que preocupe a la mayoría de los entrevistados, las respuestas fueron muy variadas y casi todas referidas a lo personal y cotidiano de cada uno. Prácticamente todos contestaron problemáticas que le afectan en lo particular y en lo inmediato. Las personas que no trabajan se preocupan por el desempleo, los que tienen problemas de salud porque no hay buenos hospitales, los que tienen negocios y comercios quieren que el departamento progrese, etc. A pesar de que prácticamente todos se informan y leen el diario, no se ven agobiados por problemas políticos, de inseguridad, de medio ambiente, ni se interesan por lo que ocurre a nivel nacional o internacional. Todo lo que atañe al departamento les interesa y los problemas de Albardón son los suyos. Las personas que trabajan fuera de Albardón y están relacionados con las actividades de la ciudad se interesan más en lo que sucede fuera del departamento. De todos modos, aunque todos respondieron que algo les preocupa, la mayoría vive el día a día de manera tranquila y sin mayores preocupaciones.

• RELACION CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION

- Diario

Lo leen: 9 personas.

No lo leen: 2 personas.

A veces: 9 personas.

Diario de cuyo: 15 personas.

El Huarpe: 8 personas.

El Zonda: 2 personas.

Clarín: 1 persona.

Nuevo diario: 1 persona.

Diario en Internet: 1 persona

(El resultado es de más de 20 personas debido a que una persona puede leer más de un diario)

Secciones de interés:

Política: 2 personas.
Deporte: 3 personas.
Actualidad: 1 persona.
Crucigrama: 1 persona.
Actualidad provincial: 1 persona.
Policiales: 3 personas.
Sociales: 1 persona.
Fúnebres: 1 persona.
De todo: 6 personas.

(El resultado es de más de 20 personas debido a que una persona puede leer más de una sección del diario)

Casi el total de los entrevistados lee el diario, no necesariamente lo compra todos los días, pero de alguna manera lo lee, a veces adquieren el diario entre varios vecinos y lo pasan de casa en casa. El diario más leído es el Diario de Cuyo (el principal diario de la provincia) y un gran número de personas lee El Huarpe (es de distribución gratuita). En cuanto a las secciones que prefieren no observamos una preferencia por alguna en particular. Dependiendo del día, las ganas y el interés leen distintas secciones o todas. Aunque la mayoría manifestó que se interesa por las noticias y lee el diario, dijeron que sobre lo que más les importa informarse es sobre lo que sucede en el departamento, a muchos no les atrae lo que sucede en otros lugares porque no conocen.

- Televisión

Todas las personas contestaron que veían televisión, algunas contestaron que veían bastante, otras a veces o muy poco. Los informativos son los programas más vistos por las personas, las películas, el deporte y novelas le siguen y luego varían entre Tinelli, policiales, dibujos animados, programas culturales, Utilísima. Del total, 11 personas tienen cable, 7 personas no tienen y 2 tienen DirecTV.

Todos los entrevistados poseen televisor y ven televisión en algún momento del día. De todos modos, a pesar que la mayoría tiene cable o DirecTV, muchos no ven más que el noticiero. Prefieren hacer alguna actividad o escuchar la radio antes que estar viendo televisión. Numerosos entrevistados lo consideran una pérdida de tiempo, a otros no les gusta porque no pueden hacer las tareas de la casa mientras ven televisión y hay personas con problema de vista que no ven televisión porque no les permite la salud. Los noticieros son los programas más vistos por los habitantes, principalmente el noticiero del canal local de San Juan.

- Internet

Del total de entrevistados 2 personas usan Internet y tienen PC en su casa y 18 personas no utilizan y no tienen PC.

Respecto a este tema observamos que prácticamente nadie usa computadoras o Internet. Sólo dos personas contestaron que lo utilizan porque el trabajo se los exige. Al ser la mayoría de los entrevistados personas mayores, no están al día con muchos de los avances tecnológicos que ha habido y uno de ellos es la computadora. Ninguno de los entrevistados (excepto las dos personas que respondieron que si) sabe cómo utilizar una computadora ni ha utilizado Internet. Algunas personas respondieron que no lo necesitan, que no les interesa y que no le ven nada útil o positivo. Además, debido a su nivel socio económico, para la mayoría es un gasto innecesario y tienen otras necesidades e intereses que satisfacer primero.

- Radio

Del total de los encuestados, todos contestaron que escuchan alguna radio.

Las radios que escuchan son:

Principalmente Santa Bárbara o alguna radio de albardón, radio La Voz, Cadena3, y algunas personas escuchan Radio Colón, Radio Vida, LV1 y Radio Las 40.

Los lugares más comunes donde escuchan la radio es en su casa o en el trabajo, algunas personas contestaron que la escuchan cuando manejan en el auto.

Cuando se les pregunto porqué les gusta escuchar la radio, las personas dieron respuestas como las siguientes (ordenadas según cantidad de respuestas):

Porque le informan sobre lo que pasa en el departamento.

Porque se ha acostumbrado a esa radio.

Porque son de Albardón.

Escucho el rezo del rosario.

Porque hablan de temas generales.

Porque en la radio dicen las cosas como son.

Lo que uno no se entera por otro lado se entera en la radio.

Porque está conectada con la sociedad.

Pienso que la radio ayuda a gobernar, cuando hacen críticas constructivas.

Porque escucho la música.

Para ver si pasan su publicidad.

Porque siempre la escuché.

Me gustan los locutores.

A diferencia de los demás medios, todos los entrevistados respondieron que escuchan la radio. Una gran mayoría escucha radio Santa Bárbara o alguna de las radios de Albardón, también son muy escuchadas varias radios de la ciudad. Como ya mencionamos antes, los entrevistados son, en su mayoría, personas mayores y en conjunto se mostraron más interesados y fieles a la radio que a la televisión o al diario. Debido a que la mayoría trabaja o está en su casa estos son los lugares donde la escuchan mayormente.

Muchas de las personas prefieren las radios de la localidad porque les interesan las noticias, comunicados que pasan y porque las ven como la única forma de enterarse de todo lo que sucede en el departamento. Además observamos que la programación de estas radios se corresponde más con los intereses y gustos de los lugareños, está pensada y planificada para satisfacerlos (aunque esto no quiere decir que siempre lo logre).

Algunas personas dijeron que prefieren la radio porque pueden realizar otras actividades mientras la escuchan, porque es compañera y entretiene, porque la pueden escuchar en todos lados y en todo momento, porque hacen publicidad, por costumbre, etc. De todas las respuestas las siguientes llamaron nuestra atención: "Porque en la radio dicen las cosas como son", "Lo que uno no se entera por otro lado se entera en la radio", "Porque está conectada con la sociedad" y "Pienso que la radio ayuda a gobernar, cuando hacen críticas constructivas". Nos detenemos en estas respuestas debido a que observamos que varias personas hicieron especial hincapié en la función social que posee el medio radio, en la noción que considera a la radio como un medio menos "contaminado" por los fines comerciales y políticos y más en contacto con la sociedad y con la verdad. Consideramos que es posible afirmar que, en muchos casos, este es realmente el medio menos censurado, con mayor libertad de expresión y que efectivamente le da a la sociedad la posibilidad de expresarse libremente.

- Cómo se mantienen informados

Prácticamente todos contestaron que de alguna manera se informan, a través de algún medio. La mayoría de la gente ve el noticiero o escuchan la radio, algunas personas leen el diario para informarse y dos personas dijeron que se informan con lo que les cuenta la gente.

Todas las personas, en mayor o menor medida, se mantienen en contacto con la realidad y con los hechos y noticias que suceden. No todos están interesados en la información internacional o las noticias que traspasan su entorno diario pero al menos, de diversas maneras, se informan de lo que ocurre en Albardón.

• **RADIO FM 106.9Mhz SANTA BARBARA**

- Hábitos de escucha, interacción con la radio

Todos los encuestados contestaron que escuchan la radio, todos los días o a veces, nadie contestó que nunca la escucha o que nunca la escuchó. Un gran número de personas, sobre todo las mujeres, realiza una escucha pasiva de la radio (de fondo mientras realiza otras actividades), la mayoría de los hombres contestó que escucha la radio de manera más activa prestándole más atención.

Las respuestas a porqué escuchan radio Santa Bárbara fueron (ordenadas según cantidad de respuestas):

Por costumbre.

Porque tiene amigos ahí.

Porque pasan todo lo de Albardón.

Porque le gusta.

Porque se entera de las cosas.

La escucha si la engancha, sino no.

Le gusta un locutor (está enamorada).

Porque la escuchan las chicas que trabajan con ella.

Porque se han hecho querer.

Es mejor esta radio que otra.

Porque la vimos nacer.

Todos los entrevistados respondieron que escuchan radio Santa Bárbara. La gran mayoría escucha otras radios además de Santa Bárbara, sobre todo alguna radio de la ciudad. Observamos que debido a las actividades que realizan algunas personas escuchan más atentamente la radio (sobre todo los hombres) y otras personas la escuchan mientras hacen otras actividades (sobre todo las mujeres). Algunas personas comentaron que escuchan la radio en su cama antes de dormir o se sitúan al lado de la radio nada más que a escucharla sin distracciones. Otras personas la tienen encendida, a veces, sin saber qué es lo que están pasando en ese momento, hablan por teléfono, realizan las tareas del hogar, hacen compras y la radio siempre está sonando de fondo. Un factor común entre la mayoría de los entrevistados es que la escucha de la radio la hacen en soledad, es un acto individual sin la compañía de otras personas. A pesar de que varían la escucha entre las demás radios que hay en la localidad, la mayoría prefiere a Santa Bárbara. Los motivos de la preferencia son variados: por costumbre, porque es la que más les gusta, porque es la que más años lleva en Albardón, porque es la que mejor informa, etc. Una constante que pudimos observar en las respuestas de las personas, es que la mayoría hace las cosas por costumbre. Al ser Santa Bárbara la primera radio de la zona, ellos la escuchan simplemente por eso, no saben si las otras emisoras son mejores o les pueden atraer más y tampoco desean averiguarlo. Son muy apegados a sus costumbres y muchas veces no saben el porqué de sus preferencias respecto, en este caso, a la radio.

- Aspectos positivos y negativos de Santa Bárbara

Respecto a los aspectos positivos de la radio contestaron (ordenadas según cantidad de respuestas):

Es positiva para el departamento.
Informan todo lo del departamento.
El folklore que pasan.
Es la mejor del departamento.
El señor Flores conoce mucho de radio.
Está cerca de la gente.
Pasan información más precisa (sin dar su propia opinión sobre el tema).
Todo le parece positivo.

Respecto a los aspectos negativos, dijeron (ordenadas según cantidad de respuestas):

Está comprada por el gobierno.
Tienen muchas fallas, fallas humanas.
Albardón no da para mucho.
Podría ser más variada la programación.
No tiene periodistas.
Son pasa casete.
No tienen una opinión formada.
Falta material didáctico.
Están encerrados, no salen a ver qué pasa.
Les falta un estudio mejor armado, con mejores comodidades, con sillas y todo lo necesario para recibir gente.

No está de acuerdo con los locutores.

Pasan música todo el día y publicidades de los comercios y no informan, no transmiten las necesidades de la gente.

Faltan programas que hagan participar a la gente.

Respecto a los aspectos positivos y negativos de Santa Bárbara también se obtuvieron una gran variedad de opiniones. En numerosas ocasiones cuando se les preguntó respecto a lo que consideran positivo no sabían exactamente qué contestar y las respuestas se relacionan más con lo que les gusta de la radio que con lo que consideran negativo. En relación a los aspectos negativos sí fueron más precisos con sus respuestas. Muchas personas están descontentas con algunos aspectos de la radio o creen que podría mejorar, pero nadie manifestó que comunica o comunicaría su opinión a la radio, ni están muy interesados en que la radio mejore o cambie. Simplemente la aceptan así y no opinan al respecto.

- Interacción con la radio

Acerca de la interacción con la radio, 14 personas contestaron que han llamado o han ido a la radio por algún motivo y 6 personas no.

Algunas de las razones por las cuales van o llaman a la radio son (ordenadas según cantidad de respuestas):

Para hacer un saludo de cumpleaños.

Hacer publicidad.

Cuando falleció un ser querido.

Para comprar algo (de los clasificados que comunican en la radio), cuando necesitó algo.

Para comunicar un concurso.

Para comunicar el aniversario de su negocio.

Para pedir canciones.

Pedidos solidarios.

Cuando vivía cerca se cruzaba a ver los grupos musicales que iban a la radio.

Llamaría si hubiera programas que le hicieran alguna pregunta o algún concurso.

La mayoría de los entrevistados han tenido algún tipo de interacción con la radio. En la localidad es muy común recurrir a la misma para comunicar todo tipo de cosas. Desde anuncios de cumpleaños, fallecimientos, pedidos de canciones hasta vender un par de zapatos. Así sea que alguien necesite hacer un comunicado a sus familiares, hace el anuncio a través de la radio en vez de avisar telefónicamente o personalmente. Algunas personas contestaron que esta es la forma más segura para notificar lo que desean, que es poco probable que los interesados no escuchen la radio y no se notifiquen. Además, los distintos locutores de los programas se encargan de emitir el pedido o comunicado incontable cantidad de veces para asegurarse que sea escuchado.

- Interacción con los locutores de la radio

Todas las personas excepto 3 entrevistados conocen a los locutores y tienen algún contacto con ellos.

Algunos comentarios fueron:

Son amigos.

Los conoce de vista.

Los conoce porque lo invitan a hacer comentarios de deporte.

Conoce al padre de uno de los locutores.

Es conocido desde hace mucho tiempo.

La lleva en remiss a una de las locutoras.

Albardón es muy chico, se conocen todos.

Fuè su preceptor en la secundaria.

Va a su mercado a hacer las compras.

Es compañero del marido de trabajo.

Son vecinos.

En pueblos pequeños como Albardón es muy común que todos los habitantes se conozcan, ya sea porque son amigos, parientes, vecinos, trabajan juntos o simplemente de vista. La mayoría de las personas conoce a los locutores de la radio, por todos los motivos nombrados y además, porque son figuras destacadas dentro del departamento por trabajar en la radio. Asimismo, por esta razón, los lugareños invitan a los conductores a que participen y sean parte de cualquier tipo de evento que se realice, aunque no sean amigos o conocidos.

- Comparación de Santa Bárbara con otras radios

Algunos comentarios respecto a esta pregunta fueron:

La gusta más las radios del departamento que las de la ciudad.

Hay que apoyar lo de Albardón, por eso la prefiere.

Santa Bárbara no incorpora novedades, otras radios sí.

Están todas al mismo nivel. Son todas iguales.

Cada radio (las del departamento) apunta a distintos públicos, Santa Bárbara es más popular.

Santa Bárbara lleva más años, tiene más experiencia.

No se ha puesto a comparar porque no sabe qué pasan en otras radios.

Le gusta Santa Bárbara, las otras no.

Ninguna tiene gente con mucha capacidad.

Santa Bárbara es más oficialista.

Es más radio Santa Bárbara, tiene más información directa, más rápido. Mix tarda más en informar.

No escucha otra porque no se acuerda que están.

Como Santa Bárbara hace mucho que está, le dan más ganas de escucharla, ya la conoce.

Es mejor que la televisión porque hay que estar sentado mirando, mientras que con la radio uno puede hacer otras cosas mientras escucha.

Gran parte de los entrevistados piensa que Santa Bárbara es mejor que las demás radios del departamento. Los motivos por los que consideran esto son variados, pero la mayoría está de acuerdo en que es mejor y en que están acostumbrados a escucharla debido a que es la radio más antigua del departamento. Otra vez observamos cómo se hacen presentes los hábitos de los lugareños, no les interesa, ni se les ocurre cambiar a otra emisora. De radio Santa Bárbara ya conocen los locutores, saben los horarios, saben qué programa les gusta y cuál no, a qué altura del dial se encuentra la emisora y demás motivos que ayudan a que esta radio esté arraigada en sus costumbres. En definitiva ellos "creen" que Santa Bárbara es mejor y la comparan con las otras emisoras de Albardón, pero en realidad poco y nada saben de las mismas como para realizar una comparación precisa.

- Cómo ve a la radio en la sociedad, funciones que cumple, servicios que brinda.

Todos los entrevistados, excepto tres, consideran que la radio ayuda a la gente y brinda servicios a la comunidad. Las funciones que la gente cree que cumple Santa Bárbara son las siguientes:

Informativa: información deportiva, política, de la comunidad, cuándo cobran los jubilados, jefas y jefes de hogar, religiosa, información general de la provincia y en especial del departamento. Información de eventos sociales, funerales, aniversarios.

Solidaria: ayudan a la comunidad, colaboran con pedidos (de alimentos, de trabajo, calzados, remedios, materiales de construcción, donaciones de sangre...), extravíos (celulares, DNI, mascotas...), piden a la gente que colabore con las peñas que se organizan, o eventos a beneficio, si tenés un problema te ayudan a solucionarlo, tienen un sistema de avisos clasificados y la gente comunica lo que quiere vender, comprar o intercambiar.

Social: saludos de cumpleaños, avisos de funerales, saludos, dedican canciones, algún evento o fiesta, aniversarios.

Entretenimiento: la música, transmiten eventos especiales (el desfile en honor a San Martín por ejemplo), avisan de fiestas, bingos.

Compañía.

Medio de difusión: para realizar publicidad, para comunicar las actividades del gobierno, actividades departamentales, eventos, calendario de novenas religiosas.

Las personas que respondieron que no cumple ningún servicio dijeron lo siguiente:

Que a veces desinforma la radio.

No ayuda porque es del Intendente y no le dejan a uno hacer reclamos.

Los entrevistados, en general, están muy apegados a Santa Bárbara y la sienten muy parte de la comunidad. La gran mayoría considera que cumple un servicio muy importante para todos y que ayuda mucho a la gente. Por el sólo hecho de ser un medio que se interesa por lo que sucede en el departamento, para los habitantes ya es muy importante.

Probablemente muchos de los usos que le da la gente a esta radio no se planearon desde un comienzo, a medida que fue pasando el tiempo y la emisora se fue afianzando en la sociedad comenzó a formar parte más activamente en la vida de los albardoneros. Así hoy en día es el medio para saludar a amigos, familiares y conocidos, a través de la radio se avisa sobre un evento, se comunica un extravío, se hace un pedido solidario, se realizan transacciones comerciales o simplemente se la escucha para tener una compañía.

Otra función muy importante que se le atribuye, es como medio de difusión (esta es, de hecho, la función primordial del medio). Debido a que es local y a las tarifas accesibles que posee, mucha gente puede hacer publicidad en la radio para hacer conocer sus productos o servicios. Asimismo, el gobierno de la localidad

comunica todas sus actividades a través de Santa Bárbara, acción que no podría realizar con la misma efectividad en otra emisora. Y, por supuesto, cualquier evento, actividad o festejo que demande de la participación de la comunidad se comunica a través de la radio.

A continuación incluyo algunas frases que dijeron los entrevistados respecto a esto:

"Si, la radio es un ente importante. Mire, deportes, política, quehacer doméstico, lo que, que es la, la...lo que es la comunidad en todos sus aspectos, el, cuando cobran los jubilados, cuando cobra el sueldo el otro...".

"...necesitan sangre, que hay un remedio, si puede alguien...si alguien encontró el celular, si se extravió tal cosa, si esto, si lo otro...".

"...cumple la función de informar y bueno, de mantener al tanto a la gente de lo que sucede, o sea, como medio cumple un factor bastante importante con la comunicación...".

"Hace muchas cosas, como le decía antes, fallecidos, un accidente, pedido de radio, a lo mejor para uno no lo hace, pero para otro lo hará. Un pedido de calzado por ejemplo, yo no lo hago, pero a otro, en una peña que se hace a beneficio de algo...es importante, para mi es importante...".

"...cuando hay alguna otra actividad pasan, un desfile lo transmiten, este...bueno, el fútbol si lo transmiten ellos, están las novenas de las Vírgenes y las transmiten. Uno por lo menos si no va, uno lo esta escuchando...".

"La gente pide mucho, y ellos se preocupan por ayudar a la gente y ellos mismos, gritan a todo viento de que se ayude a la gente...".

"Porque siempre si vos no comprás el diario siempre, ahí te informan sobre tantas cosas que...importantes...".

- Estilo comunicativo de la radio

Prácticamente todos respondieron que les gusta el estilo de la radio, algunos comentarios fueron:

Les faltan cosas, necesitan más colaboración de los comercios y el gobierno.

Que es linda la radio, le gusta.

Deberían innovar siempre.

A pesar de que están cerca del centro y hay muchas radios la gente escucha Santa Bárbara.

Le gusta que pasen folklore y música moderna.

Le da lo mismo, si hay algo que le gusta la deja, sino escucha otra.

Que prefiere música más tranquila, pero le gusta.

Le gusta que charlen entre los locutores, que no sean tan rutinarios los programas y el compañerismo que hay.

En lo tocante a esta pregunta, muchas personas no entendieron correctamente a qué se refería, por lo tanto sus respuestas no son del todo ilustrativas de este punto. De todos modos, en general dijeron que les gusta la radio, que les gustan los programas y la música que transmiten. Pero, al igual que en otras ocasiones, notamos que los entrevistados no saben con exactitud qué les gusta y porqué.

- **PROGRAMACION DE RADIO SANTA BARBARA**

- Descripción de los programas que escucha.

Respecto a esta pregunta 13 personas contestaron que les gusta el Informativo de la mañana (El show del Súpercomunicando), 6 personas escuchan el programa de folklore (Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago), 5 escuchan el programa deportivo (El show del fútbol) y 4 escuchan los programas de música (Vibraciones musicales y El show de la tarde).

(El resultado es de más de veinte personas porque algunos contestaron que les gusta más de un programa)

Los motivos por los que escuchan estos programas son:

Le gusta.

Porque a esa hora tiene tiempo.

La radio esta prendida y anda.

Le gusta la música.

Le gustan los gauchos y el folklore.

Le interesa la información.

El programa más escuchado es el informativo de la mañana. Muchos de los entrevistados respondieron que lo escuchan para informarse sobre lo que sucede en el departamento, sobre sepelios, cumpleaños, eventos, etc. y no necesariamente lo oyen porque es el que más les atrae. Otro motivo por el que este programa es muy sentido es debido a su horario, observamos que la mayoría de las personas escucha la radio por la mañana, luego por la tarde realizan otras actividades, cambian de emisora o se ausentan de sus casas. Los programas menos sentidos (los programas musicales) se emiten a la hora de la "siesta". Prácticamente todas las personas mayores duermen la siesta y vuelven a sus tareas alrededor de las cinco de la tarde. A esta hora del día los jóvenes son quienes más escuchan la radio.

- Programa informativo. El show del Súpercomunicando

Los comentarios respecto a este programa fueron:

Es muy amplio.

Informan de sepelios y esas cosas y eso es importante.

El compañero más bueno que tiene uno es la radio, ni la televisión la va a superar.

Está bien armado, demasiado bien para ser una radio joven.

Dan las noticias, lo justo y necesario.

Está como todas las radios estas, mucho no se les puede pedir.

Yo escucho todos los programas que tiene la radio.

Dan las informaciones del diario y yo que no compro el diario me entero de todo lo que pasó.

Pasen lo que pasen me interesa, por lo menos saber lo que está sucediendo en el departamento.
Te comentan todo lo que pasa, no tan profundo como el diario, pero bueno...

Este programa es el más escuchado por la gente. Muchas personas respondieron que lo ven muy completo y que les informa todo lo que les interesa saber sobre el departamento. Hay personas que lo ven de gran utilidad, por ejemplo si bien algunas personas se quejan porque leen el diario en el programa, otras personas lo ven como un servicio muy valioso ya que no pueden leer el diario o no lo compran. En general a todos les agrada y no son muy críticos al respecto, les gusta y lo valoran por el sólo hecho de que les informen lo que sucede en Albardón.

- Programas de entretenimiento. Vibraciones musicales, El show de la tarde y Sin mentira y sin halago de a caballo por mi pago.

En cuanto a estos programas los comentarios fueron:

No escucho porque no tengo tiempo.

Me gusta cuando pasan folklore o tango.

Hay música para todos los gustos.

Ponen música muy variada, muy linda.

Me gustan todas las músicas que hay, más si pasan folklore.

Dentro de toda la música también hay cuarteto, pero no cuarteto sólo.

No me gusta la música melódica porque uno parece que se duerme, cuarteto, tango, eso si.

A mí me gusta la música más tranquila, de relax.

Lo que más me gusta es cuando esta el señor Aballay con el folklore.

En general los comentarios sobre estos programas son positivos, a la gente le gusta mucho el cuarteto y el folklore que son los estilos musicales predominantes en estos programas. Es usual que a la gente de zonas como Albardón le guste la música en castellano, entretenida, alegre y sobre temas conectados a su realidad con los que puedan identificarse, como lo son el folklore y el cuarteto.

- Programa deportivo. El show del fútbol.

Con respecto a este programa se podría realizar una división entre hombres y mujeres, ya que la mayoría de los hombres respondió que le gusta y lo escucha y la mayoría de las mujeres respondieron que no les interesa y que no lo escuchan.

El programa de deportes no recibió muchos comentarios ya que a una gran cantidad de personas no le gusta o no le interesa. A mucha gente no le interesa lo que sucede con la liga albardonera de fútbol, sobre todo a las mujeres, pero sí se interesan por otras noticias deportivas. Deportes como el ciclismo y el voley son muy populares también en la provincia y tienen muchos seguidores. Probablemente si variaran más entre este tipo de deportes la gente se sentiría más atraída por el programa.

Conclusión



A modo de cierre de la presente investigación, que no pretende ser exclusiva ni concluyente, consideramos que se demostró satisfactoriamente lo planteado en el problema y se lograron responder las interrogantes trazadas.

Vivimos en un mundo donde la interacción cara a cara es cada vez menos necesaria. La era de la comunicación se expandió en todas las direcciones y se hizo presente hasta en los lugares más recónditos. En territorios como nuestro país, subdesarrollados y desarrollados al mismo tiempo, observamos fenómenos como los expuestos en nuestro campo de estudio. Lugares donde la tradición y el progreso conviven tratando de lograr un equilibrio, donde el celular rivaliza con el boca en boca y las viejas y arraigadas costumbres con las nuevas acepciones.

En este contexto de dualidades, la comunicación y los medios de comunicación, más específicamente, mutan y se adaptan a estas circunstancias de diversas maneras. A través de esta investigación descubrimos que en estos lugares apartados, de limitada superficie y escasos habitantes, la subjetividad impregna cada actividad y cada día. Un óptimo ejemplo de este fenómeno lo apreciamos en nuestra radio objeto de estudio.

Evidenciamos que Santa Bárbara es efectivamente un medio que funciona completamente diferente a las radios emplazadas en la ciudad. Lo subjetivo y las costumbres están presentes en todas y cada una de sus áreas. Los habitantes son un componente muy importante de su funcionamiento, actúan por y para ellos. Las personas la redefinen, moldean sus contenidos y su forma y le obligan a seguir un determinado estilo. A pesar de que, en Santa Bárbara, no se observa una preocupación por progresar y renovarse, advertimos que su real inquietud es su público. Se los puede acusar de falta de preparación, de improvisados, de precarios, pero no de falta de interés y empeño, ya que, en realidad, sus energías están volcadas hacia otro objetivo, la gente.

Indiscutiblemente podemos afirmar que su falta de preparación y profesionalismo no le permite a esta emisora alcanzar todo lo que el medio puede lograr. La radio se expresa cabalmente cuando existe una preparación, un conocimiento que le permita sentirse firme y segura en su tarea. Su estilo comunicativo y su programación se ven afectados por esto y es evidente que se podrían realizar innumerables mejoras en estas áreas. Pero pudimos observar que esto también responde a un modo de ser arraigado en su cultura, en sus costumbres como habitantes de Albardón. No sólo es lo que les gusta a los locutores que forman parte de la radio, es lo que a su público le interesa y quiere oír. Además, es probable que en este tipo de sociedades sea difícil introducir cambios e innovaciones muy drásticas. Este tipo de cosas debe realizarse de manera gradual, lenta para que el público se vaya aclimatando y acostumbrando a las novedades. De otra manera, pueden llegar a sentirse agobiados por el cambio y renuentes a aceptarlo. Lo desconocido y lo que no se entiende, es difícil de aceptar.

El estilo y la forma de comunicar no es lo único que se ve afectado por las circunstancias en este medio. Observamos que, efectivamente, la función que Santa Bárbara cumple en Albardón supera la concepción primaria de la radio como medio de comunicación. Podemos afirmar que, en ocasiones, esta función se ve relegada para desempeñarse más como un servicio para la comunidad que como medio de comunicación en sí. En Albardón esta radio actúa como la voz del pueblo, como el nexo entre los habitantes. Al servir como canal de comunicación entre los residentes, su predominancia en la vida de los mismos es muy profunda.

Es así, que de alguna manera podríamos decir que, en estas circunstancias, la radio surge por una necesidad del pueblo, casi como si los lugareños “empujaran” para que la radio nazca. Su estilo y su forma de vida van generando la necesidad y creando el contexto para que surja un medio con las características de Radio Santa Bárbara, localista y enraizada en la gente, que satisfaga su ansia de escuchar y ser escuchados. De esta manera el medio se percibe y funciona porque brinda un servicio y no sólo entretenimiento.

Por supuesto no podemos agotar nuestras observaciones aquí, este hecho responde a numerosos e imbricados fenómenos que, en esta investigación, escapan a nuestro análisis. Consideramos que este es un campo de estudio notablemente amplio y para develar todos sus portentos es necesario incluir una multiplicidad de áreas y puntos de vista. Nuestra tarea avistó meramente la punta del iceberg de un fenómeno social que involucra una realidad y un modo de vida privativo del contexto y el momento histórico en el que se encuentra.

En definitiva y en respuesta a nuestra principal interrogante, ¿cómo es el estilo de este tipo de radios, cuáles son sus funciones, cómo opera la radio bajo estas circunstancias, qué es la radio? Podemos concluir, en palabras de Ricardo M. Haye, que "la radio es lo que la gente cree que es" y en nuestras palabras, y lo que su público quiere que sea.

Bibliografia



- M. Haye, Ricardo: *Otro siglo de radio. Noticias de un medio cautivante*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2003.
- M. Haye, Ricardo: *Hacia una nueva radio*, Buenos Aires, PAIDOS, 1995.
- Ortiz, Miguel Ángel y Marchamalo, Jesús: *Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica*, Buenos Aires, PAIDOS, 1997.
- Moline, Marçal: *La fuerza de la publicidad. Saber hacer buena publicidad. Saber administrar su fuerza*, Madrid, McGraw Hill, 2000.
- Sampieri Hernández, Roberto; Collado Fernández, Carlos; Lucio Baptista Pilar: *Metodología de la investigación*. México, McGraw Hill, 1998.
- Eco, Humberto: *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*, Barcelona, Gedisa, 1986.
- Zorrilla, Santiago; Torres Miguel: *Guía para elaborar la tesis*, México, McGraw Hill, 1992.
- Mercado Garza, Ario: *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales*, México, El colegio de México, 1996.
- Valles, Miguel: *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y practica profesional*, España, Síntesis sociológica, 1999.
- Duverger, Maurice: *Métodos de las ciencias sociales*, España, Editorial Ariel, 1996.
- Castillo Luna, Antonio: *Metodología de la tesis*, México, Trillas, 1996.
- Quivy, Raymond; Campenhoudt Luc Van: *Manual de investigación en ciencias sociales*, México, Editorial Limusa, 1998.
- Scribano, Adrian: *Introductorio al proceso de investigación en ciencias sociales. Edición preliminar (Apuntes de Cátedra)*, Argentina.
- Van Dalen, Deobold; Meyer, William: *Manual de técnica de la investigación educacional*, Buenos Aires, Editorial Paidos, 1971.
- Kreimerman, Norma: *Métodos de investigación para tesis y trabajos semestrales*, México, Editorial Trillas, 1997.
- Castilla Luna, Antonio: *Metodología de la tesis*, México, Editorial Trillas, 1996.
- Tusón Valls, Amparo; Calsamiglia Blancaflort, Helena: *Las cosas del decir*, España, Editorial Ariel, 1999.

Paginas Web

http://html.rincondelvago.com/analisis-de-datos_4.html
<http://html.rincondelvago.com/analisis-del-contenido.html>
www.etcetera.com.mx
www.amarc.org
www.wikipedia.com
http://www.aat-ar.org/Revista_art.asp
<http://www.angelfire.com/tv2/tesis/Analisisdecontenido.htm>
www.lafogata.org
www.farco.org.ar
<http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha4039.html>
<http://web.jet.es/pinuel.raigada/A.Contenido.pdf>
<http://www.apc.org/espanol/capacity/training/radio.shtml>
<http://www.urcm.net/>
<http://www.arpas.org.sv/>
<http://www.fmentransito.com.ar/laradio.php>
<http://www.rt-a.com/48/proyecto.htm>
<http://paginas.ufm.edu/Sabino/Pl.htm>
www.c3fes.net/docs/gestionradio.pdf
<http://www.cnr.org.pe/quienes.php>
<http://www.aler.org/>
<http://www.erbol.com.bo/>
http://uruguay.amarc.org/como_son.php
<http://www.interconexiones.org/>
<http://www.airelibre.org.ar>
<http://www.radioscomunitarias.cl/>
<http://www.opinorama.com.ar/archives/interesante-entrevista-a-representantes-de-radios-comunitarias/>
http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=1135 <http://www.fmlatribu.com/sitios/sitios.htm>
<http://www.ipsnoticias.net/interna.asp?idnews=26981> <http://www.cuervoblanco.com/radios.html>
http://www.uruguaytotal.com/08_prensa/0505_radios_comunitarias.htm
<http://www.radiomundoreal.fm/modules.php?op=modload&name=News&file=index&catid=2> http://www.redcom.org/CCC/foro6_lomello.htm
<http://www.agenciapulsar.org/nota.php?id=8218> <http://www.paginadigital.com.ar/articulos/2006/2006prim/noticias7/brasil-310706.asp>
<http://www.sociedadcivil.cl/anarcich/portada/info.asp?Ob=3&Id=924>
http://html.rincondelvago.com/analisis-de-datos_4.html
http://mexico.amarc.org/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=2

<http://www.clandestineradio.com/crw/news.php?id=210&stn=685&news=290>
<http://www.adital.org.br/site/index.asp?lang=PT>
<http://www.prensa-latina.org>
<http://www.periodismo.com/>
<http://www.argiropolis.com.ar/>
<http://www.comcosur.com.uy/>
<http://www.los70.org.ar/>
<http://www.ainfos.ca/03/jun/ainfos00499.html>
<http://www.comunica.org/tampa/docs/lamas.doc>
<http://www.saladeprensa.org/>
<http://www.ritmosur.org>
<http://ricoveri.ve.tripod.com/ricoverimarketing2/id40.html>
http://www.tecnicasdegrupo.com/entrevistas/manuel_calvo.asp
<http://www.nodo50.org/sindpitagoras/Likert.htm>
http://perso.wanadoo.es/aniorte_nic/apunt_metod_investigac4_2.htm
<http://www.rieoei.org/deloslectores/456Ortiz.pdf#search=%22cuestionario%20%2B%20investigacion%20cualitativa%22>
http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/INVESTIGACION_CUALITATIVA.pdf#search=%22cuestionario%20%2B%20investigacion%20cualitativa%20%2B%20ejemplo%22
<http://www.paho.org/Spanish/AD/THS/EV/Blood-guiametodologica9.pdf#search=%22guia%20de%20pautas%20para%20cuestionario%20de%20investigacion%20cualitativa%22>
http://www.untref.edu.ar/las_tesis_y_los_metodos.pdf#search=%22guia%20de%20pautas%20para%20cuestionario%20de%20investigacion%20cualitativa%22
<http://www.turismo.sanjuan.gov.ar>
<http://www.sanjuan.gov.ar/>
<http://www.unsj.edu.ar/>
http://www.mininterior.gov.ar/municipales/busqueda/amplia_info.asp?ID=SJU001
<http://www.tutiempo.net/Tierra/Argentina/Departamento-de-Albardon-AR000841.html>
<http://www.indec.mecon.ar>
<http://www.eges.com.ar/provincias/sanjuan.pdf#search=%22indec%20%2B%20san%20juan%22>
http://www.segemar.gov.ar/P_Oferta_Regiones/Regiones/Cuyo/Poblaci%C3%B3n%20y%20Econom%C3%ADa/POBLACION%20Y%20ECONOMIA.htm
http://www.inversiones.gov.ar/documentos/regionales/sanjuan_cifras.pdf#search=%22indec%20%2B%20san%20juan%22
<http://www.indec.gov.ar/proyectos/censo2001/historia/sanjuan.htm>
<http://www.inta.gov.ar/sanjuan/info/boletinsj/2004/04-01/30.htm>
<http://www.cefja.org.ar/ief/Informe%20San%20Juan.doc>
http://www.lanacion.com.ar/Archivo/nota.asp?nota_id=681095&aplicacion_id=12
<http://www.lsdrevista.com/html/ante.htm>
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/osilva.html>

<http://64.233.187.104/search?q=cache:vAKEBf3E7E8J:www.sgci.mec.es/redele/biblioteca2005/morales.shtml+analisis+conversacional&hl=es&gl=ar&ct=clnk&cd=2&client=firefox-a>
<http://www.sgci.mec.es/redele/biblioteca2005/morales/capitulo1.pdf>
http://antalya.uab.es/liniguez/Aula/ic_METODOS_CUALITATIVOS.pdf