

COMUNICACIÓN Y MEDIOS

AÑO 31 / SEGUNDO SEMESTRE 2022 / CHILE

 FACULTAD DE
COMUNICACIÓN
e IMAGEN
UNIVERSIDAD DE CHILE

46



100 AÑOS DE LA RADIO EN IBEROAMÉRICA

PASADO, PRESENTE
Y FUTURO DEL MEDIO



FACULTAD DE
COMUNICACIÓN
e IMAGEN

UNIVERSIDAD DE CHILE

REVISTA
Comunicación
y Medios

Nº
46

Año 31 / 2022
Segundo Semestre
Santiago, Chile.

Revista *Comunicación y Medios* N° 46

Universidad de Chile

Rectora: Doctora Rosa Devés Alessandri

Facultad de Comunicación e Imagen

Directora: Doctora Loreto Rebolledo González

Editor General: Doctor Tomás Peters

Editores: Doctora Claudia Lagos Lira

Asistente: Doctor(c) Cristián Cabello

Editores invitados:

Raúl Rodríguez Ortíz, Universidad de Chile, Chile

Miriam Rodríguez Pallares, Universidad Complutense de Madrid, España

Diseño: Puracomunicación

ISSN 0716-3991 / e-ISSN 0719-1529

Todos los artículos son revisados por un mínimo de dos académicos o investigadores de su Comité Editorial o del Referato y la mayoría posee grado de doctor/a en el campo. Para asegurar evaluaciones neutras y sin sesgos de ningún tipo hacia los autores, la revista *Comunicación y Medios* garantiza un arbitraje de "doble ciego".

Durante el proceso de revisión la identidad, tanto de autores y evaluadores, se mantiene oculta. Los factores que se tienen en cuenta en la revisión son la pertinencia, la solidez, la importancia, la originalidad, la legibilidad y el lenguaje del artículo.

Los revisores evalúan el contenido intelectual de los manuscritos, sin importar la raza, el género, la orientación sexual, creencias religiosas, origen étnico, la nacionalidad o la filosofía política de los autores.

Consejo Editorial:

Doctora Ingrid Bachmann,

Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Doctor Alejandro Baer,

Universidad de Minnesota, Estados Unidos

Doctora Nancy Berthier,

Université Paris-Sorbonne, Francia

Doctor Miguel Alfonso Bouhaben,

Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador

Doctora Mar Chicharro,

Universidad de Burgos, España

Doctor Felip Gascon i Martín,

Universidad de Playa Ancha, Chile

Doctora Gabriela Gómez,

Universidad de Guadalajara, México

Doctora Charo Lacalle Zalduendo,

Universitat Autònoma de Barcelona, España

Doctora Anna Maria Lorusso,

Università di Bologna, Italia

Doctor Armand Mattelart,

Université Paris VIII-Vincennes-Saint Denis, Francia

Doctora Nancy Morris,

Temple University, Estados Unidos

Doctora María Antonia Paz,

Universidad Complutense de Madrid, España

Doctor Carlos Scolari,

Universitat Pompeu Fabra, España

Doctor Fernando Ramos,

Universidad Complutense de Madrid, España

Doctora Simone Maria Rocha,

Universidad Federal de Minas Gerais, Brasil

Agradecemos la colaboración de evaluadores y evaluadoras del N° 46:

- Doctor Mario Álvarez, Universidad de la Frontera, Chile
- Doctor Claudio Avilés, Universidad Nacional de Jujuy, Argentina
- Doctor Angel Barbas, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España
- Doctor Alejandro Barranquero, Universidad Carlos III de Madrid, España
- Doctor Mauricio Barría, Universidad de Chile, Chile
- Doctor Andrés Barrios, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia
- Doctora Inés Binder, Universidad de Salamanca, España
- Doctora Laura Cardini, Universidad Nacional de Rosario, Argentina
- Doctora Giuliana Cassano, Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú
- Doctora Ana María Castillo, Universidad de Chile, Chile
- Doctora Mónica Contreras-Saiz, Universidad Libre de Berlín
- Doctora María Cruz Tornay, Universidad de Nebrija, España
- Doctor Fernán del Val, Universidad Nacional de Educación a Distancia, España
- Doctora Silvia Espinosa, Universidad de Girona, España
- Doctor Manuel Fernández Sande, Universidad Complutense de Madrid, España
- Doctor Manuel García-Borrego, Universidad de Málaga, España
- Doctor Javier García García, Observatorio de Derecho a la Comunicación, Chile
- Doctor Nicolás Gissi, Universidad de Chile, Chile
- Doctor Salvador Gómez, Universidad de Valladolid, España
- Doctora Eva González Tanco, Universidad del Cauca, Colombia
- Doctora Maria Gutiérrez-García, Universidad Autónoma de Barcelona, España
- Doctor René Jara, Universidad de Santiago de Chile, Chile
- Doctor Marcelo Kischinesvsky, Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil
- Doctora Ainara Larrondo, Universidad del País Vasco, España
- Doctora Isabel Lema, Universidad de la Coruña, España
- Doctor Alejandro Linares, Universidad Nacional de Formosa, Argentina
- Doctora Paloma López Villafranca, Universidad de Málaga, España
- Doctora Lidia Maestro Espínola, Universidad Complutense de Madrid, España
- Doctora Mónica Maronna, Universidad de la República, Uruguay
- Doctora Mireya Márquez-Ramírez, Universidad Iberoamericana, México
- Doctora Daniela Monje, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina
- Magíster Carlos Montenegro, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile
- Doctoranda Loreto Montero, Universidad de California, Estados Unidos
- Doctor Alejandro Morales, Universidad de Chile, Chile
- Doctora Elsa Moreno, Universidad de Navarra, España
- Doctora Tatiana Mukhortikova, Universidad de Valencia, España
- Doctor Javier Odriozola-Chéné, Universidad Europea del Atlántico, España
- Doctora Silvia Olmedo, Universidad de Málaga, España
- Doctora Ximena Orchard, Universidad Alberto Hurtado, Chile
- Magíster Juan Enrique Ortega, Universidad de Chile, Chile
- Doctora Sandra Osses, Universidad Externado de Colombia, Colombia
- Doctor José Emilio Pérez, Universidad Complutense de Madrid, España
- Doctora María José Pérez Serrano, Universidad Complutense de Madrid, España
- Doctora María Paz Peirano, Universidad de Chile, Chile
- Doctora Alejandra Philippi, Universidad de Santiago de Chile, Chile
- Doctor Juan Piñón, Universidad de Nueva York, Estados Unidos
- Doctor Juan Martín Quevedo, Universidad Rey Juan Carlos, España
- Doctora Carmín Quijano, The City University of New York, Estados Unidos
- Doctor Felipe Quintanal, Colegio Marista "La Inmaculada", España
- Doctorando Jorge Rojas-Alvarez, University of Illinois at Urbana-Champaign, Estados Unidos
- Doctora Gloria Rosique, Universidad Carlos III de Madrid, España
- Doctoranda Daniela Sabrovsky, Universidad de Chile, Chile
- Doctora Chiara Sáez, Universidad de Chile, Chile
- Doctor Chelo Sánchez Serrano, Universidad de Salamanca, España
- Magíster Giorgina Santangelo, Universidad Católica del Uruguay, Uruguay
- Doctora Ana Segura, Universidad de Zaragoza, España
- Doctor Paul A. Schroeder Rodríguez, Amherst College, Estados Unidos
- Doctor Andrés Tirado, Universidad Yachay Tech, Ecuador
- Doctora Claudia Villagrán, Universidad de Chile, Chile
- Doctor Sergio Villanueva, Universidad de Barcelona, España
- Doctor Leonel Yáñez, Universidad de Santiago de Chile, Chile

REVISTA COMUNICACIÓN Y MEDIOS 46

AÑO 31 / SEGUNDO SEMESTRE 2022 / CHILE



ÍNDICE

- 8 **Editorial N°46**
12 **Editorial Monográfico N°46**

SECCIÓN MISCELÁNEA

- 24 **Hashtivismo desinformativo: el negacionismo de la dictadura argentina en Instagram**

Disinformation and hashtivism: denialism of the Argentine dictatorship on Instagram

Raquel Tarullo / CONICET/CITNoBA, Buenos Aires, Argentina

Yanina Frezzotti / CONICET/ CITNoBa/ Universidad Nacional Noroeste, Buenos Aires, Argentina

- 40 **Poder político y económico en la televisión local: mediación institucional en canales regionales chilenos**

Political and economic power in local television: institutional mediation in Chilean regional channels

Carolina Rodríguez-Malebrán / Universidad de La Serena, La Serena, Chile

Leila Mohammadi / Universidad de La Serena, La Serena, Chile

- 54 **Los inmigrantes en la prensa chilena: lucha por protagonismo y racismo encubierto en un periódico gratuito**

Immigrants in the Chilean press: a struggle over protagonism and covert racism

Anna Ivanova / Universidad de O'Higgins, Rancagua, Chile

Jorge Almendras / Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina

Mario Samaniego / Universidad Católica de Temuco, Temuco, Chile

68

Instituciones participativas de políticas de comunicación en Latinoamérica. Modelos, barreras, logros y desafíos

Participatory institutions of communication policies in Latin America. Models, barriers, achievements, and challenges

Alejandro Linares / Universidad Nacional de Formosa, Formosa, Argentina
María Soledad Segura / Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina

SECCIÓN MONOGRÁFICO

84

La música en la última etapa del radioteatro El Siniestro Doctor Mortis (1960-1980)

*The music in the last stage of radio play
El Siniestro Doctor Mortis (1960-1980)*

Cristián Guerra / Universidad de Chile, Santiago, Chile

96

La propaganda sonora del peronismo en Chile. El caso de Radio El Mercurio, 1953

*The sound of Peronist propaganda in Chile.
The case of El Mercurio radio station (1953)*

Pedro Acuña-Rojas / Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación / Universidad de Chile, Santiago, Chile

109

Radio Nacional de Chile. La apuesta radiofónica de la dictadura cívico-militar chilena

*"Radio Nacional de Chile": The Chilean civic-military dictatorship
and its battle over the national radio*

Matías Alvarado-Leyton / Universidad San Sebastián, Santiago, Chile

120

El contenido radiofónico por otros medios. Estrategias de distribución y comunicación en redes de actores radiofónicos argentinos (2019-2020)

*Radio content throughout other platforms. An analysis of the distribution
and communication strategies of content on social media and platforms by
different radio producers in Argentina (2019-2020)*

Agustín Espada / Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina

135 **Radios libres y normalización del catalán: medios comunitarios en la recuperación de una lengua minorizada**

Free radio and standardization of the Catalan language: The role of community media in the reinvigoration of a minority language

Eloi Camps-Durban / Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España

DOCUMENTOS

150 **100 años de la radio en Chile**

150 **La radio en la Universidad de Chile: Amalgama de invención, cooperación e impacto social**

Rosa Devés Alessandri / Rectora de la Universidad de Chile

151 **Una memoria social y emotiva sobre la radio en Chile**

Silvia Aguilera / Directora editorial de LOM ediciones

RESEÑAS

154 **Radio y salud mental en América Latina**

Reseña por **Francisco Godínez Galay** / Director Centro de Producciones Radiofónicas (CPR)

156 **Formatos sonoros radiofónicos**

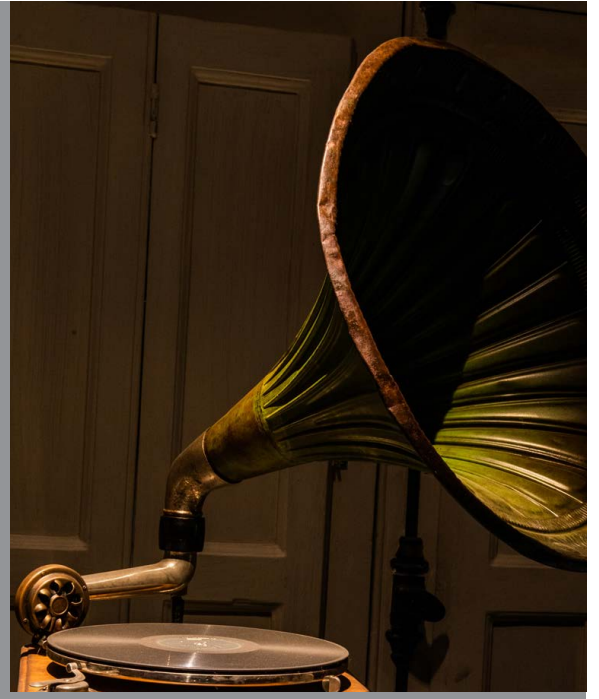
Reseña por **Carlos Montenegro Armijo** / Pontificia Universidad Católica de Chile

158 **Café Del Cerro: Miles de voces dirán que no fue en vano**

Reseña por **Nancy Morris** / Temple University, Estados Unidos

160 **Things are never so bad that they can't get worse. Inside the collapse of Venezuela**

Reseña por **Pablo Marín** / Universidad de Chile



Editorial N° 46

En *Años interesantes. Una vida en el siglo XX*, el historiador Eric Hobsbawm (2003) narra —en un registro biográfico— las travesías y derivas del siglo XX. Como testigo directo de la Segunda Guerra Mundial y, posteriormente, de la polarización política global durante la Guerra Fría, Hobsbawm va trazando sus impresiones sobre los fenómenos sociales y políticos más importantes que marcaron el siglo pasado. En las páginas del libro se van develando las oscilaciones sensibles y trágicas que tuvieron que vivir nuestros padres y abuelos. Sin embargo, simultáneamente, el libro de Hobsbawm nos enseña que nada puede dar “término” a la historia. Por el contrario, en *Años interesantes* advertimos rápidamente que el siglo XX sigue arrojando esquivas al XXI. O, en otras palabras, aún somos herederos de procesos políticos, económicos, sociales y culturales inconclusos, a medio camino. Parafraseando a García Canclini, ni hemos abandonado del todo el siglo XX ni hemos entrado plenamente al XXI.

Desde el 4 de septiembre de 2022 esta constatación es más que evidente en Chile. Ese día, el electorado rechazó la propuesta de nueva constitución redactada por una convención. En una votación inédita, el 61,89% de la población —esto es, más de 7 millones 800 mil electores— se manifestó, democráticamente, en contra de los 388 artículos elaborados durante casi un año de trabajo por un grupo de convencionales elegidos paritariamente y con escaños reservados para representantes de pueblos originarios. Si bien las investigaciones y encuestas previas advertían un escenario desfavorable para la propuesta de constitución política, era difícil predecir el resultado categórico. En parte, porque el plebiscito requería el voto obligatorio, a diferencia de todos los procesos electorales desde que en 2012 se aprobó la voluntariedad en las votaciones en Chile, régimen bajo el cual se celebró el plebiscito de 2020 con el cual se aprobó cambiar la constitución vigente.

De la efervescencia mediática y la expectativa política que marcó el inicio de la convención constituyente en julio de 2021 se pasó, en un primer instante, al *shock* y la consternación y, posteriormente, a la desilusión de parte de quienes apoyaban la propuesta. El hito se sintió como una estocada a los

sectores políticos que buscaban derribar la constitución de Pinochet promulgada en 1980, redactada por una comisión cuyos integrantes fueron nominados por la dictadura cívico-militar, revisada por el Consejo de Estado y, finalmente, zanjada por los asesores de la Junta Militar y los miembros de la Junta misma. Todo, lejos de la luz pública.

El resultado del 4 de septiembre revivió los fantasmas del siglo XX. El legado neoliberal de la dictadura se mantiene gracias a fuerzas comunicacionales y económicas de quienes defendían —y defienden— el modelo. Los resultados del plebiscito ilustran cuán hondo ha calado la configuración del sujeto neoliberal en la sociedad chilena. Junto con —o gracias a— otras variables contextuales —como la pandemia, la crisis económica, alta inflación, migración y el incremento en volumen y gravedad de ciertos delitos de alta connotación social—, a la desinformación y mala información, dos tercios de la sociedad chilena no advirtió en la propuesta caminos posibles para enfrentar o resolver los dilemas que nos atañen, las preocupaciones biográficas y los desafíos de este cambio epocal.

Al ser una votación universal, es decir, con inscripción automática y voto obligatorio de la población mayor a 18 años, se manifestó un Chile que había estado más bien sumergido, silencioso para ciertos termómetros de opinión pública. Si desde el 2012 el voto voluntario había construido una suerte de país imaginario sobre la base de lógicas electorales, el impacto de movimientos sociales —particularmente el estudiantil, el feminista, el indígena y el medioambiental— y la relativa pérdida de relevancia de actores otrora claves en la escena pública (como la Iglesia Católica o las Fuerzas Armadas), los resultados del plebiscito transparentaron preocupaciones, perspectivas y expectativas de una población incrédula del sistema político. Subterráneamente, con poca estridencia y relativamente ignorados por el debate público, trabajos serios, sostenidos, de distintos investigadores, que tratan de entender las nuevas claves de la sociedad chilena considerando la constitución de las clases sociales, los clivajes de autoridad y las grietas en la convivencia, han mapeado estos malestares que, paradójicamente, ofrecen pistas para comprender tanto la revuelta de octubre de 2019 como los resultados plebiscitarios de 2022.

Nuestra convivencia política, social y cultural debe ser explorada minuciosamente, alejándonos de interpretaciones simplistas o puramente causales. Si para algunos el 18 de octubre de 2019 abría ventanas para pensar un nuevo Chile, el 4 de septiembre de 2022 parió un país más bien perplejo, precarizado, en ánimo de sobrevivencia, con un tercio de la fuerza laboral en la economía informal y perspectivas de desarrollo poco auspiciosas.

Desde el “acontecimiento rechazo” ha sido necesario hacer una pausa y formular nuevas preguntas. Si bien al cierre de la edición del presente número la mayoría de los partidos y movimientos con representación en el Parlamento había logrado un acuerdo político para implementar un nuevo proceso constituyente, éste no parece generar un entusiasmo parecido al anterior. En parte, por lo enrevesado del mecanismo; en parte, por la composición de sus integrantes y la conformación de un cuerpo de expertos —¿quiénes pueden considerarse *expertos*?— con injerencia en distintos momentos y niveles. Todo está, además, a la espera de ser refrendado por vía de reforma constitucional en un Congreso con mayorías y alianzas que se han mostrado volátiles.

El documento “Un acuerdo por Chile” lleva la firma de los dirigentes desde el partido Unión Demócrata Independiente (UDI) hasta el Partido Comunista (PC), incluyendo movimientos en vías de constituirse en partidos, como Amarillos por Chile y Demócratas —que emergieron como “ganadores” de la opción por el Rechazo—, con sobre representación en el debate público, si miramos el escuálido porcentaje de sus representantes democráticamente electos.

El acuerdo consigna ciertos principios que chocan con aquellos propuestos por la convención constitucional. Se advierte, ciertamente, un riesgo evidente de retroceder en conquistas sociales, políticas y económicas y en mantener los pilares de la constitución vigente, como el principio de subsidiariedad. Por ello, es importante mantener una actitud vigilante de los rasgos que tomará este nuevo acuerdo constitucional y no claudicar en la importancia que el debate intelectual, la investigación y la reflexión crítica tiene en estos tiempos.

Este nuevo número de *Comunicación y Medios* no descansa en dicho empeño. Por el contrario, re-

fuerza su voluntad por publicar trabajos que no sólo aporten al debate específico de las comunicaciones y la cultura, sino que también sirvan como material para la deliberación pública. Hoy, más que nunca, se necesita una Universidad comprometida con su contemporaneidad y *Comunicación y Medios* es una herramienta que ésta tiene para entender y problematizar los fenómenos en curso.

Los artículos de este número

Esta edición 46 abre con cuatro artículos misceláneos. En “Hashtivismo desinformativo: el negacionismo de la dictadura argentina en Instagram”, Raquel Tarullo y Yanina Frezzotti analizan cómo el material engañoso de las publicaciones que acompañan al *hashtivismo* negacionista de violaciones a derechos humanos en Argentina —en concreto, #nofueron30000 y #nofueron30mil— funcionan como dispositivos de desinformación y aumento de polarización política en el país trasandino. En específico, las autoras afirman que si bien las referencias a la dictadura son el tema prioritario en las publicaciones analizadas entre febrero de 2020 y febrero de 2022 (más de 200 *posts* desinformativos), los temas que generan más interacciones son las cuestiones polarizantes de la coyuntura argentina. Y prosiguen: aunque las publicaciones sin personaje son las más abundantes, los *posts* que generan mayor participación tienen como protagonista a miembros de las agrupaciones pro derechos: mayoritariamente mujeres, ridiculizadas sobre todo si son activistas. Como puede advertirse en este artículo, los residuos del pasado siguen amenazando la democracia del presente.

Carolina Rodríguez Malebrán y Leila Mohammadi son las autoras de “Poder político y económico en la televisión local: mediación institucional en canales regionales chilenos”. Por medio de entrevistas en profundidad a productoras de televisoras locales de la Región de Coquimbo (Chile), las investigadoras buscaron comprender la relación entre las mediaciones institucionales de la televisión local y la producción de contenidos de proximidad. A partir de esta interrogante, advierten que, por un lado, los gobiernos municipales son las instituciones que se vinculan más estrecha y frecuentemente con las televisoras locales —lo que implica cierto “monopolio” de las autoridades locales en pantalla— y, por

otro lado, que las televisoras privadas dependen de la empresa privada local, lo que, en su conjunto, debilita la independencia y el pluralismo informativo y la autonomía editorial. Rodríguez y Mohammadi ofrecen un diagnóstico clave para pensar la libertad de prensa y el pluralismo informativo en la televisión regional en Chile.

“Los inmigrantes en la prensa chilena: una lucha por protagonismo y racismo encubierto”, de Anna Ivanova, Jorge Jocelin y Mario Samaniego, explora la masiva aparición del inmigrante en el paisaje social chileno a través del periódico capitalino y gratuito *Publometro*. Concretamente, el artículo pretende describir cómo se ha representado al migrante haitiano en el discurso mediático de ese medio durante los años 2017 y 2018. En sus palabras, esta investigación demuestra que la prensa diaria representa a los inmigrantes como un colectivo de sujetos a los que el Estado tiene que acoger, reforzando el enfoque referido a las acciones de políticas públicas hacia las comunidades migrantes y no las contribuciones de éstas al país receptor. Sus conclusiones son muy valiosas para comprender el trato e imaginarios que se generan sobre la migración en Chile a nivel comunicacional y los múltiples desafíos que existen en la integración social de la población haitiana hoy.

El último artículo de la sección miscelánea se titula “Las instituciones participativas de políticas de comunicación de América Latina”. Esta investigación, desarrollada por Alejandro Linares y María Soledad Segura, evalúa la capacidad de las instituciones y mesas estatales participativas de políticas de comunicación creadas en Argentina, Ecuador, México y Uruguay para hacer frente a la captura y/o poder de las élites políticas y económicas de cada país. Por medio de revisión documental y entrevistas en profundidad, la investigación analiza cómo las comisiones e instituciones participativas creadas en esos países ayudaron a resguardar mayores niveles de diversidad, incidencia, autonomía y transparencia en la normativa de los medios de comunicación y en su puesta en práctica. Como indican Linares y Segura, estos organismos participativos lograron, en ocasiones, limitar la captura de las políticas de comunicación o generar antecedentes valiosos en esa búsqueda. Sin embargo, no consiguieron evitar esta captura por élites económicas y políticas, ni, por lo tanto, modificar de manera sustancial los sistemas de comunicación estudiados.

Estos cuatro artículos son un aporte innegable para comprender mejor fenómenos emergentes de la sociedad latinoamericana. Pero, sobre todo, indagan en discusiones políticas que refuerzan y buscan promover el valor de la democracia en la región, para nada garantizada, como demuestra la última crisis en Perú que, al cierre de esta edición, contaba otro presidente procesado criminalmente, casi treinta muertos, más de 650 heridos y un llamado a elecciones recién para abril de 2024.

Siguiendo la tradición de *Comunicación y Medios*, este número incluye un monográfico dedicado a los 100 años de la radio en Iberoamérica. Editado por la Dra. Miriam Rodríguez Pallares y el doctorando Raúl Rodríguez Ortiz, este número especial busca, por una parte, llenar un vacío en la producción académica en torno a la radio —y dirigir la mirada hacia España y América Latina y El Caribe donde la radiofonía ha unido al mundo hispanohablante— y, por otra, conmemorar un siglo de historia de este fundamental medio de comunicación. Este monográfico reúne cinco investigaciones clave para entender cómo este dispositivo tecnológico se ha entrelazado con la complejidad política, cultural y social de la sociedad Iberoamericana. En su conjunto, se abordan una serie de vectores relacionados con la radio como el rol de la música en la producción de programas, su funcionamiento durante la dictadura militar en Chile, la propaganda política intra países, el resguardo de lenguas en resistencias y la emergencia de las plataformas tecnológicas contemporáneas. Sumado a ello, este monográfico incluye los discursos de la rectora de la Universidad de Chile, Rosa Devés, y de Silvia Aguilera, editora de LOM Ediciones, en la ceremonia de conmemoración de los 100 años de la radio en Chile realizado en la Casa Central de esta casa de estudios. En suma, este nuevo monográfico, finalmente editado por la profesora Rodríguez y el profesor Rodríguez, es un aporte evidente para reflexionar e imaginar el pasado, presente y futuro de la radio en Iberoamérica.

C&M en Scopus

Este nuevo número de *Comunicación y Medios* inaugura una nueva etapa en su historia con la aceptación de Elsevier para integrar la prestigiosa base de datos *Scopus*. Como equipo editorial, este logro significa un reconocimiento a la calidad

de nuestros artículos, así como también al trabajo que dedicamos a la edición completa de cada número. Más allá de los cuestionamientos legítimos a los mecanismos de indexación y a los indicadores estandarizados, formar parte de *Scopus* implica una complejización de los procesos editoriales y un desafío para buscar y atraer nuevas voces y enfoques complejos en sintonía con los cambios epocales que las comunicaciones, el periodismo, la cultura y la tecnología atraviesan/atavesamos.

En efecto, cerramos el 2022 y damos la bienvenida al año que marca el medio siglo desde el golpe de Estado de 1973, un hito que nos recuerda que la disputa simbólica por las identidades, la historia y la memoria está más vigente que nunca. Este mismo 2023, los Juegos Panamericanos que se celebrarán en Santiago nos recordarán cómo el deporte moviliza discursividades nacionalistas, muy dadas a la propaganda, y que intersecta cuestiones de raza, clase y género. El Mundial de Fútbol Masculino que acaba de terminar con Argentina campeón tras 36 años fue un claro recordatorio de aquello.

Todo esto, en el marco de fenómenos que tensionan nuestras comunidades y el debate público, la política y la convivencia: Millones de seres humanos seguirán migrando, huyendo de la guerra, el

hambre, el invierno o desastres y conflictos socio-ambientales; flujos migratorios que vendrán a o partirán *desde* Chile, más allá de lo que dictaminen los vaivenes políticos o las regulaciones del momento. Si el acuerdo constitucional prospera, habrá, también, dos momentos electorales que, veremos, qué y a quiénes moviliza y para qué. Para entonces, la disputa Apruebo/Rechazo puede que tenga otros signos y otros colores. Tal vez en esos más de 4 millones 800 mil chilenos que se inclinaron por una nueva constitución que reemplazara la de la dictadura, en septiembre de 2022, encuentren/encontremos vías o ventanas que iluminen áreas que hoy vemos más bien grises.

Tomás Peters

Editor General

Claudia Lagos Lira

Editora

Referencias

Hobsbawm, E. (2003). *Años interesantes. Una vida en el siglo XX*. Editorial Crítica.

Editorial Monográfico N°46: 100 años de la radio en Iberoamérica. Estudios de radio y futuro del medio

Equipo Editorial invitado:

Raúl Rodríguez Ortiz

Universidad de Chile, Chile

Miriam Rodríguez Pallares

Universidad Complutense de Madrid, España

1. El centenario de la radio

“La radiodifusión es hoy uno de nuestros medios más importantes de información colectiva. Hay más de 9.000 estaciones emisoras y 300 millones de aparatos receptores para llevar la voz de la radio a los hogares” decía Codding (1959, p. 4) a finales de la década de 1950, cuando la radio logró masificarse como medio de comunicación masiva, se publicaron los primeros discos en estéreo y las emisoras comenzaron a transmitir en frecuencia modulada (FM). Esto, pese a la desigual distribución de receptores, que se concentraba mayoritariamente en Estados Unidos y Europa, seguidos por América Latina, y con una presencia más modesta en Asia, África y Oriente Medio. Aun así, dicha masificación constituyó un hito para este joven medio, cuyas primeras emisiones experimentales datan de fines del siglo XIX.

Hay coincidencia en que la primera transmisión radiofónica ocurrió en la Nochebuena de 1906, cuando se emitió, desde la estación Brant Rock de Massachusetts, en Estados Unidos, un pasaje de la Biblia y el villancico *Oh, Holy Night*. Estados Unidos, Italia y Gran Bretaña fueron pioneros en la radiotelefonía a mediados de la década de 1910. Desde entonces, los experimentos vinculados a la emisión sonora regular a distancia se multiplicaron mundialmente. Aunque en un limitado lapso temporal, se registraron iniciativas exitosas como, por ejemplo, la transmisión de la Ópera Parsifal de Richard Wagner desde el teatro Coliseo, de Buenos Aires, el 27 de agosto de 1920 (Matallana, 2006). Ésta es considerada la primera emisión regular y

programada para un público abierto en habla hispana. Todo cambiaría desde allí, tanto para los argentinos como para el mundo, gracias a un invento cuya autoría todavía se disputa entre Nikola Tesla, Guglielmo Marconi, Aleksandr Stepánovich Popov y Julio Cervera.

La magia que tiene la radio de conectarnos, emocionarnos, informarnos y acompañarnos continúa más o menos intacta. 60 años después de las palabras de Codding —quien destacaba las ideas de la ONU y la UNESCO cuando sostenían que “la libertad de escuchar es un corolario esencial del derecho del hombre a la libertad de opinión y de expresión” (Codding, 1959, p. 4)—, la radio sigue siendo el medio con mayor penetración en el mundo al cumplirse su centenario durante esta década en buena parte del orbe.

El secretario general de la ONU, Antonio Guterres afirmó, en 2019, que la radio, en el contexto digital, “es una plataforma personal e interactiva en la que las personas pueden expresar sus opiniones, preocupaciones y motivos de queja. La radio es capaz de forjar una comunidad” (UNESCO, 2019). Dos años después, cuando se cumplieron diez años de la proclamación del Día Mundial de la Radio por parte de la UNESCO, su consejera en Comunicación e Información para América Latina y el Caribe, Rosa González, reforzó la idea de que la radio tiene “capacidad de transmisión de información y de conocimiento que hacen de ella un bien común de la humanidad” (UNESCO, 2021).

Es decir, la radio es un medio masivo, expresivo y próximo que moviliza la confianza y credibilidad de la ciudadanía, incluso sobre otros medios e instituciones.

Sin embargo, no todo es miel sobre hojuelas: todavía es considerado un medio cuyo aporte teórico está subdesarrollado (Lewis & Booth, 1989). Además, la radio ha sufrido una notoria pérdida de audiencia, al igual que los otros medios tradicionales, mientras que los digitales han tomado ventaja (Newman *et al.*, 2022). Esto puede y debe considerarse, al mismo tiempo, una amenaza y una oportunidad para la innovación y la reinención de la radio y sus formatos.

En razón de aquello, este monográfico pretende rendir homenaje a este medio a propósito de su

aniversario, prestando atención a su pasado, su presente y su futuro, con el foco en el ámbito iberoamericano.

2. Breve radiografía sobre los estudios de radio en Iberoamérica

Algunos elementos importantes que expresan el estado actual de la radiofonía se pueden encontrar en un análisis transversal de los estudios de radio en el mundo y en Iberoamérica. Estos trabajos forman parte de lo que se conoce como *radio studies*, que incluyen no solo estudios retrospectivos, sino también aquellos vinculados a la evolución e innovación del medio. Estos reflejan, a su vez, el fuerte crecimiento que ha tenido este campo de investigación desde los inicios del siglo XXI (Van Cour, 2019).

La producción científica vinculada al *radio broadcasting* es menor si la comparamos con la prensa, el cine y, sobre todo, la televisión (Chignell, 2008, p. 2). Quizás la menor rentabilización del audio frente a la imagen sea una de las causas que explicarían esta disparidad (Rodríguez-Pallares, 2018). Tanto a nivel internacional (Checa, 2003), como en España (Piñeiro-Otero, 2016; Guarinos, 2019) e Iberoamérica (Piñeiro-Otero & Martín-Pena, 2018), esta distancia sigue vigente. Existe, en este sentido, un consenso mayoritario respecto a que la radio es un medio invisible (Hilmes & Lindgren, 2018), olvidado o desatendido (Lacey, 2008) como objeto de interés en el campo de los estudios de medios.

No es sino hasta el siglo XXI cuando se registra un despegue y mayor protagonismo de los trabajos sobre la radio, en tanto tipología mediática (Van Cour, 2019). Sin embargo, hay trabajos clásicos —contemporáneos a la II Guerra Mundial—, que exploraron las interconexiones entre la psicología y las audiencias de radio. Entre estos se cuentan, por ejemplo, *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic* de Hadley Cantril (1940), *Radio and the Printed Page: An Introduction to the Study of Radio and its Role in the Communication of Ideas* de Paul Lazarsfeld (1940) y *Motivations and Gratifications of Daily Serial Listeners* de Herta Herzog (1944), que fue la primera encuesta de uso y gratificaciones sobre un radiodrama (Lewis, 2000).

Desde finales de la década de 1940, la producción vinculada a la televisión eclipsó estas líneas de investigación, que no avanzaron en la madurez crítica y reflexiva que exige un análisis científico (Lewis & Booth, 1989). Hubo, no obstante, excepciones como la publicación de Erick Barnouw (1966), *A History of Broadcasting in the United States* —el primero de tres volúmenes—, que significó un giro, aunque no definitivo, para la radio como protagonista de la producción científica (Sterling, 2009).

Posteriormente, la digitalización y la tecnologización del siglo XXI fomentaron la multiplicación de los estudios de radio por varios factores: entre ellos, una mayor preocupación por la metainvestigación y más estudios empíricos en diversos temas, tanto clásicos como nuevos o inexplorados. Como afirman Hilmes y Lindgren (2018):

La revolución digital ha afectado a los estudios de radio como lo ha hecho con otros medios, no solo abriendo el campo a nuevas formas de trabajo sonoro —podcasts, *streaming* de radio, servicios de música digital, audio en línea—, sino que proporcionando nuevos sitios y fuentes para estudios de radio y sonido, incluidas revistas en línea, boletines y blogs, sitios de conservación de audios, bases de datos de investigación, interfaces web para radios tradicionales y, por último, pero no menos importante, archivos de audio. (p. 301).

Aunque la radio ha manifestado cierto inmovilismo o pereza en comparación con la prensa o la televisión para aprovechar las nuevas oportunidades digitales, en la última década, sobre todo, las empresas radiofónicas se han visto obligadas a dar pasos hacia la reinención de sus procesos de producción, gestión y distribución. Como consecuencia, investigaciones sobre el *podcasting*, la plataformización de la distribución sonora o la datificación de la empresa radiofónica también empezaron a cobrar relevancia en el ámbito hispanoamericano (Piñeiro-Otero & Pedrero-Esteban, 2022; Fernández-Sande & Rodríguez-Pallares, 2022; Terol-Bolinches, Pedrero-Esteban & Alaejos, 2021; Gallego-Pérez, 2021; Galán, Herrero, Vergara, & Martínez, 2018).

En un nivel más amplio, la mayor oferta de posgrados en comunicación y la consolidación de revistas especializadas en audio y radio, como *Journal of Radio & Audio Media* (1993), *Radio Journal* (2003)

y *Radio Doc Review* (2014), son una muestra de aquello. Los estudios son cada vez más interdisciplinarios y transnacionales (Hilmes & Lindgren, 2018), y sus elementos de análisis son considerados un desafío, tanto para sacar a la radio de sus “bordes” (Lacey, 2008), como por la oportunidad de conocer y enriquecer el campo de estudio en un entorno eminentemente digital. De esta forma, se conjugan nuevos enfoques con aspectos clásicos y otros colindantes, como la perspectiva empresarial o la comercial.

Buena cuenta de todo lo que se ha venido relatando queda patente en las revisiones bibliográficas sobre la radio como objeto de estudio en el ámbito iberoamericano. Piñeiro-Otero (2016) analizó la producción científica en radio en las principales revistas de comunicación españolas, entre 1980 y 2013, y comprobó el bajo interés en el medio: “el estudio de la investigación comunicativa desarrollada en las últimas tres décadas ha permitido constatar el limitado interés de los comunicólogos españoles en la comunicación radiofónica” (p. 1182). Dos años más tarde, en una profundización del estudio, se encuestaron a 63 especialistas de radio en Iberoamérica —España (23), Brasil (12), Portugal (10), Argentina (8), México (4), Colombia (4) y Ecuador (2)— para identificar los objetos, temática y calidad de los estudios en los ámbitos nacional y global, además de sus percepciones sobre el campo radiofónico. El trabajo concluyó que la tecnología se había convertido en el principal objeto de investigación radiofónica, por delante del periodismo y la cultura: “las transformaciones del medio sonoro en su transposición a Internet han suscitado el interés de los participantes, situando la tecnología como línea predominante en su producción individual y en los *radio studies* globales” (Piñeiro-Otero & Martín-Pena, 2018, p. 106-107), manteniendo la hegemonía de estudios de contenido. “Los nuevos focos de interés investigador, en auge en los últimos años, aunque dejando muy afuera casi todo el resto del sonido, no solo radiofónico, son, por igual, la producción digital y el entorno *online*; los nuevos modelos de consumo y negocio; la radio universitaria. Pueden parecer tres temas separados, pero realmente el entorno 3.0 los une a todos” (Guarinos, 2019, p. 16).

Merece la pena, en este ámbito, revisar los recientes monográficos dedicados a la radio: uno

vinculado al centenario de la radiodifusión, en la revista *Historia y Comunicación Social* (Balsebre & Fernández-Sande, 2021); otro, al audio digital en *El Profesional de la Información* (Piñeiro-Otero & Pedrero-Esteban, 2022). Si en el primero se recuperan aspectos de la historia de la radio, imbricados con temas más actuales como la radio creativa, la publicidad y el *podcast*, el segundo recopila investigaciones relacionadas con los ámbitos más novedosos del ecosistema digital. También vale mencionar esfuerzos más locales para conmemorar el siglo de vida de la radiofonía en Chile, México, Argentina, Uruguay y Brasil. Destacan entre ellos *100 años de la radio en Chile* (Rodríguez Ortiz, 2022), *Días de radio: Cien años de la radio en México* (Sosa, 2021) y *36.500 días de radio*, en Argentina (Ulanovsky, 2020). Este conjunto de obras proponen una mirada social, periodística, documental e histórica sobre la radio.

En el campo lusófono, el estado del arte es similar. En Portugal, la comunicación comenzó a enseñarse después de la Revolución de los Claveles de 1974 y recién en 1997 se publicó la primera tesis doctoral relacionada a radio en Portugal: “En lo que concierne a investigación, la producción académica ha sido también relativamente silenciosa” (Oliveira, 2015, p. 243). En Brasil la situación no es tan distinta, aun cuando es posible rastrear un mayor número de investigaciones profesionales y técnicas vinculadas con el medio, sobre todo, a partir de la década de 1970 y que se manifestaron de forma más sistemática a partir de 1990. Las revistas especializadas en radio dan cuenta de la relevancia que el medio sonoro alcanzó en el contexto científico brasileño (Moreira-Dias, Adami & Fernández-Sande, 2021; Prata, Cordeiro & Morando, 2019). Esta proliferación y heterogeneidad en los enfoques de los *radio studies* quedaron plasmados también en las conclusiones del estudio de 570 artículos científicos presentados entre 2001 y 2015 al Congreso Nacional de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (Intercom), específicamente, al Grupo de Investigación de Radio y Medios de Sonido: los resultados demuestran que “los temas más investigados son, respectivamente, historia de las radios, radio local/regional, periodismo radiofónico, convergencia, radio pública/educativa, industria fonográfica/música, radio y política, teorías de la radio, radio comunitaria y radio arte” (Kischinhevsky *et al.*, 2017, p. 163).

En Latinoamérica destaca el trabajo exploratorio de Espada (2020) en Argentina. Después de reconocer el valor que tienen los pioneros en el estudio de la radio en ese país, como María Cristina Mata y Ricardo Haye, y la contribución más actual de José Luis Fernández, el autor detecta un *corpus* diverso que ha trabajado la radio como objeto dentro del campo de la comunicación. En este destacan las emisoras estatales como el objeto de estudio más abordado, seguido por las radios universitarias y comunitarias. El estudio concluye que “existen abordajes variados y alternativos. Desde la perspectiva de los derechos humanos hasta el análisis de su funcionamiento económico; desde las emisoras comunitarias y universitarias hasta la utilización de plataformas y el surgimiento del *podcasting*” (Espada, 2020, p. 14).

También Bernedo (2004), de forma mucho más exploratoria, hizo un balance historiográfico de los estudios de medios en Chile incluyendo a la radio. Para dar respuesta a la línea clásica de la historia de la radio, muy incipiente en Chile en esos años, destaca que la radiodifusión no ha sido objeto de investigación histórica por varias razones: la inexistencia de modelos de almacenamiento y gestión de archivos, la fragmentación de la propiedad y la dispersión geográfica del medio radial. Respecto al primer punto, desde mediados de la década pasada, este es motivo de interés y preocupación de los investigadores a propósito de la pérdida de archivos analógicos y la preservación de los documentos digitales sonoros (Rodríguez-Pallares, 2015; Rodríguez-Pallares, 2014; Fernández-Sande, Rodríguez-Barba & Rodríguez-Pallares, 2013).

En esta perspectiva se agrupan las investigaciones más sobresalientes en Iberoamérica, especialmente en América Latina, que responden a la historia, regulación, radio comunitaria, lenguaje, géneros, explotación de contenidos, y transformación digital, entre otras. Merayo (2007), por ejemplo, es uno de los pioneros, desde inicios del 2000, en dar cuenta de la historia y diversidad de la radio en la región, contribuyendo al conocimiento y debate sobre los modelos de radio existentes en distintos países. Le han seguido Ballesteros y García (2020) y Bosetti (2022), con la idea de mapear y de analizar los distintos tipos de radios y la conexión con sus comunidades, sean territoriales, educativas o de intereses.

3. Propiedad, estado actual e innovación en radio

Las transformaciones en la industria radiofónica no pueden entenderse desvinculadas de un análisis de su propiedad. Las empresas unisocietarias han dado paso a grandes conglomerados empresariales que asumen diferentes formas jurídicas — aprovechando la escasa regulación o inexistencia de cotas a la concentración mediática, por ejemplo— y aúnan, bajo una misma matriz, actividades en distintos medios e incluso sectores, como la banca o el *retail*. Si bien esta tendencia es aplicable a nivel global, destacamos sus consecuencias en España (García-Santamaría, 2016; Pérez-Serrano, 2006) y en Latinoamérica (Becerra & Mastriani, 2017; Méndel, García & Gómez, 2017). Estos movimientos, que se aceleraron a finales del siglo XX como consecuencia de los diferentes procesos de liberalización del mercado de las telecomunicaciones, no hicieron sino perpetuar el dominio de las radios comerciales sobre las públicas y, sobre todo, las comunitarias, aun cuando estas últimas cuentan con una larga tradición en América Latina (Mata, 2010, Krohling-Peruzzo, 2006; Gumucio-Dagron, 2001) y luchan por igual espacio en España (García-García, 2021).

Pese a la adaptación de los grandes grupos de comunicación al nuevo escenario convergente, la radio, así como también la prensa escrita y la televisión, experimenta una caída en sus audiencias en sus formatos tradicionales (Newman *et al.*, 2022). Incluso así, con motivo del centenario de este medio, que se celebró en Chile, Brasil, Cuba y otros países de la región en 2022, hay iniciativas que dan cuenta de la buena salud del formato sonoro, expandido a lo digital.

El salto de la radio al contexto *online* y digital ha sido un camino no exento de dificultades. Desde finales de la década pasada, este proceso ha dado lugar a diferentes conceptos para explicar el nuevo ecosistema (Kichinhevsky, 2017; Ortiz-Sobrino, 2012; Cebrián-Herreros, 2008), formas de repensar la producción (Ballesteros & Martínez, 2019; Pedrero-Esteban & García-Lastra, 2019; Gallego-Pérez & García-Leiva, 2012; Ortiz-Sobrino & López-Vidales, 2011) y a multitud de estrategias para sobrevivir en un entorno donde la competencia de nuevos actores se presentó como una amenaza

desconocida para la radio. Los agregadores de noticias, las plataformas de distribución de audio y la participación de la audiencia digital o los productores independientes y *podcasters* han modificado el ecosistema radiofónico y han obligado a la radio tradicional a reinventarse.

Aunque la radio lineal, en su concepción más tradicional, sobrevive y no hay signos de desaparición inminente, es evidente que experimenta un proceso de ensayo-error que es especialmente atractivo para oyentes, profesionales y académicos. En este torbellino apasionante y vertiginoso conviven investigaciones que revisan aspectos clásicos en sus nuevas versiones, con otras que ponen el foco en los elementos más vanguardistas.

Fundamentalmente, los trabajos de investigación actuales se mueven alrededor de cuatro grandes focos de interés: narrativas y convivencia de nuevos formatos sonoros (Moreno, Amoedo & Martínez-Costa, 2017; López, 2021) con el renacer de otros clásicos, como la ficción (Arias-García & Rodero-Antón, 2021; López & Olmedo, 2020) o el documental sonoro (Rodríguez Ortiz, 2021); la producción de contenidos (Carvajal, Marín-Sanchiz & Navas, 2022; Hausman, Messere, O'Donnell & Benoit, 2011); los nuevos modelos y plataformas de distribución (Terol-Bolinches, Pedrero-Esteban & Pérez-Alaejos, 2021; Legorburu, Edo, & García-González, 2021), y la rentabilización y comercialización del audio (Vidal-Mestre, et al. 2022; Orrantia, 2022; Martínez-Otón, Sellas & Ortega, 2021; Espinosa-de-los-Monteros, 2020; Peinado-Miguel, Rodríguez-Barba & Rodríguez-Pallares, 2017).

Paralelamente, se multiplican los estudios de experiencias de impacto social vinculadas al desarrollo y marcha de las radios locales y de proximidad, comunitarias y populares, así como iniciativas sonoras ligadas a movimientos o colectivos ciudadanos, que entienden a la radio como un espacio de identidad, participación y asociatividad. Ejemplo de ello es el monográfico de la revista *Chasqui* dedicado a la comunicación comunitaria, con especial énfasis en la radio (Krohling-Peruzzo, Chaparro & Torrico, 2019).

4. Monográfico para el centenario de la radio en Iberoamérica

Los artículos que conforman este número especial buscan llenar un vacío en la producción académica

en Iberoamérica. Tres artículos provienen de Chile, uno de Argentina y otro de España. Pese a que no todos los países de la región encuentran representación, la selección destaca por abordar aspectos que han sido menos explorados en los *radio studies* y que, sin embargo, son de especial interés y se constituyen como una contribución al estudio y comprensión del ecosistema radiofónico y sonoro.

Cristián Guerra Rojo firma el artículo "La música en la última etapa del radioteatro El Siniestro Doctor Mortis (1960-1980)". Con profundidad y delicadeza, se aborda aquí uno de los géneros más emblemáticos del formato sonoro: el radioteatro. A partir del caso de estudio de la obra de Juan Marino, se analiza la relevancia de uno de los cuatro elementos clave del lenguaje radiofónico, como lo es la música. En 51 episodios estudiados, se identifican 38 piezas musicales que son analizadas y puestas en valor como elemento fundamental en la ambientación sonora del género de terror, aun cuando algunos de los capítulos corresponden a ciencia ficción o comedia. Con todo, este estudio exploratorio puede considerarse señero en el estudio de la procedencia y uso de la música en la ficción radiofónica, específicamente, en este clásico radioteatro chileno, que asume un carácter "plurimedial", como plantea el autor.

El artículo de Pedro Acuña Rojas, "La propaganda sonora del peronismo en Chile. El caso de Radio El Mercurio, 1953", analiza la impronta social y política de esta radio, del principal diario conservador chileno del mismo nombre, como ejemplo de la capacidad de los medios para permear a la opinión pública. La intervención de los poderes políticos en la cobertura radiofónica ayuda a ejemplificar cómo la naturaleza de este medio dio un salto del entretenimiento a su explotación como herramienta al servicio de intereses transnacionales del gobierno argentino de Juan Domingo Perón (1952-1955). Esto con el fin de condicionar el ideario popular chileno, rompiendo barreras culturales y sociales. A través de un caso de estudio, se profundiza en las fortalezas del medio, pero también en las amenazas que se ciernen sobre él en relación con la propaganda en la radiofonía.

El artículo de Matías Alvarado, "Radio Nacional de Chile. La apuesta radiofónica de la dictadura cívico-militar chilena", se focaliza en el análisis de esta radio de titularidad pública que nació en los

albores del gobierno de facto liderado por Augusto Pinochet. Si bien se vincula el servicio audiovisual público con valores como la universalidad, independencia, diversidad, innovación y rendición de cuentas (EBU, 2014), la gestión de estos medios es compleja y está sujeta a fluctuaciones políticas y sociales. Radio Nacional de Chile es un ejemplo de la instrumentalización de este medio público inédito en el país sudamericano y, a su vez, de la supervivencia de estos servicios culturales, que deben buscar la forma de convivir con la radio privada sin incurrir en pérdidas incapacitantes.

El artículo de Agustín Espada, “El contenido radiofónico por otros medios. Un análisis de las estrategias de distribución y comunicación de contenidos en redes y plataformas sociales por parte de distintos productores radiofónicos de Argentina (2019-2020)”, aborda uno de los aspectos que, en la actualidad, preocupan sobremanera a responsables de la gestión de la empresa radiofónica: cómo lidiar con las plataformas de distribución de contenidos de audio externas a los radios. A partir del estudio de 30 emisoras argentinas, se identifican y categorizan las estrategias de distribución y comunicación de contenidos radiofónicos en canales externos —plataformas de audio, agregadores o redes sociales—, nuevos actores del ecosistema sonoro que, sin duda, están obligando a directivos y gestores a replantear su modelo tradicional de negocios. Las conclusiones evidencian una clara diferenciación a la hora de enfrentarse a estos nuevos actores entre las emisoras tradicionales y las nativas digitales, así como en función del retrato de sus audiencias.

El artículo de Eloi Camps-Durban, “Radios libres y normalización del catalán: medios comunitarios en la recuperación de una lengua minorizada”, se centra en las radios libres del espacio catalán, como un modelo encuadrado en la comunicación comunitaria, con el objetivo de analizar de qué forma contribuyeron a la extensión de esta lengua. A partir de la discusión sobre las minorías lingüísticas, el autor analiza una muestra de 17 emisoras radiofónicas, entre 1977 y 1989. Las conclusiones orbitan alrededor de la idea del poder que las radios comunitarias ostentan a la hora de normalizar lenguas, culturas o colectivos sociales, que en el caso de las emisoras estudiadas contribuyó a la amplificación del uso público del catalán en los medios, aunque no de manera homogénea.

5. A modo de conclusión

En su conjunto, los artículos de este número nos invitan a prestar atención a la radio como objeto de estudio que “desafía a los académicos a utilizar enfoques transnacionales, transmediáticos, transdisciplinarios e interinstitucionales, para estar a la altura de la naturaleza ágil y versátil de la radio”, tal como plantean Lindgren y Hilmes (citados en Föllmer & Badenoch, 2018, p. 25). El centenario del medio de comunicación audiovisual más longevo merece que profesionales y académicos le demos el reconocimiento que se merece, existiendo avances en esta dirección, tanto a través del desarrollo de los estudios de radio (o *radio studies*), como de investigaciones empíricas diversas, tradicionales como nuevas. La radio ha sido el medio más social por su capacidad para llegar a la población independientemente de su nivel sociocultural o económico; es compañera de entretenimiento y fuente de información y, pese a la llegada de internet, mantiene su inmediatez noticiosa con orgullo y buen hacer. La digitalización, la multiplicación de canales, la diversidad y fragmentación narrativa o la ruptura de la linealidad en las emisiones, aun implicando grandes esfuerzos de adaptación, no restan brillo al audio, que ha logrado reinventarse. Con este monográfico se busca apostar en contra del “bajo estatus cultural del sonido y la radio” (Lewis, 2000, p. 165), aportando lustre a este medio y animando a los investigadores a profundizar en su estudio; al colectivo académico a desarrollar programas innovadores de enseñanza y aprendizaje en el ámbito sonoro, y a agentes políticos y económicos a reconocer y apoyar, tanto al medio como a su estudio. La radio no solo tiene un papel protagonista en la historia reciente, sino que también lo tendrá en el futuro. Queda mucho camino por recorrer. A corto plazo seremos testigos de puntos de inflexión en el desarrollo de la producción radiofónica, así como en sus modelos de gestión y distribución, que merecerán su estudio y proyección dentro del ecosistema mediático y sonoro nacional e internacional.

Referencias

- Arias-García, E., & Rodero-Antón, E. (2021). *Los géneros radiofónicos de ficción seriados: El serial y la serie*. Congreso Internacional Nodos del Conocimiento 2020 "Universidad, innovación e investigación ante el horizonte 2030". <https://bit.ly/2TJ8NfR>
- Ballesteros, T., & García, S. (2020). *Mapa de radios de América Latina y el Caribe*. Ediciones del Jinete Insomne.
- Ballesteros, T., & Martínez, G. (Coords.) (2019). *¡La radio vive! Mutaciones culturales de lo sonoro*. Ediciones CIESPAL.
- Balsebre A., & Fernández-Sande, M. (2021). Prólogo del monográfico "Cien años de radio". *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 321. <https://doi.org/10.5209/hics.79238>
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2017). Concentración y convergencia de medios en América Latina. *Communicuer*, 20, 104-120. <https://doi.org/10.4000/communiquer.2277>
- Bernedo, P. (2004). Balance de la historiografía de las comunicaciones en Chile. *Comunicação & Sociedade*, 41, 153-170. <https://bit.ly/3DNwxcm>
- Bossetti, O. (comp.) (2022). *Radios de(s)generadas: medios y modos diversos de producir y escuchar*. Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER)
- Carvajal, M., Marín-Sanchiz, C. R., & Navas, C. J. (2022). The daily news podcast ecosystem from the strategy and business model perspectives. *Profesional de la Información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.14>
- Cebrián-Herreros, M. (2008). *La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y a la radio móvil*. La Crujía.
- Checa, A. (2003). *Fuentes sobre radio. Un siglo de bibliografía internacional*. Mergablum.
- Chignell, H. (2008). *Key concepts in radio studies*. Sage publications.
- Coddins, G. (1959). Derecho a escuchar. *El Correo de la Unesco*, año XII, 4-8.
- EBU (2014). *PSM Values Review: The tool*. European Broadcasting Union.
- Espada, A. (2020). Un breve recorrido por la bibliografía argentina en los estudios sobre la radio. *Question/Cuestión*, 2(66), 1-25.
- Espinosa-de-los-Monteros, M. J. (2020, mayo, 14). 'Podcast' de marca frente a 'podcast' corporativo. Cada vez son más las marcas que utilizan el formato 'podcast' para comunicar y crear. *El País*. <https://bit.ly/3G6Nx9D>
- Fernández-Sande, M., & Rodríguez-Pallares, M. (2022). Big data in the radio broadcasting companies: applications and evolution. *Profesional de la Información*, 31(5), <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.16>
- Fernández-Sande, M., Rodríguez-Barba, D., & Rodríguez-Pallares, M. (2013). La gestión de contenidos como actividad estratégica en empresas de radiodifusión. Estudio de casos en la radio comercial española". *Profesional de la Información*, septiembre-octubre, 22(5), 392-398. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.sep.03>
- Föllmer, G. & Badenoch, A. (eds.) (2018). *Transnationalizing Radio Research*. Transcript Verlag.
- Galán, R., Herrero, F., Vergara, M., & Martínez, C. (2018). Estudios sobre el podcast radiofónico: revisión sistemática bibliográfica en WOS y Scopus que denota una escasa producción científica. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 1398-1411. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1313>

- Gallego-Pérez, J. I., & García-Leiva, M. T. (2012). *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Instituto RTVE.
- Gallego-Pérez, J. I. (2021). The value of sound: Datafication of the sound industries in the age of surveillance and platform capitalism. *First Monday*, 26(7). <https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.10302>
- García-García, J. (2021). 40 años de obstáculos a las radios comunitarias en España (1979 - 2021). *Historia y comunicación social*, 26(2), 487-497. <https://doi.org/10.5209/hics.77114>
- García-Santamaría, J. V. (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Editorial UOC
- Guarinos, V. (2019). El arco de la investigación científica actual de los mundos sonoros en comunicación: del silencio al grito. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*. 12(2), 9-19. <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6844>
- Gumucio Dagron, A. (2001). *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Plural Ediciones.
- Hausman, C., Messere, F., O'Donnell, L., & Benoit, P. (2011). *Producción moderna de radio: producción, programación y ejecución*. Cengage Learning 7Editores <https://bit.ly/36ol8IX>
- Hilmes, M., & Lindgren, M. (2018). The Future of Radio Studies. En G. Föllmer, & A. Badenoch (Eds.). *Transnationalizing Radio Research: New Approaches to an Old Medium* (pp. 301-313). Transcript.
- Kischinhevsky, M. (2017). *Radio y medios sociales*. Editorial UOC.
- Kischinhevsky, M., Benzecry, L., Mustafá, I., De Marchi, L., Chagas, L., Ferreira, R., Victor, R., & Viana, L. (2017). A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI – Chaves conceituais e objetos de pesquisa. *Intercom – RBCC*, 40(3), 91-107. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201736>
- Krohling-Peruzzo, C., Chaparro, M., & Torrico, E. (2019). Introducción al monográfico comunicación y medios comunitarios. *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*, 140, 33-42. <https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3994>
- Krohling-Peruzzo, C. (2006). Radio comunitaria, educomunicación y desarrollo social. *Contratexto*, 14, 199-222. <https://doi.org/10.26439/contratexto2006.n014.769>
- Lacey, K. (2008). Ten years of radio studies: The very idea. *Radio Journal, International Studies in Broadcast and Audio Media*, 6 (1), 21-32. <https://doi.org/10.1386/rajo.6.1.21/4>
- Legorburu, J. M., Edo, C., & García-González, A. (2021). Podcasting as an opportunity to recover and renew the audio feature genre in Spanish: A case study of Cuonda and Podium Podcast. *Radio journal: international studies in broadcast & audio media*, 19 (2), 311-326. https://doi.org/10.1386/rjao_00046_1
- Lewis, P. (2000). Private passion, public neglect. The cultural status of radio. *International Journal of Culture*, 3, 160-167. <https://doi.org/10.1177/1367877900003002>
- Lewis, P., & Booth, J. (1989). *The invisible medium. Public, commercial and community radio*. Howard University Press.
- López, P. (2021). *Formatos sonoros radiofónicos*. Comunicación Social.
- López, P., & Olmedo, S. (coords.) (2020). *El Radioteatro: Olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas*. Comunicación Social.

- Martínez-Otón, L., Sellas, T., & Ortega, J. (2021). El branded podcast como estrategia corporativa y de marca: sentido de pertenencia, pedagogía social y posicionamiento. En J.P. Olivares, & R. Gago (coords.), *El branded content en la comunicación posdigital: estructuras, aplicaciones y casos de éxito* (pp. 145-168). Tirant Lo Blanch.
- Mata, M.C. (2010). La construcción de poderes desde las radios populares: nuevos desafíos político-comunicativos. En J. Gerbaldo et al. (coords.), *Todas las voces todos*. Farco-Afsca-Ministerio Desarrollo Social.
- Matallana, A. (2006). *Locos por la radio. Una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*. Prometeo.
- Méndel, T., García-Castillejo, A., & Gómez, G. (2017). *Concentración de medios y libertad de expresión: normas globales y consecuencias para las Américas*. UNESCO
- Merayo, A. (Coord.) (2007). *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*. Comunicación Social Ediciones.
- Moreira-Dias, L. M., Adami, A., & Fernández-Sande, M. (2021). Revistas especializadas de rádio no Brasil e a espetacularização (décadas de 1920 a 1950). *Acervo*, 34 (3), 1-16. <https://bit.ly/3G1Lluw>
- Moreno, E., Amoedo, A., & Martínez-Costa, M. P. (2017). Usos y preferencias del consumo de radio y audio online en España: tendencias y desafíos para atender a los públicos de internet. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 23(2), 1319-1336. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58047>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute and University of Oxford. <https://bit.ly/3UbmrsU>
- Oliveira, M. (2015). Som em frequência moderada: cartografia dos Estudos de Rádio em Portugal. En M. Oliveira, & N. Prata (coords.), *Rádio em Portugal e no Brasil: Trajetória e cenários*, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) (pp. 239-249). Universidade do Minho. <https://bit.ly/2J1EOcm>
- Orrantia, A. (2022). *¿Cómo habla tu marca en podcast? El audio en la estrategia de marketing digital de tu empresa*. ESIC.
- Ortiz-Sobrino, M.Á. (2012). Radio y post-radio en España: una cohabitación necesaria y posible. *Área abierta*, 12(2).7 https://doi.org/10.5209/rev_ARAB.2012.n32.39637
- Ortiz-Sobrino, M.Á., & López-Vidales, N. (Eds.) (2011). *Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era: La democratización de los contenidos*. Fragua.
- Pedrero-Esteban, L., & García-Lastra, J.M. (Eds.) (2019). *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Tirant Lo Blanch Humanidades.
- Peinado-Miguel, F., Rodríguez-Barba, D., & Rodríguez-Pallares, M. (2017). Hacia un nuevo modelo de negocio radiofónico: la radio corporativa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 147-164. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55588>
- Pérez-Serrano, M.J. (2006). La concentración de medios en España: análisis de casos relevantes en radio, prensa y televisión. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://bit.ly/3A0gAaG>
- Piñeiro-Otero, T. (2016). La radio en la investigación comunicativa en España: una línea minoritaria para un medio mayoritario. *Signo y Pensamiento*, 35 (69), 30-48. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-69.rice>

- Piñeiro-Otero, T., & Martín-Pena, D. (2018). Los estudios sobre radio: Un balance desde la academia iberoamericana. *Revista Comunicar*, XXVI (57), 101-111. <https://doi.org/10.3916/C57-2018-10>
- Piñeiro-Otero, T., & Pedrero-Esteban, L.M. (2022). Audio communication in the face of the renaissance of digital audio. *Profesional de la información*, 31(5), e310507. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.07>
- Prata, N., Cordeiro, H., & Morando, K. (2019). A divulgação científica sobre rádio no Brasil: Um estudo da revista Rádio-Leituras. *Estudos em Comunicação*, 29, 159-175. <https://doi.org/10.25768/fal.ec.n29.a10>
- Rodríguez Ortiz, R. (ed.) (2022). *100 años de la radio en Chile*. LOM Ediciones.
- Rodríguez Ortiz, R. (2021). Documental sonoro y arte radiofónico. *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 441-451. <https://doi.org/10.5209/hics.79152>
- Rodríguez-Pallares, M. (2014). *Análisis de los actuales modelos de gestión de contenidos y conocimiento en las grandes cadenas de radiodifusión españolas: SER, Onda Cero, COPE y RNE*. [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://bit.ly/3UlwmoN>
- Rodríguez-Pallares, M. (2015). Integración y visibilidad de la gestión de contenidos, dos retos por alcanzar en el modelo de comunicación radiofónica digital. Análisis de los casos de SER, COPE y RNE. *Revista General de Información y Documentación*, 25 (1), 191-213. http://dx.doi.org/10.5209/rev_RGID.2015.v25.n1.48987
- Rodríguez-Pallares, M. (2018). La impronta de las políticas de gestión de archivos en la labor formativa de los medios. Estudio comparativo de las radios líderes en España y Portugal. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1691-1701. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.62241>
- Sosa, G. (2021). *Días de radio*. Tintable.
- Sterling, C. (2009). The Rise of Radio Studies: Scholarly Books Over Four Decades. *Journal of Radio & Audio Media*, 16(2), 229-250. <https://doi.org/10.1080/19376520903279423>
- Terol-Bolinches R., Pedrero Esteban L.M., & Pérez Alaejos M. (2021). De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante. *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 475-485. <https://doi.org/10.5209/hics.77110>
- Ulanovsky, C. (2020). *36.500 días de radio*. Editorial Octubre.
- UNESCO (13 de febrero de 2019). La radio como instrumento de paz. <https://bit.ly/3TiyhE7>
- UNESCO (9 de febrero de 2021). Documental: Nuevo mundo, nueva radio. <https://bit.ly/3eXGODy>
- Van Cour, S. (2019) Radio and Sound Studies. En K. Gabbard (ed.). *Oxford Bibliographies in Cinema and Media Studies*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/OBO/9780199791286-0312>
- Vidal-Mestre, M., Freire-Sánchez, A., Calderón-Garrido, D., Faure-Carvalho, A., & Gustems-Carnicer, J. (2022). Audio identity in branding and brand communication strategy: a systematic review of the literature on audio branding. *Profesional de la información*, 31(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.04>

- ¿Cómo citar?

Rodríguez Ortiz, R., & Rodríguez-Pallares, M. (2022). Editorial Monográfico N° 46: 100 años de la radio en Iberoamérica. Estudios de radio y futuro del medio. *Comunicación y Medios*, 31(46). <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.69364>



SECCIÓN
MISCELÁNEA



Hashtivismo desinformativo: el negacionismo de la dictadura argentina en Instagram

Disinformation and hashtivism: denialism of the Argentine dictatorship on Instagram

Raquel Tarullo

CONICET/CITNoBA, Buenos Aires, Argentina
mrtarullo@comunidad.unnoba.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0003-2372-7571>

Yanina Frezzotti

CONICET/ CITNoBa/ Universidad Nacional Noroeste,
Buenos Aires, Argentina
yfrezzotti@comunidad.unnoba.edu.ar
<https://orcid.org/0000-0002-5704-0471>

Resumen

Este artículo estudia el material engañoso de las publicaciones que acompañan al *hashtivismo* negacionista #nofueron30000 y #nofueron30mil en Argentina. Se realizó un análisis cuantitativo de contenido de 223 *posts* desinformativos publicados en Instagram entre el 6 de febrero de 2020 y el 6 de febrero de 2022, complementando la indagación de manera cualitativa en los *posts* más populares (n=52). Los resultados muestran que los contenidos visuales engañosos sobre la memoria histórica no son los que reciben mayor interacción. Como estrategia de desinformación, se utiliza la manipulación hiperpartidista y se prioriza el uso de videos y "memes" con el propósito de ridiculizar a sus adversarios, con una alta carga de incivildad que contribuye a la polarización. Finalmente, se apropiaron de *hashtags* de movimientos opositores para producir narrativas desinformativas.

Palabras clave: Desinformación; Argentina; *Hashtivismo* negacionista; Dictadura; Instagram.

Abstract

This article studies the hoaxes that accompany the denialist hashtags #nofueron30000 and #nofueron30mil in Argentina. A quantitative content analysis of 223 disinformative posts published on Instagram from February 6, 2020, to February 6, 2022 was carried out, complementing the examination using a qualitative technique on the most popular posts (n=52). The results show that misleading visual content about historical memory is not the one that receives the most interaction. As a strategy of disinformation, hyperpartisan manipulation is used and videos and "memes" are exploited for ridiculing its critics, with a high level of incivility that contributes to polarization. Finally, they appropriate hashtags from opposition movements to produce disinformation narratives.

Keywords: Disinformation; Argentina; Hashtivism; Dictatorship; Instagram.

1. Introducción

Con el uso creciente de las redes sociales para el consumo de noticias, sumado a la progresiva desconfianza de la ciudadanía hacia la prensa (Bennett & Livingstone, 2018), la circulación de desinformación ha ganado terreno como estrategia para confirmar aceptaciones o convalidar resistencias (Tucker *et al.*, 2018). Esto ocurre especialmente en contextos divergentes donde los grupos con ideologías afines se congregan, ayudados por los algoritmos del entorno digital (Innerarity & Colomina, 2020), haciendo que la polarización y la desinformación se retroalimenten en bucle (Soares & Recuero, 2021).

Aquí, el uso de hashtags para difundir desinformación es una de las tácticas utilizadas en el ambiente digital, con diversas estrategias como las batallas de *hashtags* (Soares & Recuero, 2021) y el “pirateo” o jaqueo de hashtags —*hashjacking* (Darius & Stephany, 2022)—, que es apropiarse de un *hashtag* que responde a un determinado grupo y usarlo para desplegar campañas desinformativas a favor del movimiento contrario.

En Argentina, las investigaciones sobre desinformación se incrementaron en los últimos años (Calvo & Aruguete, 2020). Sin embargo, los estudios sobre *hashtivismo* son escasos y, en su mayoría, están relacionados con el activismo feminista (Tarullo & García, 2020). Por lo tanto, este trabajo amplía la discusión sobre las estrategias de desinformación en redes sociales e indaga en el *hashtivismo* negacionista sobre el número de personas secuestradas y desaparecidas durante la última dictadura militar en Argentina a partir del análisis de las publicaciones con material desinformativo agrupadas en los *hashtags* #nofueron30000 y #nofueron30mil en Instagram, publicadas durante dos años.

2. Sobre los tipos de desinformación

Diversos estudios han diseñado modelos para clasificar la desinformación, revelando la complejidad del problema. Salaverría *et al.* (2020), por ejemplo, proponen una tipología de los contenidos desinformativos y distinguen entre broma, exagera-

ción, descontextualización y engaño. Tandoc *et al.* (2018), en tanto, identifican seis tipos de desinformación que organizan en dos dimensiones según los niveles de veracidad y engaño: sátira informativa, parodia informativa, fabricación, manipulación, propaganda y publicidad. Wardle y Derakhshan (2017) clasificaron siete tipos de engaños desde la sátira y la parodia hasta la fabricación total de contenidos falsos. Además, estos autores diferencian la desinformación (creación deliberada de engaños con propósitos de dañar a personas, países o instituciones) de la mala información (*misinformation*: la información es falsa pero no busca el perjuicio de nadie). Con todo, investigaciones previas demuestran que, más que fabricar engaños, quienes despliegan campañas de desinformación recurren tanto a estrategias de manipulación y encuadre sesgado de hechos reales, como a la sátira, que suele difundir eventos reales fuera de contexto (Reilly, 2012). De hecho, se encontró que la sátira ha sido utilizada para promover discursos de odio contra temas que generan polarización, como el feminismo, las minorías sexuales o étnicas, la inmigración y la memoria histórica (Gamir-Ríos *et al.*, 2021).

3. El uso del *hashtag* como estrategia de activismo

Además de informar y ordenar temáticamente los posts, los *hashtags* se utilizan también con fines de movilización, lo que genera el fenómeno conocido como *hashtivismo* (Yang, 2016). Los *hashtags* permiten captar la atención sobre eventos que están ocurriendo al momento de la publicación, convocar a la movilización, expresar afectividades o exponer narrativas que dan lugar a microhistorias que involucran a la comunidad digital de seguidores (Giannoulakis & Tsapatsoulis, 2016). Además, como los *hashtags* pueden contener noticias y suelen ser promovidos por actores políticos no institucionalizados (Giaxoglou, 2018), logran incorporar nuevas voces a la conversación pública sobre temas de agenda (Tarullo & García, 2020).

Estudios previos han demostrado que el *hashtivismo* de los movimientos conservadores es incipiente (Tarullo & Sampietro, 2022). Tal vez por esto, la piratería de *hashtags* (Darius & Stephany, 2022)

y la desinformación (Freelon *et al.*, 2020) son, en el espacio digital, las formas más habituales del activismo de movimientos de derecha (Darius & Stephany, 2022). En efecto, estudios sobre la derecha europea demostraron que la desinformación es usada por personas afines (Calvo *et al.*, 2021). En Estados Unidos, las investigaciones sobre desinformación como táctica de la extrema derecha describen que sus fines van desde la difusión de teorías conspiranoicas sobre la Covid-19 (Motta *et al.*, 2020) hasta la negación del cambio climático (Treen *et al.*, 2020). En Brasil, las pesquisas dan cuenta del uso de engaños por parte de agrupaciones cercanas al presidente Jair Bolsonaro (Soares & Recuero, 2021). Un estudio sobre desinformación en Venezuela, México, Brasil y Ecuador halló que los sectores de derecha ligados a las empresas de medios tienen un rol importante en contaminar el espacio digital (Sierra-Caballero & Sola-Morales, 2020). En Argentina, Calvo y Aruguete (2020) dieron cuenta del uso de la desinformación en Twitter por grupos cercanos a la derecha.

4. Contexto

En Argentina, en 1976, un golpe cívico militar derrocó al gobierno de María Estela Martínez de Perón e inauguró lo que la dictadura denominó Proceso de Reorganización Nacional: clausuró el Congreso, proscribió a los partidos políticos, disolvió la Corte Suprema de la Nación, intervino los

sindicatos, suspendió el derecho de huelga, censuró medios de comunicación e implementó el Terrorismo de Estado, con la persecución, el secuestro, la tortura, el asesinato y la desaparición sistemática de personas.

Con la vuelta a la democracia, en 1984, la Comisión Nacional sobre la Desaparición de Personas¹ presentó un registro provisorio, que reunía algunas denuncias². Aún hoy, como sostiene Daniel Feierstein (2016), la complejidad para precisar una cifra radica en las dificultades para denunciar los hechos, el carácter traumático de los mismos (y re-traumatizante de muchas intervenciones públicas) y las características del proceso que buscó atravesar a la sociedad en su conjunto con el terror³. En la actualidad, organismos oficiales y de derechos humanos, tanto nacionales como internacionales, estiman que los desaparecidos son cerca de 30.000, teniendo en cuenta secuestros, exilios, detenciones legales e ilegales y muertes (Scocco, 2010). No obstante, esta cifra ha sido utilizada por actores sociopolíticos de derecha y centro-derecha para desinformar (Reato, 2012). Por ello, y en plena campaña #nofueron30000, el Premio Nobel de la Paz, Adolfo Pérez Esquivel, declaró que “siempre sucede lo mismo: se cuestiona un número para que se dude sobre un contenido. El negacionismo no es algo nuevo, lamentablemente. Pasó con los armenios, el Holocausto y ahora sucede con los desaparecidos” (Infobae, 2020).

El negacionismo, según Feierstein (2020), se basa en estrategias de distorsión y relativización y no en

Figura 1: Desmentido de un engaño negacionista⁴



Fuente: Elaboración propia.

la negación directa de los hechos: “Lo que plantea el revisionismo negacionista es ‘los hechos no ocurrieron tal como se cuentan’ o ‘no tuvieron esa magnitud’ o ‘no tuvieron esa causalidad’” (p. 275). Así, el abierto negacionismo de funcionarios e intelectuales en relación con la cifra histórica, más que en precisar la cantidad de víctimas, tuvo la intención de cuestionar la magnitud del carácter atroz, violento y represivo de la dictadura (Cardoso & Ramírez, 2020).

En el actual contexto digital, las narrativas negacionistas han adquirido nuevos formatos y otras formas de difusión. Por ejemplo, una fotografía que se viralizó (**Figura 1**) fue manipulada para que, en la bandera de las organizaciones sociales, se leyera 9 mil desaparecidos en vez de 30 mil (como decía la pancarta de la imagen original). La imagen fue desmentida por la plataforma argentina de verificación Chequeado.

5. Preguntas de investigación

Este artículo analiza los posts con desinformación publicados con los *hashtags* #nofueron30000 y #nofueron30mil en Instagram, haciendo foco en los más populares. La elección de esta plataforma obedece a que es una de las más utilizadas en Argentina y la más popular en los sectores juveniles (Kemp, 2021). Además, ha sido poco explorada por la academia argentina a pesar de que el activismo la utiliza profusamente (Tarullo & Sampietro, 2022).

Instagram es una plataforma de la empresa Meta donde el contenido visual es central: tal vez por ello se la relaciona más con lo estético que con lo informativo. La pestaña identificada con una lupa permite la búsqueda de cuentas de personas o empresas, de música, de lugares y de *hashtags*, que son agrupados en conversaciones que se pueden seguir. De este recurso se recolectaron las publicaciones con contenido desinformativo incluidas en #nofueron30000 y #nofueron30mil, difundidas durante dos años, a partir del 6 de febrero de 2020 (fecha en que se anunció la eventual promulgación de la ley antinegacionismo).

La hipótesis es que las temáticas de los contenidos engañosos en Instagram con *hashtags* negacionis-

tas #nofueron30000 y #nofueron30mil vehiculizan temáticas que no se limitan a la memoria histórica.

Comprendiendo que la información falsa se construye con narrativas ensambladas sobre la base de múltiples variables, como temas, protagonistas, objetos, acciones y circunstancias (Sued & Rodríguez-Kedikian, 2020), este estudio busca responder: ¿Cuáles son los temas y los protagonistas que se difunden en las publicaciones agrupadas en los *hashtags* negacionistas #nofueron30000 y #nofueron30mil en Instagram? ¿Cuáles de estos temas y protagonistas aparecen en los posts más populares?

Considerando, también, que la desinformación adquiere distintos formatos y tipos, nos preguntamos: ¿Cuáles son los formatos presentes en el contenido visual de las publicaciones agrupadas en los *hashtags* #nofueron30000 y #nofueron30mil en Instagram? ¿A qué tipo de contenido desinformativo pertenecen? ¿Qué formatos y tipo de desinformación utilizan los *posts* más populares?

Finalmente, y reconociendo que la producción y propagación de contenidos desinformativos tienen una relación cercana con la coyuntura social, política y económica (Sued & Rodríguez-Kedikian, 2020): ¿Cuáles fueron los momentos de mayor intensidad en la publicación de los contenidos? ¿Qué relación tuvo esto con el contexto? ¿Cuáles fueron los momentos en que las publicaciones generaron mayores interacciones?

6. Metodología

El corpus se compone de aquellos *posts* con material desinformativo publicados en Instagram bajo los *hashtags* #nofueron30000 y #nofueron30mil — con 3.379 y 1.461 publicaciones, respectivamente, al momento de la recolección— durante dos años a partir del 6 de febrero de 2020, cuando se registró el inicio de la campaña *hashtivista* #nofueron3000 (El destape, 2020).

Para seleccionar los *posts*, se realizó una codificación inicial de variable única dicotómica, distinguiendo entre aquellos con o sin material visual desinformativo, según las clasificaciones de Sala-

verría *et al.* (2020) y Tandoc *et al.* (2018). Concentramos el análisis en las imágenes y los videos. Así, se recogieron 223 *posts* que contenían material visual desinformativo⁵. Luego, teniendo en cuenta que la desinformación en las redes sociales se fundamenta, muy especialmente, en las interacciones que consigue con el público (Tandoc *et al.*, 2018), se seleccionaron los más populares (n=52). Para medir la vinculación, se tomó lo propuesto por Al-Zaman y Noman (2021) y se consideraron populares los que superaban los mil “me gusta” o las mil visualizaciones en el caso de los videos.

Finalmente, el corpus de trabajo quedó compuesto por 223 publicaciones generales, de las cuales 52 resultaron las más populares. Los contenidos compartidos bajo ambos *hashtags* fueron tratados como un solo corpus. La extracción de los datos fue realizada de manera manual por las autoras en febrero de 2022.

Luego, aplicamos un análisis cuantitativo de contenido (Igartua-Perosanz, 2006) que se complementó con un análisis cualitativo. En ambos casos se consideró el contenido visual. El texto sólo se analizó de forma cualitativa en aquellas publicaciones prototípicas con más interacciones.

Aquí, elaboramos un libro de códigos con las variables obtenidas a partir de un acercamiento inductivo y deductivo que permitió tratar el material visual compilado:

1. Fecha de publicación.
2. Formato de la publicación: fotografía, álbum de fotos, infografía, meme, video y captura de pantalla de publicaciones en redes sociales.
3. Temática de la publicación: comunismo o socialismo, valores conservadores o liberales, peronismo o kirchnerismo, movimientos pro derechos (feminismo o LGTBIQ+, antirracismo y veganismo), dictadura, pandemia, Montoneros⁶ y Abuelas de Plaza de Mayo⁷. En este caso, las categorías surgen a partir de una perspectiva inductiva de acercamiento al objeto de estudio.
4. Protagonista en el material publicado: activistas de movimientos progresistas/proderechos, miembros del gobierno argentino, personalidades de la política internacional, personalidades opositoras al gobierno, sin personaje.

5. Tipo de desinformación: esta variable es la única con codificación no excluyente. Se tomó inicialmente la clasificación presentada por Salaverría *et al.* (2020) que distingue: a) broma: contenido falso difundido con finalidad de sátira o burla; b) exageración: material que desinforma y que engrandece algún aspecto de la realidad; c) descontextualización: desinformación que manipula las condiciones en que un hecho tuvo lugar; y d) engaño: falsificación completa de los hechos. Luego de un acercamiento inductivo al objeto de estudio, incorporamos la categoría e) manipulación *hiperpartidista* o sesgada de Tandoc *et al.* (2018).

La codificación fue realizada por las autoras. Para determinar la fiabilidad del instrumento de medición, se aplicó el instrumento a una submuestra aleatoria del 50% del corpus final (n=111). Los coeficientes Alfa de Krippendorff obtenidos, en todos los casos por arriba de $\alpha = 0.80$, indican una adecuada fiabilidad (Igartua, 2006).

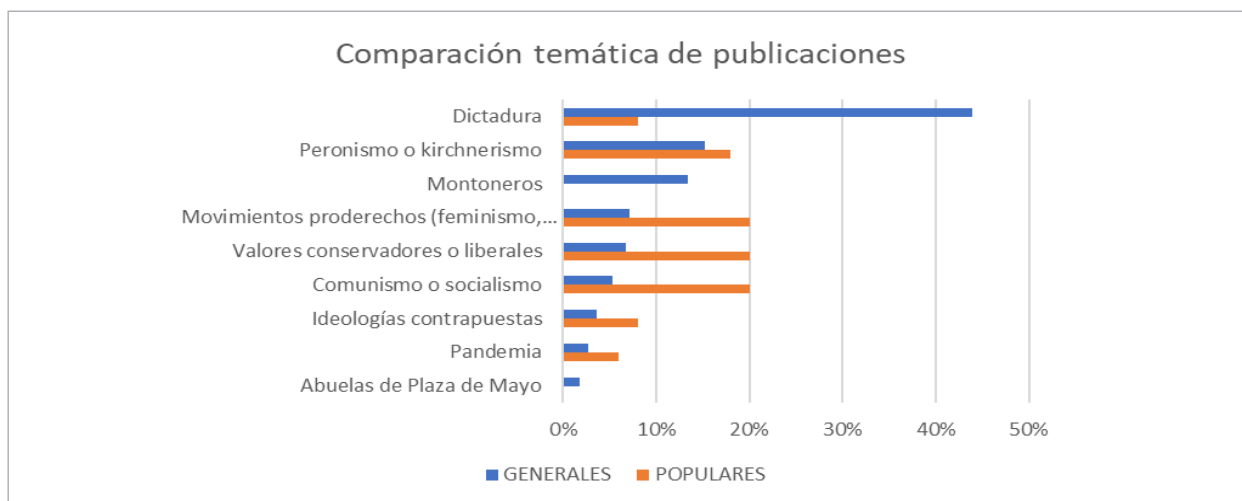
7. Resultados

7.1. Temas y protagonistas en el contenido visual del *hashtivismo* negacionista

En cuanto a los temas, se destacan las publicaciones que cuestionan la memoria histórica del período de la dictadura (44%, n=98) y defienden la acción militar durante la época. Luego, se encuentran las críticas o ridiculizaciones al peronismo, al kirchnerismo y al gobierno del momento (15%, n=34), a veces combinadas con otros temas, como la dictadura, la pandemia o la contraposición con valores liberales. Siguen las acusaciones al grupo Montoneros (13%, n=30), con referencias a secuestros y asesinatos.

En cuarto lugar, se identifican ridiculizaciones a movimientos progresistas (7%, n=16), como el feminismo, los colectivos LGTBIQ+, el antirracismo e, incluso, el veganismo. El feminismo aparece asociado a burlas sobre el aborto, el lenguaje inclusivo, los cuerpos hegemónicos, la discriminación masculina y la igualdad de género. Los colectivos LGTBIQ+, en tanto, aparecen parodiados desde lo biológico, con alusiones a lo antinatural (“no se reproducen”).

Gráfico 1. Comparación temática de publicaciones



Fuente: Elaboración propia.

Luego, están las publicaciones que reivindican, en relación con distintos tópicos, ideologías conservadoras, liberales e, incluso, de extrema derecha (7%, n=15). Aparecen ideas de educación, respeto, familia y hogar; entre los temas liberales, se valora la modernidad entendida como la disminución del tamaño del Estado y una baja carga impositiva. Entre las ideas de extrema derecha sobresalen la libre tenencia de armas y la incitación a ejercer justicia por mano propia. A continuación, se destacan las publicaciones sobre comunismo o socialismo (5%, n=12), relacionadas con ideas de pobreza, corrupción, falta de libertad, atraso y suciedad. Luego, hay otras publicaciones (4%, n=8) que combinan ambas ideologías (derecha/izquierda), que ilustra desde lo visual la polarización asociada a la temática.

Finalmente, hay un 4% de publicaciones sobre la pandemia (n=6) y un 2% de referencias a las Abuelas de Plaza de Mayo (n=4), a quienes se vincula con casos de corrupción.

Ahora bien, si se analizan las publicaciones más populares (n=52), se observa una alteración en el orden de los temas: los asuntos que más interacciones generan son, en la misma proporción (22%, n=14 cada una): 1) las críticas a partidos y filosofías de izquierdas, 2) las defensas de valores ligados a ideologías conservadoras o liberales y 3) las críticas a los movimientos progresistas o proderechos, como el feminismo y colectivos LGTBIQ+, el antirracismo y el veganismo. En segundo lugar, aparecen las críticas al peronismo, al kir-

chnerismo y al gobierno vigente al momento del trabajo de campo (21%, n=13); luego, aparecen las críticas a la memoria histórica (10%) y un 6% de menciones a la pandemia, combinadas con los ataques al gobierno.

En la **Figura 2** se observa cómo, desde lo visual, el meme ejemplifica la combinación de dos temáticas, asociando el feminismo con la izquierda. Aquí sobresalen varios elementos: apología a la violencia y al libre uso de armas, exposición polarizada de los argumentos entre izquierda y derecha, ridiculización de los métodos de lucha feminista y descontextualización de la problemática. La canción que se menciona en la columna izquierda es “El violador eres tú”, performance del grupo chileno *Las Tesis* que se convirtió en una práctica de movilización transnacional (Aguerre & Tarullo, 2021).

Aquí, además de las etiquetas cercanas ideológicamente al *hashtivism* negacionista, aparecen otras que son propias de los movimientos proderechos a los que el mismo contenido visual ridiculiza, así como también de los movimientos defensores de la memoria histórica, anotando, por ejemplo, #genocidio junto a #nofueron30000. En el texto de acompañamiento se lee una frase popular que en Argentina es repetida por seguidores y dirigentes del partido La Libertad Avanza?

En cuanto a los protagonistas, se observa que la mayoría de las publicaciones no incluye personajes reconocidos (31%, n=69), sino que cuestionan la memoria histórica con referencias a la dictadura,

Figura 2. Polarización visual⁹



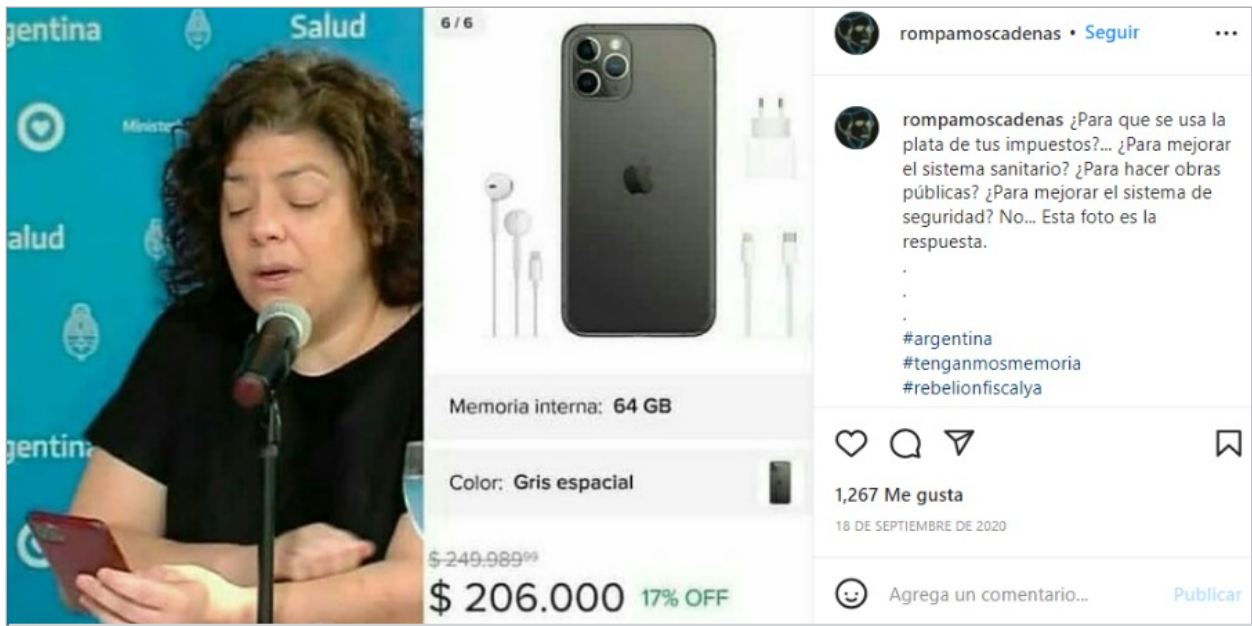
en general, o a lugares, en particular. Por ejemplo, en la **Figura 3** se observa el recurso de la descontextualización y exageración que configura una manipulación de tipo *hiperpartidista* o sesgada, presentando al socialismo y al peronismo como equivalente a lo pobre y corrupto. No obstante, para ello se utilizan fotos que reproducen lugares, pero sin especificar cuáles son. Se recurre, también, a la estrategia de apropiación de *hashtags* de movi-

mientos opuestos (como la **Figura 2**), con etiquetas que relatan demandas de los activistas ligados a la memoria histórica, tales como *#tengamosmemoria* y *#nuncamas*. Asimismo, se menciona a partidos y dirigentes de posiciones contrarias: *#frentedetodos*, *#macri* (por el dirigente de centro derecha Mauricio Macri, ex presidente de la Argentina) y *#partidoliberal*, de extrema derecha. El *#QBSLC* responde a “que *boludos*¹⁰ son los comunistas”.

Figura 3. La exageración desinformante¹¹



Figura 4. Funcionaria, pandemia y desinformación¹²



En segundo lugar de protagonismo, aparecen los activistas anónimos de movimientos progresistas, presentados como colectivo (29%, n=29). Estos actores, a los cuales se busca deslegitimar, son simpatizantes de partidos de izquierdas, movimiento feminista (Figura 2), colectivo LGTBQ+, grupos antirracistas e, incluso, veganos.

Después, se hallan figuras opositoras al gobierno (19%, n=43), seguidas de miembros del gobierno nacional (13%, n=30). Por ejemplo, se objeta el teléfono de la Ministra de Salud Carla Vizzotti (ver Figura 4), insinuando en el texto que el dinero de los

impuestos es utilizado para pagar el dispositivo de la funcionaria. En el meme se incluye una placa con las características de un iPhone —que en Argentina es un bien de lujo—, junto con su precio de mercado, sugiriendo que es la marca de móvil que tiene la ministra, aunque en la imagen no se pueda distinguir si es así efectivamente (desinformación por descontextualización). Finalmente, aparecen personalidades de la política internacional (7%, n=16).

Al examinar las publicaciones más destacadas, se observan ciertas variaciones en los protagonistas (Gráfico 2): en primer lugar, son mayoritarios los

Gráfico 2. Protagonistas en el corpus completo y en la muestra de posts más populares



Fuente: Elaboración propia.

posts sobre activistas de movimientos progresistas o proderechos (28%, n=15); luego, sobre miembros del gobierno argentino (23%, n=12) y en tercer lugar los posts sin personaje (21%, n=11). Finalmente, las personalidades de la política internacional (19%, n=10) aparecen con mayor proporción que las personalidades nacionales opositoras al gobierno (9%, n=5).

7.2. Las formas de la desinformación

Respecto de los formatos, se observa que los videos ocupan el primer lugar (29%, n=64), siguen los memes (23%, n=51), las fotos con frases sobreimpresas (16%, n=36), las infografías (11%, n=25), las capturas de pantalla (7%, n=16), los álbumes de fotos/infografías (7%, n=16) y, finalmente, las fotos de periódicos históricos (7%, n=15).

Entre los videos, se encuentran los monólogos expositivos, las representaciones humorísticas, los fragmentos de entrevistas a políticos y las exposiciones de un tema mediante el montaje y edición de fotos, texto y música, donde la dictadura se suele presentar como una guerra contra el terrorismo. Entre los monólogos expositivos con más visualizaciones está el de una adolescente que niega la cantidad de personas desaparecidas. El video comienza con una imagen del pañuelo (símbolo de las Madres de Plaza de Mayo) tachado y dice en letras grandes: "NO FUERON 30000". Esta publicación del 24 de marzo de 2021 tuvo 27.257 visualizaciones y 366 comentarios y está acompañada por un texto explicativo que dice: "NOS MIENTEN EN EL COLEGIO"; y luego recomienda, mediante etiquetas, a Victoria Villarruel¹³ y Agustín Laje¹⁴, María Cecilia Pando¹⁵, Nicolás Márquez Noriega¹⁶ Nahuel Sotelo¹⁷.

En el caso de las representaciones humorísticas, los blancos de la desinformación son el gobierno, el partido que representa o sus militantes y, a veces, alcanzan un tono que supera lo satírico para acercarse a la incivildad, entendida como un continuo que va desde la descortesía hasta los insultos, las expresiones negativas y las ofensas al interlocutor, hasta alcanzar los niveles propios de discurso de odio (Masullo & Lu, 2017). Por ejemplo, un video con un chico disfrazado con cabeza de termo baila una canción a favor del kirchneris-

mo. Vale aclarar que, en Argentina, la expresión "cabeza de termo" se utiliza para hacer referencia peyorativamente a una persona obstinada y sin educación formal.

En cuanto a los memes (23%, n=51), sobresalen las figuras caricaturescas y los comentarios satíricos, especialmente para mostrar casos de contraste o contradicción. Respecto a las fotos de personajes con frases, se observa que algunas corresponden a personas actuales, como Donald Trump o Jair Bolsonaro y otras a personajes de la historia como Mao Zedong o Margaret Thatcher.

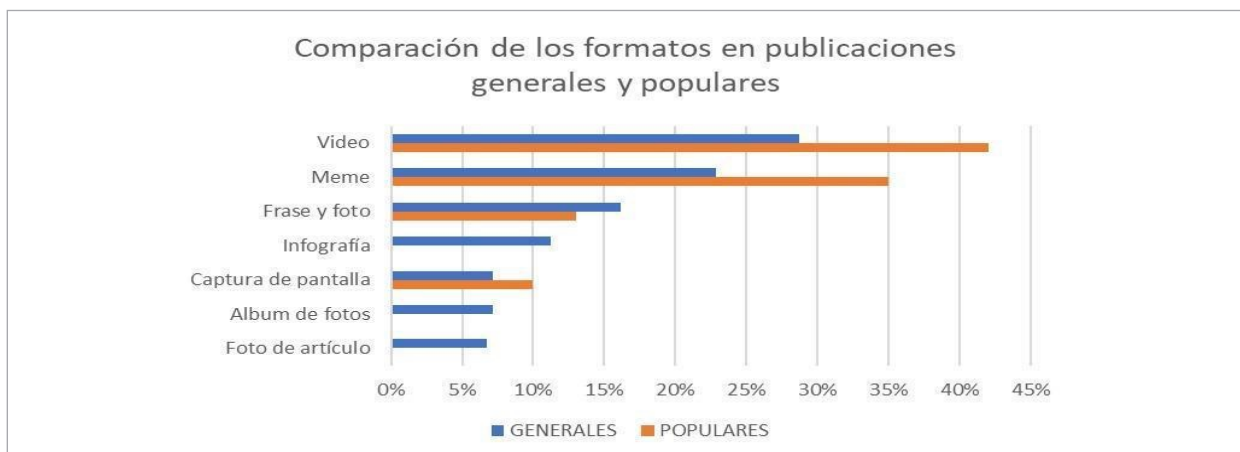
En las infografías (n=25), resaltan las combinaciones de imagen y texto, mayoritariamente con datos (sin fuentes identificables o verificables) sobre la dictadura o críticas al gobierno, al igual que los álbumes o carruseles de imágenes (n=16). Entre las capturas de pantalla (n=16), la mayoría corresponde a publicaciones en Twitter (del mismo usuario de Instagram o de otras cuentas). Finalmente, aparecen las fotos de noticias periodísticas del periodo de la dictadura (7%, n=15), ya sea con acusaciones a Montoneros o con reivindicaciones de la acción militar.

Sin embargo, al considerar las publicaciones más populares, no se encuentran infografías, álbumes de fotos o imágenes de artículos periodísticos, reservados sobre todo para datos que discuten la memoria histórica (**Gráfico 3**). Esto corresponde con lo observado en los temas y protagonistas: las publicaciones sobre la dictadura generan menos interacciones que las burlas o críticas a partidos de izquierdas o movimientos progresistas.

En cuanto al tipo de desinformación, predomina la manipulación *hiperpartidista* o sesgada, que aparece en el 98% de los casos. Este tipo de desinformación, a su vez, se complementa generalmente con la exageración y/o la descontextualización y, en tercer lugar, con la broma.

Entre las publicaciones que utilizan la manipulación por sesgo como mecanismo principal, se destaca un video en el que a manera de "juego", se busca reivindicar la represión militar y se convoca a los jóvenes a sumarse al uso de la violencia, con autos Ford Falcon¹⁸ que son usados para perseguir y, luego, matar gente.

Gráfico 3. Comparación de los formatos



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Manipulación en forma de videojuego¹⁹



Se encontraron 110 casos (49%) de desinformación que manipulan las condiciones en que un hecho tuvo lugar (descontextualización, **Figura 3**), seguidas de 68 publicaciones (30%) que utilizan material desinformativo para engrandecer algún aspecto de la realidad (exageración, **Figura 4**). Por su parte, hay 56 casos (25%, **Figura 2**) de contenido tendencioso difundido como sátira o burla (broma). Por el contrario, no se pudieron constatar casos de engaño (esto es falsificación completa de los hechos). Se obtuvieron resultados similares respecto de las publicaciones más destacadas, con la única diferencia que el porcentaje de bromas asciende al 30%. En otras palabras, la burla promueve la interacción (Askanius, 2021).

7.3. La desinformación en contexto

El 44% de las piezas fueron generadas en 2020 y el 55%, en 2021. De hecho, la inmensa cantidad de publicaciones se concentran durante los meses de

marzo, sobre todo el día 24, fecha en que Argentina conmemora el Día Nacional de la Memoria por la Verdad y la Justicia. La **figura 6** muestra imágenes de un video viralizado en redes sociales argentinas que justifican la acción militar como una “guerra contra el terrorismo” iniciada en épocas del gobierno peronista.

Al observar las publicaciones más populares, el pico se produce entre julio y octubre del 2020, con un máximo de 15 *posts* destacados en septiembre, cuando se genera la mayor cantidad de interacciones. Este periodo coincide con los meses en los que el número de contagios y muertes por COVID-19 comenzó a incrementarse en la Argentina. En este marco, los medios tradicionales opositores al gobierno hablaron de una campaña de desinformación estatal, con datos y cifras sobre la cantidad de contagios y muertes²¹.

Durante el resto del año 2021, ninguna de las publicaciones alcanzó más de mil *likes* o visualiza-

Figura 6. La coyuntura en la desinformación²⁰



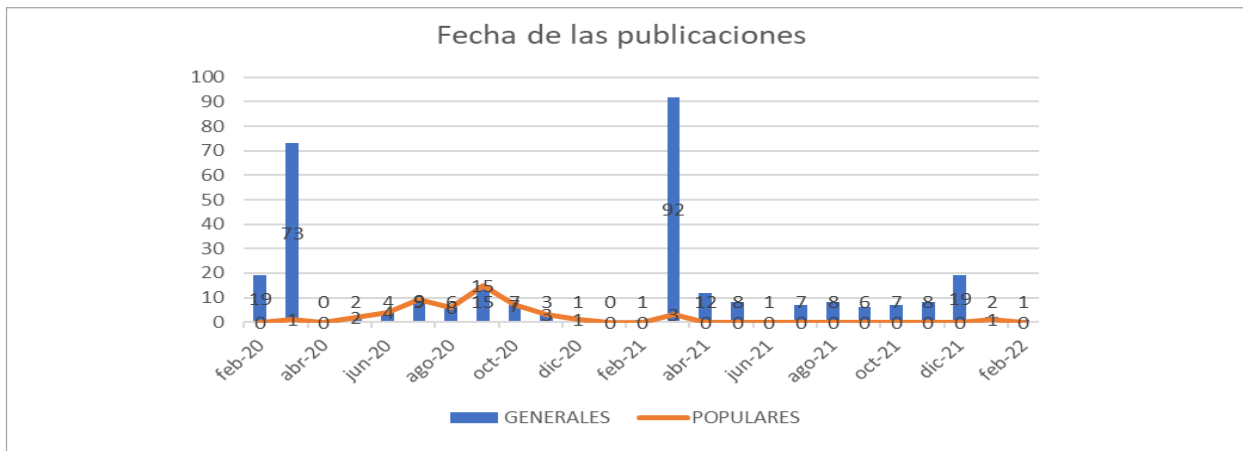
ciones. Sin embargo, a principios de 2022, destaca un video donde la diputada por La Libertad Avanza, Victoria Villarruel²², además de justificar la acción de la dictadura, caracteriza a los grupos opositores como terroristas y critica el apoyo estatal a los organismos promotores de derechos humanos. El video finaliza con el lema #ElCurroDeLosDDHH y lleva #nofueron30000 #noeranjovenesidealistas #eranterroristas.

8. Discusión y conclusiones

Los *hashtags* de Instagram #nofueron30000 y #nofueron30mil difunden y promueven engaños sobre la última dictadura argentina y son la puerta de entrada a otros temas controvertidos para generar discursos agresivos sobre movimientos y activistas. En este sentido, si bien las referencias a la dictadura son el tema prioritario en las publicaciones, los temas que generan más interacciones son las cuestiones polarizantes de la coyuntura argentina. Por lo mismo, y aunque las publicaciones sin personaje son las más abundantes, los *posts* que generan mayor participación tienen como protagonista a miembros de las agrupaciones pro-derechos: mayoritariamente mujeres, ridiculizadas sobre todo si son activistas. En el mismo sentido opera la inclusión de la Asociación de Abuelas de Plaza de Mayo, vinculada con la corrupción.

Por lo mismo, es interesante observar que, cuando la desinformación busca desacreditar al gobierno, dos de las tres personas criticadas son mujeres (la ex mandataria y vicepresidenta al momento de publicación de los *posts*, Cristina Fernández, y la mi-

Gráfico 4. Fecha de Publicaciones



Fuente: Elaboración propia.

nistra de Salud, Carla Vizzotti) y también vinculadas a hechos de corrupción (Gamir-Ríos & Tarullo, 2022). La presencia de Vizzotti muestra que las narrativas falsas responden a una coyuntura socio-política determinada (Sued & Rodríguez-Kedikian, 2020), que en este caso estaría dada por la pandemia. Asimismo, esta relación entre el contexto y las narrativas engañosas también se evidencia con el engaño desmentido por Chequeado luego de la ley negacionista promovida por el Gobierno nacional en momentos críticos, o con la mayor interacción generada durante el Día Nacional de la Memoria por la Verdad y la Justicia. Las referencias a Trump, Bolsonaro, Reagan y Thatcher, en tanto, sugieren que, si bien el *hashtivismo* negacionista es local —una microhistoria del pasado reciente argentino—, la desinformación excede las fronteras nacionales.

El contenido manipulado *hiperpartidizante* es el principal recurso usado en estas narrativas para incrementar el desorden informativo (Wardle & Derakhshan, 2017), sobre todo en momentos de alta controversia coyuntural. De hecho, atendiendo al contexto, la conversación digital se activa con temáticas coyunturales, como la pandemia, aunque el mayor número de publicaciones negacionistas se registra con ocasión de la conmemoración del golpe de Estado del 24 de marzo de 1976.

Asimismo, estas publicaciones son posibles gracias a las herramientas de fácil uso que el espacio digital permite: videos editados, muchos de forma rudimentaria, que conocidas como *cheap fakes* alimentan la desinformación (Gamir-Ríos & Tarullo, 2022). De hecho, Instagram requiere material visual en cada post y este recurso es utilizado intensamente en la conversación negacionista. Esto se evidencia, también, en las plantillas de memes divididas en dos (derecha/izquierda) que visibiliza la importancia de ciertas estrategias para conseguir interacciones: por un lado, el uso sencillo y atractivo de la imagen, y, por otro, con la utilización de emociones primarias, cuyo análisis debe abordarse en profundidad en estudios futuros.

En definitiva, los *hashtags* analizados contribuyen a incrementar el desorden informativo, entre otras cosas porque, como el saldo definitivo de víctimas de la pasada dictadura aún no está cerrado, se relativiza y ridiculiza la cifra en el afán de minimizar

la gravedad de los hechos y de los crímenes de la última dictadura de Argentina. Simultáneamente, estos mensajes contribuyen a desviar el debate público digital hacia otros temas polarizantes, como el feminismo y la pandemia (Infobae, 2020), a la vez que incrementa dicha contraposición desde lo visual, con estrategias que han sido estudiadas en otros contextos²³.

Asimismo, el pirateo de *hashtags* observado en esta investigación sugiere que existe una práctica de desinformar utilizando recursos del bando opuesto, creando así una contaminación de datos que podría ser tan dañina como el engaño en su estado “puro”. Estos *hashtags* acompañan y acrecientan la circulación de falsedades a partir de su inclusión en conversaciones con narrativas visuales contrarias, con lo que generan una búsqueda de voces opuestas para la confrontación en la conversación digital.

Además, este estudio constata que en Argentina los activistas ligados a la derecha usan la desinformación como estrategia preponderante, tal como lo han descrito estudios previos (Freelon et al., 2020, Greene, 2019; Sierra-Caballero & Solamora, 2020). Y que esto no ocurre sólo en Twitter, como Calvo y Aruguete (2020) ya comprobaron, sino también en Instagram, una plataforma menos explorada en estos fenómenos.

Este estudio indica que quienes usan Instagram (como sucede en Twitter) también están aplicando variadas estrategias para, desde lo visual, polarizar, agredir y engañar y, desde el *hashtivismo*, sumar adhesiones e incorporar temas que provienen de una misma raíz ideológica. El hecho de que las conversaciones puedan ser localizadas a partir de un *hashtag* indica la creación de comunidades afectivas entre quienes opinan similarmente, lo que obstaculiza la conversación y el debate, necesarios para construir un espacio digital que promueva valores democráticos.

Este artículo contribuye a comprender mejor el uso de *hashtags* como parte del repertorio de estrategias que generan desinformación sobre la memoria histórica argentina en redes sociales, en particular, en Instagram. Esta desinformación sobre el pasado se ancla en el presente y genera desorden informativo en y con la conversación, a par-

tir de la falsedad que contiene la microhistoria del *hashtag*. Esto, además de ser erróneo es insultante para la memoria colectiva (Feierstein, 2016), porque lo que se pone en disputa con las expresiones negacionistas es la representación simbólica de lo ocurrido, es decir los modos de apropiación política de nuestro pasado reciente (Thus, 2017, p.185).

Entonces, antes de la popularización de las redes sociales, las narrativas de desinformación ocurrían en reductos del espacio *offline* de manera más concentrada; a saber, en libros, artículos, medios de prensa con protagonistas que podían ser identificados e ignorados. Este estudio observa que hoy, dichas narrativas desinformativas se complementan con flujos y circulaciones en el espacio digital que, por su difusión, adquieren una mayor magnitud y alcance. Así, en el entorno *online*, pueden cambiar los formatos, pero no el objetivo de disputar qué se cuenta sobre nuestro pasado reciente.

Advertimos, asimismo, varias líneas de investigación futura, tales como comparar distintas redes sociales y evaluar diferencias y similitudes en las campañas negacionistas, así como también analizar y comparar fenómenos similares en otros países de América Latina que comparten un pasado reciente de dictaduras cívico-militares y donde se han desplegado movimientos de extrema derecha junto con el uso intenso de redes sociales (Kemp, 2021).

Notas

1. Creado para investigar la desaparición de personas durante la última dictadura argentina.
2. "Muchas desapariciones no han sido denunciadas, por carecer las víctimas de familiares, por preferir éstos mantener reservas o por vivir en localidades muy alejadas de centros urbanos" (CONADEP, 1984).
3. "La continuidad de la aparición de nuevos casos (tanto de asesinatos como de compañeros que continúan desaparecidos u otros que han sido liberados) deja claro que en modo alguno ha concluido la investigación de los sucesos ocurridos en el genocidio argentino y que cualquier cifra a la que se arrije (...) no son más que aproximaciones parciales, en tanto los únicos que tienen las cifras definitivas de secuestrados, desaparecidos y asesinados son los perpetradores, quienes se siguen negando a aportarlas a la sociedad" (Feierstein, 2016, s/p).
4. "No, la bandera de Madres de Plaza de Mayo durante la dictadura no dice '9 mil desaparecidos' sino '30 mil'", Chequeado, 26 de marzo de 2021. <https://chequeado.com/verificacionfb/no-la-bandera-de-madres-de-plaza-de-mayo-durante-la-dictadura-no-dice-9-mil-desaparecidos-sino-30-mil/> (08 de agosto de 2022).
5. Esta sección contó con la colaboración de la becaria en investigación Celina Craviolatti.
6. Organización surgida en la Argentina en la década de 1970.
7. Asociación de derechos humanos argentina que busca localizar y restituir a sus legítimas familias a todos los menores secuestrados por agentes de la última dictadura cívico-militar.
8. Fuente: Conversación en Instagram #nofueron30000 (https://www.instagram.com/p/CFkAC7RARZa/?utm_medium=copy_link)
9. Coalición política argentina de derecha, liderada por Javier Milei, de tendencia conservadora en temas sociales y liberal en temas económicos.
10. Según la RAE es una persona necia o estúpida. Se usa en Argentina de manera coloquial.
11. Fuente: Conversación #nofueron30mil en Instagram (https://www.instagram.com/p/CE76U47A-yY/?utm_medium=copy_link)
12. Fuente: Conversación en Instagram #nofueron30000 (https://www.instagram.com/p/CFSyyxFgZZx/?utm_medium=copy_link)
13. Diputada nacional miembro del partido de derecha La Libertad Avanza.
14. Político conservador miembro de La Libertad Avanza.
15. Defensora pública de la dictadura militar.
16. Escritor que se promociona como militante de derecha.
17. Diputado de La Libertad Avanza.
18. Este auto está relacionado en la memoria colectiva argentina con la última dictadura por ser el vehículo más utilizado en los casos de secuestro.

19. Nota: Collage de capturas de pantalla obtenidos del video P51: https://www.instagram.com/p/CAa5j7GAg90/?utm_source=ig_web_copy_link
20. Fuente: Collage de capturas de pantalla obtenidos del video disponible en Instagram.
21. "La "falsa curva" del coronavirus: en agosto hubo un pico de 1.606 muertes no informadas en Argentina", *Clarín*, 2 de septiembre de 2020. Disponible en <https://www.clarin.com/> sociedad/falsa-curva-coronavirus-agosto-pico-1-606-muertes-informadas-argentina_0wR-v1jc05.html
22. Al momento de asumir su banca en el Congreso Nacional el 8 de diciembre de 2021, Villarruel juró por los muertos del terrorismo (Ámbito, 2021).
23. Ver Askanius (2021) y Greene (2019), sobre el uso que el movimiento *alright* hace del meme para generar discursos de odio.

Referencias

- Askanius T. (2021). On Frogs, Monkeys, and Execution Memes: Exploring the Humor-Hate Nexus at the Intersection of Neo-Nazi and Alt-Right Movements in Sweden. *Television & New Media*. 22(2), 147-165. <https://doi.org/10.1177/1527476420982234>
- Aguerre, C., & Tarullo, R. (2021). Unravelling resistance: Data Activism configurations in Latin American civil society. *Palabra Clave*, 24 (3), e2435. <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.3.5>
- Al-Zaman, M. S., & Noman, M. M. S. (2021). Social Media News in Crisis? Popularity Analysis of the Top Nine Facebook Pages of Bangladeshi News Media. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 9(2), 18-32. <https://doi.org/10.1633/JISTAP.2021.9.2.2>
- Bennett, W., & Livingstone, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. <https://doi.org/doi:10.1177/0267323118760317>
- Calvo, D., Cano-Orón, L., Llorca-Abad, G. & Gamir-Ríos, J. (2021). La campaña subterránea: Sesgos informativos y noticias falsas. En: G. López-García & E. Campos-Domínguez, *Redes en campaña: Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019* (pp. 105-122). Comunicación Social.
- Calvo, E., & Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos. Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI.
- Cardoso, M., & Ramírez, B. (2020). Memorias representadas del pasado en el presente argentino: cuatro manifestaciones gráficas de las disputas por el sentido común. *Espectra. Revista de Historia*. 2 (3), 2594-2891.
- Chen, G. M., & Ng, Y. M. M. (2017). Nasty online comments anger you more than me, but nice ones make me as happy as you. *Computers in Human Behavior*, 71, 181-188. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.010>
- Darius, P. & Stephany, F. (2022). How the Far-Right Polarises Twitter: 'Hashjacking' as a Disinformation Strategy in Times of COVID-19. En: R. M. Benito, C. Cherifi, H. Cherifi, E. Moro, L. M. Rocha, & M. Sales-Pardo (Eds.). *Complex Networks & Their Applications X. COMPLEX NETWORKS 2021. Studies in Computational Intelligence*. 100-111. Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-93413-2_9
- Datos Abiertos (2022). Listado de víctimas del accionar represivo ilegal. <https://bit.ly/3tZsrDJ>
- El destape (6 de febrero de 2020). "No fueron 30.000": la campaña negacionista de los trolls macristas contra Alberto Fernández. <https://www.eldestapeweb.com/nota/-no-fueron-30-000-la-campana-negacionista-de-los-trolls-macristas-contra-alberto-fernandez--20202618520>

- Feierstein, D. (2020). 7 Heredad.
- Feierstein D. (2016, 11 de Octubre). Los números del genocidio argentino. *Página/12*. <https://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-311471-2016-10-11.html>
- Freelon, D., Marwick, A., & Kreiss, D. (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197–1201. <https://doi.org/10.1126/SCIENCE.ABB2428>
- Gamir-Ríos, J., & Tarullo, R. (2022). Características de la desinformación en redes sociales: estudio comparado de los engaños desmentidos en Argentina y España durante 2020. *Contratexto*, 37, 203-228. <https://doi.org/10.26439/contratexto>
- Gamir-Ríos, J., Tarullo, R., & Ibáñez-Cuquerella, M. (2021). Multimodal disinformation about otherness on the internet: The spread of racist, xenophobic and Islamophobic fake news in 2020. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 64, 49–64.
- Giannoulakis, S., & Tsapatsoulis, N. (2016). Evaluating the descriptive power of Instagram hashtags. *Journal of Innovation in Digital Ecosystems*, 3(2), 114–129. <https://doi.org/10.1016/j.jides.2016.10.001>
- Giaxoglou, K. (2018). #JeSuisCharlie? Hashtags as narrative resources in contexts of ecstatic sharing. *Discourse, Context and Media*, 22, 13–20. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.07.006>
- Greene, V (2019) "Deplorable" Satire: Alt-Right Memes, White Genocide Tweets, and Redpilling Normies. *Studies in American Humor*, (1), 31–69. <https://doi.org/10.5325/studamerhumor.5.1.0031>
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en Comunicación*. Editorial Bosch.
- Infobae (8 de febrero de 2020). Dirigentes políticos y referentes de los derechos humanos cuestionaron el proyecto de Alberto Fernández para prohibir el negacionismo. <https://bit.ly/3tZ0M5S>
- Innerarity, D., & Colomina, C. (2020). La verdad en las democracias algorítmicas. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 124, 11–24. <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.11>
- Kemp, S. (2021). *Digital 2021: Global Overview report*. <https://bit.ly/3fXNwGI>
- Masullo, G. & Lu, S. (2017). Online Political Discourse: Exploring Differences in Effects of Civil and Uncivil Disagreement in News Website Comments. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 61(1), 108-125. <https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1273922>
- Motta, M., Stecula, D., & Farhart, C. (2020). How Right-Leaning Media Coverage of COVID-19 Facilitated the Spread of Misinformation in the Early Stages of the Pandemic in the U.S. *Canadian Journal of Political Science*, 53(2), 335-342. <https://doi.org/10.1017/S0008423920000396>
- Reato, C. (2012). *Disposición final. La confesión de Videla sobre los desaparecidos*. Sudamericana.
- Reilly, I. (2012). Satirical Fake News and/as American Political Discourse. *The Journal of American Culture*, 35(3), 258–275. <https://doi.org/10.1111/J.1542-734X.2012.00812.X>
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M.-C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. *El Profesional de La Información*, 29(3), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Scocco, M. (2010). Las estrategias represivas en las dictaduras militares de los años setenta en el Cono Sur. Los casos de Uruguay, Chile y Argentina. *Historia Regional*, 3 (28), 155-176.
- Sierra-Caballero, F. & Sola-Morales, S. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina. *Comunicación y sociedad*, 17, e7604. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7604>
- Soares, F. B., & Recuero, R. (2021). *Hashtag Wars : Political Disinformation and Discursive Struggles on Twitter Conversations During the 2018 Brazilian Presidential Campaign*. <https://doi.org/10.1177/20563051211009073>

- Sued, G. E., & Rodriguez-Kedikian, M. (2020). Noticias falsas en Facebook: narrativas, circulación y verificación. Los casos de Argentina y México. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 26(3), 1229–1242. <https://doi.org/10.5209/esmp.65136>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Tarullo, R., & Sampietro, A. (2022). “No es tu cuerpo. No es tu derecho”: El argumentario visual del movimiento provida argentino en Instagram. *Revista de Comunicación*, 21, 411–431. <https://doi.org/https://doi.org/10.26441/RC21.1-2022-A21>
- Tarullo, R., & García, M. (2020). *Hashtivismo* feminista en Instagram: #NiñasNoMadres de @actrices argentinas. *Dígitos. Revista de Comunicación Digital*, 6, 31–54. <https://doi.org/10.7203/rd.v1i6.172>
- Thus, V. (2017). Negacionismo y políticas públicas. ¿Encarna Argentina un negacionismo estatal? *Revista Crítica Penal y Poder*, 13, 185–207.
- Treen K., Williams H., & O'Neill, S.J. (2020). Online misinformation about climate change. *WIREs Clim Change*, 11, e665. <https://doi.org/10.1002/wcc.665>
- Tucker, J. A., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. *Ssrn, March*, 1–95. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3144139>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). INFORMATION DISORDER : *Toward an interdisciplinary framework for research and policy making Information Disorder Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. www.coe.int
- Yang, G. (2016). Narrative Agency in Hashtag Activism: The Case of #BlackLivesMatter. *Media and Communication*, 4(4), 13–17. <https://doi.org/https://doi.org/10.17645/mac.v4i4.692>

- Sobre las autoras:

Raquel Tarullo es Doctora en Ciencias Sociales y Humanas por Universidad Nacional de Quilmes (Argentina) y magíster en Comunicación, Cultura y Sociedad por Goldsmiths, University of London (Reino Unido). Es investigadora asociada del grupo de I+D Mediaflows de la Universitat de València. Sus líneas de investigación abordan la interacción entre la comunicación política, las prácticas de participación de la ciudadanía y los medios digitales.

Yanina Frezzotti es Becaria doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Magíster en Ciencias Sociales y Humanidades (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina) y doctoranda en Comunicación (Universidad Nacional de La Plata, Argentina). Sus líneas de investigación analizan la violencia de género adolescente en espacios digitales.

- ¿Cómo citar?

Tarullo, R., & Frezzotti, Y. (2022). Hashtivismo desinformativo: el negacionismo de la dictadura argentina en Instagram. *Comunicación y Medios*, 31(46), 24–39. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66765>

Poder político y económico en la televisión local: mediación institucional en canales regionales chilenos

Political and economic power in local television: institutional mediation in Chilean regional channels

Carolina Rodríguez-Malebrán

Universidad de La Serena, La Serena, Chile
crodriguez@userena.cl
<https://orcid.org/0000-0002-7642-7559>

Leila Mohammadi

Universidad de La Serena, La Serena, Chile
leila.mohammadi@userena.cl
<https://orcid.org/0000-0001-9090-2427>

Resumen

La televisión local, también denominada de proximidad, está llamada a promover una comunicación democrática y participativa que visibilice los territorios locales y ponga en valor la identidad local, comunal o regional. El artículo analiza la relación entre las mediaciones institucionales de la televisión local y la producción de contenidos de proximidad e identifica aciertos y amenazas. Realizamos entrevistas en profundidad a productores de televisoras locales de la Región de Coquimbo (Chile), zona que contempla población urbana y rural, con ciudades de difícil acceso geográfico y alejadas del centro político tanto regional como capitalino. Los resultados demuestran que las municipalidades son las instituciones que se vinculan más estrecha y frecuentemente con las televisoras locales, ya que son medios utilizados para difundir iniciativas públicas de todo tipo, pero también ponen en pantalla la voz de las autoridades, debilitando —en algunas ocasiones— la independencia y el pluralismo informativo. Otra relación relevante es la que estas televisoras establecen con la empresa privada que financia parte de su producción, aportando a la generación de contenidos, pero afectando la autonomía editorial. Sobre la producción de contenidos, la falta de capacitación técnica y periodística sigue siendo una amenaza que se agudiza debido a las dificultades de financiamiento.

Palabras clave: Televisión local, televisión de proximidad, pluralismo, mediaciones institucionales, televisión chilena.

Abstract

Local television, also called proximity television, promotes democratic and participatory communication that makes local territories visible and gives value to the local, communal or regional identity. This article analyzes the relationship between the institutional mediations of local television and the production of proximity content and identifies successes and threats. We conducted in-depth interviews with producers of local television in Coquimbo Region (Chile), which includes urban and rural populations, far from the political center and towns that are geographically difficult to reach. The results show that the municipalities are the institutions that are most closely and frequently linked with local television channels, since they are media used to broadcast public policies of all kinds, but they also put on screen the voice of the authorities, weakening —on some occasions— informational autonomy and pluralism. Another relevant relationship is the one that these television channels establish with the private company that finances part of their production, contributing to the generation of content, but affecting editorial autonomy. Regarding the production of content, the lack of technical and journalistic training continues to be a threat that is exacerbated due to financing difficulties.

Keywords: parenthood; raising children; parental roles; telenovelas; Chile.

1. Introducción

La televisión es un medio de comunicación relevante para las audiencias, pese a las críticas que la misma ciudadanía en Chile ha planteado en años recientes (Meza, 2020). En este alejamiento entre audiencias y medios televisivos nacionales, la televisión local (TV local) ocupa un espacio importante en las audiencias ubicadas fuera de la capital chilena. Se trata de medios de comunicación llamados a apoyar el acceso a la información y puesta en valor de los territorios y comunidades. En efecto, este tipo de televisión, también llamada televisión de proximidad (De Moragas, 2015), busca acercar sus contenidos a un público local. Así, contrarresta la presión que ejercen las cadenas nacionales, más aún si se trata de contenidos que le interesan a un grupo determinado de personas (Martori, 2019; O'Regan, 2020).

Según el Consejo Nacional de Televisión de Chile (CNTV), casi la mitad de los televidentes indica haber visto contenidos que le molestan en la televisión abierta; la cifra baja a menos de un 20% en el caso de la televisión regional. La confianza de las audiencias en la información que entrega la televisión nacional fue de un 23%, mientras que la confianza hacia la televisión regional se empina a un 41% (CNTV, 2021). El descontento de las audiencias se refiere a contenidos, falta de representatividad o sensacionalismo, con medios de comunicación que operan en un sistema desregulado, centralizado, de débil pluralismo informativo y ligado a grandes grupos económicos (Sáez, 2015).

Este distanciamiento de las audiencias con la televisión nacional permite reorientar la mirada y enfocarse en la TV local chilena, como medios llamados a promover la construcción y el fortalecimiento de la identidad local y de una democracia participativa. Así, la "televidencia" local (Orozco, 1996) tiene la oportunidad de encontrar espacios de comunicación para valorizar sus voces y sus territorios.

Los medios de proximidad permiten ampliar la polifonía de voces a través de sus contenidos, convirtiéndose en espacios de comunicación ciudadana para diversas organizaciones sociales o actores políticos locales que no tienen cobertura en otros medios de alcance nacional (Jenkins & Nielsen,

2020). En este sentido, las televisoras de proximidad deben vincularse con su entorno, aportando al diálogo y a la conexión con sus territorios (Martori, 2016; Martori, 2019; Costa, 2015).

La TV local chilena se desenvuelve en un sistema ausente de políticas públicas que la potencien, protejan y promuevan (Rodríguez *et al.*, 2020). El último catastro realizado por el CNTV (2015) arrojó que, de un total de 99 canales que participaron del estudio, 32 corresponden a canales regionales, 45 locales y 22 comunitarios. Los canales catastrados como regionales poseen una cobertura mayor que la local, pero no logran cubrir una región completa. Estudios más recientes registran un total de 283 señales de televisión regionales, locales y comunitarias en el país que no necesariamente están operativas (Sáez, 2021).

Sobre la propiedad de los medios de TV local, la mitad depende de empresas privadas y la otra, se divide en medios a cargo de personas naturales y organizaciones sociales, entre otros (MinCAP, 2020). Además, hay medios asociados a las municipalidades cuyo ámbito de acción geográfica corresponde a las comunas¹. Según un estudio sobre la televisión municipal (BCN, 2016), 13 municipios chilenos cuentan con una concesión de televisión en señal abierta. No obstante, una revisión documental realizada para esta investigación evidencia un alto número de otros canales asociados a municipalidades. La Ley N° 20.750 sobre introducción de la Televisión Digital Terrestre en Chile (TDT) indica que los municipios no podrán administrar señales de TV local y que deberán traspasarlas tras el apagón análogo a corporaciones de derecho privado con personalidad jurídica.

El presente estudio se realizó en la Región de Coquimbo (Chile), cuyas provincias son Elqui, Limarí y Choapa, agrupadas en 15 comunas (gobiernos municipales). Geográficamente, se ubica en el norte chico del país y su población es de 757.586 habitantes (BIG DATA ULS, 2022). La elección de esta región se debe a la factibilidad de acceder al campo y el conocimiento que poseen las autoras de la zona. Incluye población urbana y rural, con ciudades de difícil acceso geográfico y alejadas del centro político regional y capitalino que no cuentan con ventajas económicas y sociales asociadas a la capital del país. Abordar una muestra de medios locales de un territorio muy concreto del

norte chileno permite conocer una realidad poco estudiada y plantear inferencias extrapolables a otras realidades de similares características.

2. Marco Teórico

2.1 Rumbo a las mediaciones de proximidad

La Teoría Latinoamericana de las Mediaciones ha permitido observar, analizar e investigar medios como la televisión de forma integral, evitando el análisis fragmentario del proceso de comunicación focalizado solo en el emisor, las audiencias o el mensaje. Valencia y Magallanes (2016) señalan que la noción de mediaciones considera y valoriza prácticas cotidianas, diversas e identitarias, ricas social y culturalmente, que se entretajan en redes y asociaciones, muchas de ellas territoriales. Estas prácticas comunicativas se relacionan con el modo de ser, actuar o decir de las audiencias, apelando a la creatividad de quienes viven en esas comunidades.

Orozco sitúa a las mediaciones en una relación más práctica entre medios de comunicación y audiencias, pero no por eso menos compleja. Las define como mediación individual, mediación institucional y mediación video-tecnológica (Orozco, 1996; 2018). Este estudio aborda las mediaciones institucionales, ya sean órganos públicos o privados en un contexto de proximidad, entendiendo que las instituciones se diferencian entre ellas por la mayor o menor acumulación del poder, autoridad, recursos y mecanismos de mediación (Orozco, 1996).

2.2 Comunicación de proximidad

La comunicación de proximidad plantea la conexión que existe entre una persona y su hogar, ya sea el barrio, la localidad, la provincia, su país o, incluso, un continente, considerando tres componentes fundamentales: emisor, receptor y territorio (Guimerà, 2015; Jenkins & Nielsen, 2020). Se relaciona con la idea de un espacio situado entre la gran comunicación y los medios informativos más pequeños "con una fuerte relación entre los contenidos que se emiten y el activismo social"

(Martori, 2019, p. 149). De Moragas (2015) señala que "proximidad significaba anclar la polisemia de lo local con las nociones de territorio, identidad, pero también de complicidad entre emisores y audiencias y, muy importante, como marco competencial del nuevo sistema audiovisual democrático" (De Moragas, 2015, p. 25).

La comunicación de proximidad tiene un fuerte vínculo con la vitalidad asociativa del territorio que, mientras más activa sea en lo político y social, "más necesidad tiene de comunicarse. La comunicación local es un elemento importante de vertebración de la sociedad local" (Costa, 2015, p.13). En suma, los territorios y su entretelado social se relacionan muchas veces a través de los medios y con los medios. Por lo tanto, el espacio de comunicación que otorgan los medios locales cobra mayor relevancia al existir una comunicación de proximidad. Napoli *et al.* (2017) indican que el periodismo local debiese abordar de manera crítica la información de sus comunidades en todas las áreas.

La comunicación de proximidad está ligada a nociones de territorio, cultura e identidad local (García, 2015; Ramírez, 2015; Boix & Pereiro, 2017). En este sentido, los medios de proximidad son claves en la promoción y resguardo de aquella identidad local (Boix & Pereiro, 2017). Lo local cobra relevancia y sustenta la programación de un medio de proximidad, permitiendo visibilizar y legitimar los aspectos culturales o idiomáticos de las comunidades (Doyle, 2018). En definitiva, televisión de proximidad es la manera más pertinente para denominar a la TV local circunscrita a un territorio que despliega contenidos desde y para las personas que lo habitan (De Moragas, 2015; Martori, 2019; Fuente-Alba, 2018).

La televisión de proximidad debiese emitir contenidos asociados a territorios locales que la televisión nacional no cubre, ya sea por distancia geográfica, dificultades técnicas, centralismo o desinterés. Herrera y Saladrigas (2017) indican que la TV local debería ser un componente para el desarrollo local, dado que "produce una mirada particularizada, que posibilita una referencia inmediata al entorno más cercano, fija identidad territorial como un compromiso informativo útil y exprime la riqueza de lo cotidiano" (p. 208).

2.3 La televisión abierta chilena

Los contenidos de la televisión abierta en Chile han sido fuente de críticas de la ciudadanía desde hace varios años (CNTV, 2017; 2021; Luna *et al.*, 2021). Se estima que esta desafección estaría afectando a los canales nacionales y, también, a la TV local. Ello representa un escenario mucho más amenazante para el desarrollo de espacios de comunicación local o de proximidad. Durante la revuelta social de octubre de 2019, los manifestantes criticaron a los medios y en especial a la televisión. En algunos casos, la crítica fue violenta. Hubo incendios que afectaron a diarios locales (en Valparaíso y San Antonio) y protestas en las afueras de canales de televisión en Santiago, hechos cubiertos por prensa chilena y extranjera.

El sistema de medios de comunicación chileno se caracteriza por la escasa regulación del pluralismo informativo al adscribir a un enfoque de libertad negativa (Del Valle & Carreño, 2020), asociada a una defensa de la autonomía de los canales de televisión, vistos como cuerpos intermedios que rechazan la interferencia estatal en el diseño de la estructura televisiva y en la producción de contenidos. Por el contrario, una defensa democrática de la libertad de expresión acepta la regulación estatal del pluralismo en la medida en que ella potencie las libertades políticas de los ciudadanos (Charney, 2019).

Charney (2019) indica que los legisladores chilenos han intentado impugnar las atribuciones del CNTV sobre la promoción y fortalecimiento del pluralismo informativo. A lo anterior se suman las amenazas que representan los marcos legales vigentes en Chile que entregan acotadas atribuciones regulatorias al CNTV (Anguita & Labrador, 2019). Continuar con el mismo sistema de medios de comunicación no sumaría al objetivo de tener medios más pluralistas y representativos².

La falta de pluralismo estructural por parte de los agentes más importantes en el mercado nacional mediático responde a quienes desean defender el *status quo*. La escasa regulación pone en desventaja a medios regionales y comunitarios, los cuales operan en condiciones precarias y sin oportunidad de competir con medios de alcance nacional. De esta forma, son invisibilizados por contenidos centralistas y los aportes de los grandes auspicia-

dores. Los medios regionales terminan actuando como “megáfonos” de poderes oficiales locales (Pellegrini *et al.*, 2009; Rodríguez *et al.*, 2020). A nivel macrosocial, una de las principales amenazas que enfrenta la TV local y comunitaria chilena es el poder de algunos medios de comunicación nacionales cuyos controladores históricamente han definido el rol que cumple la televisión en el país (Godoy, 2009; Santa Cruz, 2017) y cuya influencia no tiene contrapeso ciudadano (Sáez, 2015).

3. Marco Metodológico

Para analizar la relación entre las mediaciones institucionales de la televisión local y la producción de contenidos identificando fortalezas y debilidades, esta investigación utilizó un enfoque cualitativo. Se realizaron entrevistas semi estructuradas a los productores y encargados de contenidos de los seis canales de televisión local de la Región de Coquimbo: Canal ATV de Andacollo, Canal 6 de Andacollo, Canal 5 de Los Vilos, Canal Chile Vive Elqui de La Serena y Coquimbo, Canal TV 2 Choapa y Canal 4 de Salamanca, todos en promedio con más de 10 años en funcionamiento.

Estos canales eran todos los medios televisivos de proximidad de la región al momento del trabajo de campo (2018). Se trata de medios de comunicación privados y uno municipal, que emiten sus contenidos a través de señal abierta o de cable. Además, distribuyen contenidos en redes sociales digitales, como Facebook.

Las entrevistas se realizaron al propietario de cada medio local, quien es responsable de la producción de contenidos. En el caso del medio adscrito a una municipalidad —caso de Canal ATV— se incluyó a un periodista/productor (el único con estudios universitarios). Algunos de los entrevistados declararon tener estudios a nivel técnico en el área audiovisual. Otros, dijeron haber adquirido los conocimientos técnicos-audiovisuales de manera autodidacta. Las seis entrevistas fueron realizadas de manera presencial, con una duración de entre dos a tres horas, en las ciudades de La Serena, Andacollo, Los Vilos, Illapel y Salamanca. Fueron grabadas y transcritas para su análisis. Salvo el canal de La Serena y el Canal municipal de Andacollo,

los equipos de producción lo integran familiares del propietario que aprenden aspectos audiovisuales a través de la práctica.

La entrevista semi estructurada permitió adentrarse y comprender la experiencia de los participantes a través de una conversación minuciosa. Los temas abordados en cada entrevista fueron: comunicación de proximidad, mediación institucional y pluralismo informativo.

Como estrategia de análisis se optó por el análisis de contenido cualitativo utilizando el modelo de Cáceres (2003) que consistió en un preanálisis, definición de unidades de análisis, reglas y codificación, categorización y la integración final de los hallazgos. El proceso de categorización fue inductivo. La consistencia del proceso de clasificación ha sido realizada por las autoras y validada por dos expertos en el campo. Para el análisis se utilizó el software Atlas Ti/9 que permitió una sistematización más detallada de las unidades de análisis.

4. Resultados

Surgieron tres categorías principales del análisis de las entrevistas. La primera tiene que ver con las instituciones mencionadas que influyen en la producción de contenidos de proximidad, identificadas bajo la categoría 'Mediación Institucional'. Esta incluye las subcategorías Gobierno local; Empresa privada; Carabineros³ y bomberos; Gobierno regional e Iglesia Católica.

Tras la comparación constante de las acciones institucionales se configuraron las siguientes categorías: a) Aciertos de proximidad (con las subcategorías: Financiamiento de contenido, Producción de contenido de proximidad y Sinergia territorial); y b) Acciones que amenazan el pluralismo (con las subcategorías: Dificultades técnicas, Dificultades financieras, Falta de independencia e Instrumentalización Política).

Los principales hallazgos tienen que ver con la vinculación institucional y las lógicas de producción de los medios televisivos locales. Se advierte una influencia desde las instituciones locales debido a la sinergia positiva entre ellas y la televisión

local junto con el aporte financiero de las mismas. No obstante, cuando el medio está adscrito a alguna institución se debilita la independencia informativa y el pluralismo se ve disminuido. A continuación, se explica en detalle la relación de cada mediación institucional, identificando influencias positivas y negativas.

4.1. Aciertos de la Mediación Institucional

Los entrevistados declararon relacionarse con las siguientes instituciones en orden decreciente, siendo el gobierno local (municipalidad) la institución con mayor presencia. Luego, destaca la empresa privada y Carabineros de Chile/bomberos, Gobierno Regional y la Iglesia Católica (**Figura 1**).

4.1.1. Gobierno local

La **Figura N° 1** ilustra que el nivel de vinculación más consolidado se da entre la televisora local y la municipalidad. Es la institución con mayor presencia territorial, con autoridades elegidas por sus propios vecinos, instalaciones ubicadas en la misma zona y funcionarios municipales que viven generalmente en la ciudad y son conocidos por todos, aflorando la noción de proximidad.

Cubrimos el tema qué hace la Municipalidad, qué está haciendo la Municipalidad y los Departamentos del municipio que interesan mucho a las personas, o sea, en qué se está gastando el dinero de todos, qué obras se están haciendo, cuáles son las novedades que tiene el municipio (Entrevistado 3).

De esta forma, todas las acciones públicas que generan los diferentes departamentos municipales logran espacio en la pantalla de la TV local, permitiendo una especial sinergia entre medios locales, municipalidad y audiencias. Esto implica, además, que la producción de contenidos está mediada por el quehacer municipal.

Estas mediaciones, desde y para la TV local y desde y para las instituciones, son percibidas por los entrevistados de manera positiva pues constituyen parte importante de la producción audiovisual propia de estos canales de televisión. El gobierno local, además, es una fuente de financiamiento para la televisión situada en sus comunas.

Nos mantenemos con los auspicios, con auspicios del Gobierno y las municipalidades, que es lo principal, porque si no estuvieran ni el Gobierno ni las municipalidades, con la (publicidad de la) panadería de la esquina, difícil que se financie el canal (Entrevistado 2).

Las municipalidades son entidades públicas catalizadoras de muchísimas informaciones y actividades relevantes para la ciudadanía que llegan a la comunidad, así como también constituyen el principal financista de la televisión de proximidad.

4.1.2. Empresa privada

La empresa privada financia programas en la TV local de Andacollo, Los Vilos, Illapel y Salamanca, según declaran los propios dueños o productores de los medios situados en esas ciudades. Esto permite, por una parte, ofrecer más contenidos envasados, no de producción propia, pero que abordan temas locales, una característica relevante para ser considerada una televisora de proximidad (Martori, 2019). Como señaló el propietario de un canal local privado:

En el caso de los envasados, tenemos "Habitantes Destacados de Andacollo", el programa "En Buena Ley", que nos hace llegar la Compañía Minera Teck, con todo el quehacer y el trabajo comunitario que realizan. También incluyen cápsulas educativas para la comunidad (Entrevistado 2).

El aporte de este tipo de empresas podría explicar el número de canales de televisión existentes en comunas donde se ubican estos yacimientos mineros. Por ejemplo, en la Provincia del Choapa, existen cuatro canales televisivos, tres operativos y uno sin programación propia.

4.1.3. Carabineros de Chile y bomberos

La relación entre televisora local y la dupla carabineros/bomberos fueron mencionadas por los productores como voces relevantes de las noticias locales. Las sirenas de los vehículos de ambas instituciones marcan un hito desde lo informativo, ya que las audiencias y sus medios de proximidad están muy atentos a ellas.

Una de las organizaciones con las que trabajamos muy afiatadamente es el Cuerpo de Bomberos de

Andacollo y Andacollo Señal 6 se ha caracterizado porque suena la sirena de bomberos, pasan unos minutos y nosotros damos la información... entonces, tenemos el contacto con el comandante desde el lugar y, además, las mismas personas nos envían fotografías cuando suceden (Entrevistado 2).

Costa (2015) refería a la necesidad de preservar la propia cultura para diferenciarse y sentirse partícipe de los contenidos de sus medios. Instituciones locales, como la policía y bomberos, representan fuentes confiables para los comunicadores locales y sus audiencias, generando un tipo de comunicación ligada al servicio público. En ciudades pequeñas —como las que fueron parte del estudio—, el jefe de la policía o bomberos es considerado una figura pública respetada. En palabras de Doyle (2018), existe una resignificación de estas instituciones desde lo local.

4.1.4. Gobierno regional

El gobierno regional es una fuente de información, incluso con producción audiovisual para los productores locales. Este tipo de institución nutre de contenidos a la TV local; contenidos emanados desde las secretarías ministeriales regionales y desde el propio gobierno central regional, que permite vincular el quehacer local con el regional. A ello se suma el aporte en recursos a través de auspicios de programas. El canal local de La Serena (capital regional) recibe noticias provenientes de otras comunas:

Un gran porcentaje de nuestros contenidos viene de canales municipales. El noticiario es como un saco de notas de canales locales, chicos, municipales, de Monte Patria, Los Vilos, Ovalle, Salamanca, Vicuña, más una agencia de Ovalle que se llama Nortevisión (Entrevistado 5).

Tal como las municipalidades, el gobierno regional, que representa al gobierno central en esta región, tiene cabida principalmente en contenidos noticiosos y de conversación.

4.1.5. Iglesia Católica

Otro hallazgo que emergió en la comuna de Andacollo fue la relación entre la televisora local y la Iglesia Católica, en particular, de la parroquia andacollina que cumple un rol histórico al ser la

entidad que organiza las Fiestas de la Virgen de Andacollo⁴. El arraigo popular de estas tradiciones y fiestas religiosas multitudinarias que tienen lugar dos veces al año en esa ciudad implica que la parroquia impulse diversas actividades durante todo el año y se vincule con la ciudadanía a través de las televisoras locales. Los contenidos emitidos no se limitan a dos veces al año en cada fiesta religiosa, sino existe una periodicidad marcada por eventos preferentemente católicos como semana

santa, mes de María, fiesta de Pentecostés o fiestas parroquiales de localidades más pequeñas. Así lo expresó uno de los participantes a cargo de la pauta programática:

Nos piden, también, películas de los temas religiosos cuando hay Fiesta Grande, Fiesta Chica, también, Semana Santa, son peticiones que nos hacen también las personas (Entrevistado 1).

Figura 1: Mapa visual de vinculación institucional de TV local (aciertos y amenazas)



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Mediación institucional y las acciones que amenazan al pluralismo

Los resultados mostraron varias acciones causadas por la mediación institucional que constituyen amenazas al pluralismo. Se trata de dificultades técnicas y financieras, falta de independencia e instrumentalización política. El gobierno local y la empresa privada fueron las instituciones que más aparecen mencionadas en los discursos de los entrevistados.

4.2.1. Gobierno local

De las entrevistas se infiere que, en el caso de canales locales de televisión adscritos o asociados a municipalidades, no hay espacio para contenidos críticos o de emplazamiento ciudadano al alcalde y a los concejales. La Región de Coquimbo tiene una experiencia con ATV de Andacollo, medio incluido en el estudio. El financiamiento de este tipo de televisoras proviene íntegramente del presupuesto municipal. Por ende, el control económico deriva en una dependencia informativa del canal hacia quien lidera la municipalidad. Se desprende del análisis que, en época electoral, hay un aumento de las apariciones del alcalde de turno y de los concejales. Asimismo, las pautas informativas se sustentan preferentemente en la agenda de esta autoridad.

El filtro se puede dar, si es que es algo que ya de frentón está menoscabando a algún concejal, al alcalde, porque acá no sólo cuidamos al alcalde, sino que cuidamos a cada uno de los concejales, independiente de qué tendencia política tengan. Acá tenemos de todas las tendencias políticas, desde más izquierda hasta más derecha y tratamos de cuidarlos a todos. Si alguien va a menoscabar con sus dichos, obviamente, se busca que eso no aparezca (Entrevistado 7).

Cabe indicar que se trata de gobiernos locales con presupuestos acotados y muchas necesidades sociales, por ende, sus equipamientos técnicos y recursos humanos son escasos.

Necesitamos una antena satelital para poder reemplazar el enlace que hay; o, mejor, una antena propia para poder expandir o irradiar televisión; hay que estar viéndolo con el presupuesto municipal y no tenemos un presupuesto propio. Es uno de los dramas

más grandes que existen acá, y lo otro, yo creo que, por los sueldos que acá pagamos, no podemos contar con profesionales del todo (Entrevistado 2).

4.2.2. Empresa privada

La empresa privada incide en la producción televisiva de la Región de Coquimbo. En cuatro de las ciudades visitadas durante la investigación, productores locales opinaron favorablemente sobre el financiamiento proveniente de dos empresas mineras. Son los casos de Minera Los Pelambres en la Provincia del Choapa y Minera Teck de Andacollo en la Provincia del Elqui. Las televisoras locales emiten contenido envasado, es decir, producciones audiovisuales que, si bien abordan temas de la zona, son realizadas por productoras externas contratadas por las empresas mineras para ser exhibidas en canales locales, pagando por dicho servicio de difusión. Las líneas editoriales de estos contenidos envasados tienen relación, por tanto, con intereses de la propia empresa que encarga la producción, afectando la independencia informativa y el pluralismo. Nuevamente emerge la difícil situación técnica/financiera de estos medios, cuyas operaciones dependen de los aportes de las empresas del rubro minero. Actividad económica que representa en la Provincia del Choapa la principal fuente de empleo y en el resto de la región, la segunda actividad económica tras el área de servicios y comercio.

Los entrevistados mencionaron diversas dificultades técnicas y financieras que enfrentan en la operación cotidiana de los medios televisivos locales chilenos:

¡No tengo plata para mantener gente estable! Como antes, aquí había diez personas trabajando en el canal todos los días, todo el día. Ahora no hay esas lucas⁵ (Entrevistado 5).

Ante las dificultades constantes de dinero, los medios consideran la opción de recibir financiamiento de actores políticos cuyo potencial electoral radica en esas ciudades o, bien, de empresas privadas con intereses económicos en la zona.

En estos momentos hay un político que a mí me paga que es diputado por acá. Él me paga porque obviamente tiene que pagarlo si yo no le puedo mostrar todas sus tonteras que hace ¿no es cierto? (Entrevistado 4).

En este sentido, hubo dos medios locales que reconocen recibir dinero, por cobertura mediática, a personeros del ámbito político regional y comunal. Práctica que sería vista como una acción necesaria para financiar las producciones audiovisuales y que tienen relación con las dificultades económicas. No obstante, la ausencia de periodistas y de capacitación en el área a quienes poseen conocimientos autodidactas, convierte este tipo de rutinas en una amenaza al pluralismo informativo al existir la posibilidad de que los medios sean utilizados como instrumentos de intereses particulares. El rol de la gran minería en esta zona del país ya había sido tema de estudio en los medios radiales tanto locales como nacionales a través de la investigación de Palma y Alcaíno (2020).

5. Conclusiones

El estudio identifica y ahonda en los factores que inciden en la relación entre las televisoras locales y las instituciones de proximidad. Este vínculo afecta positiva y negativamente la producción de contenidos audiovisuales locales. Los entrevistados declararon relacionarse principalmente con las municipalidades. Luego, destacan la empresa privada asociada a la gran minería, el gobierno regional, la policía y los bomberos. Estas vinculaciones permiten corroborar la comunicación de proximidad que relaciona medios locales y su entorno (Martori, 2016; 2019; Costa, 2015; De Moragas, 2015).

En cuanto a los aciertos, se percibe una sinergia positiva entre las instituciones públicas, tales como las municipalidades y el gobierno regional, que buscan espacios de comunicación en la TV local. A través de sus pantallas, se difunden iniciativas municipales, proyectos sociales, fomento productivo, actividades artísticas, culturales, educacionales o de salud. Bomberos y la policía aparecen como actores relevantes de los procesos comunicacionales en la televisión de proximidad. Su información llega a las audiencias locales y genera nexos entre la institucionalidad de proximidad y la comunidad, fortaleciendo el rol de las televisoras locales de difundir información útil a sus comunidades (Herrera & Saladrigas, 2017; Napoli *et al.*, 2017).

Los entrevistados reconocen tradiciones, particularidades, historias de vida y culturas de su entor-

no que tienen espacio en sus contenidos. Ello reafirma la postura acerca del respeto a la identidad propia en contextos de diversidad cultural (Boix & Pereiro, 2017). La vinculación entre la religiosidad, el canal local, la ciudadanía y el gobierno local en la comuna de Andacollo es un ejemplo de ello. En efecto, las fiestas religiosas andacollinas son difundidas por dos canales de televisión locales, generando contenidos de proximidad valorados y arraigados en la comunidad, logrando trasladar a la narrativa audiovisual aquella cultura popular (Martín-Barbero, 1991).

De las voces de quienes tienen responsabilidades en la producción se desprende que las noticias locales son prioritarias, siempre y cuando cuenten con recursos humanos y técnicos pertinentes. En otras palabras, con financiamiento.

En sus discursos se identifican distintas estrategias para producir contenidos orientados a las audiencias locales con poco presupuesto. Entre éstas se cuentan recibir auspicios provenientes tanto de la institucionalidad pública como la privada que permite sustentar las operaciones de la televisión de proximidad.

Los matices de este tipo de mediaciones institucionales en las rutinas de producción de dichos medios locales de TV tienen que ver con el tipo de financiamiento. Las dificultades técnicas y financieras que enfrentan en el día a día los medios locales chilenos inciden directamente en una menor cantidad y/o calidad de los contenidos informativos propios referente a noticias locales y regionales en Chile (Pellegrini *et al.*, 2009). Los propios medios locales son parte del problema a través de sus rutinas informativas recibiendo influencias externas, debido al financiamiento que proviene, tanto del área pública como la privada a través de las empresas mineras o autoridades de turno que amenazan la independencia de los medios (Anguita & Labrador, 2019). No es tan infrecuente que, bajo la constante falta de financiamiento, los medios consideren sustentar sus operaciones con aportes de actores políticos cuyo potencial electoral radica en esas comunidades o a través de empresas privadas con intereses económicos en la zona.

La concentración mediática y la desregulación e invisibilización de las minorías en el sistema informacional chileno y latinoamericano (Bece-

rra & Mastrini, 2017; Marino, 2016) da lugar a que los medios más pequeños enfrenten dificultades de todo tipo (tecnológicos, falta de profesionalización, escasos recursos), contraviniendo el rol que, se espera, cumplan los medios de comunicación locales en la descentralización de la información y en la representatividad de las audiencias locales, por ejemplo. Como lo ha mencionado Fuente-Alba (2017), es necesario democratizar el espectro radioeléctrico y promover la producción de contenidos propios que refuercen el reconocimiento y la identidad cultural locales (Ordóñez *et al.*, 2021).

La instrumentalización política —pagar un espacio por estar al aire sin un periodista o interlocutor que medie esa práctica— fue otro hallazgo sobre la TV local de la Región de Coquimbo.

Los medios locales televisivos de esta zona de Chile se caracterizan por contar con un pluralismo debilitado, según se desprende de las entrevistas. Ellos cumplen múltiples funciones (editores, camarógrafos, conductores, comunicadores). La mayoría de estos productores locales no tienen acceso a capacitación en el área audiovisual, en periodismo ni actualización en normativas éticas ni legales. Son condiciones que comparte la TV local chilena en todo el país (Fuente-Alba, 2017), especialmente en comunas alejadas de las capitales regionales (Rodríguez *et al.*, 2020). El escaso personal técnico capacitado en labores audiovisuales y la casi nula presencia de periodistas en las televisoras locales de la zona norte del país y, en particular, de la Región de Coquimbo, afecta los aspectos de producción, periodicidad, calidad informativa, pluralismo y proximidad.

La producción audiovisual nace, generalmente, entre quienes impulsan la creación del canal de televisión (propietarios), los que van traspasando los conocimientos técnicos audiovisuales adquiridos de manera autodidacta, ya sea a nuevos empleados (ante la constante rotación laboral) o, bien, a sus propios familiares (generalmente los hijos) que empiezan a experimentar participando en la producción de contenidos. Por ende, las rutinas audiovisuales, en general, se despliegan con escaso soporte editorial que vele por una producción ética y participativa.

Se desprende que parte de la institucionalidad de proximidad influye negativamente en la indepen-

dencia de los medios de comunicación locales, tal como ha sido investigado en medios locales de la Argentina (Bertoni, 2005). Esto se relaciona, también, con la falta de profesionalización en el área y la necesidad imprescindible de capacitar a quienes se desempeñan en los medios locales. En materia de investigación, esta problemática ha sido poco estudiada en Chile.

Los medios televisivos analizados cumplen funciones de la televisión de proximidad con dificultades producto de la falta de apoyo estatal, políticas públicas y marcos legales pensados para la televisión nacional. Se evidencia que la dependencia económica del espacio mediático local es funcional al sistema político. Estudios futuros deberán ampliar la muestra y comparar otras prácticas mediáticas en contextos de proximidad en el país incorporando la opinión de las audiencias locales. Por otra parte, sería relevante desviar el foco de atención hacia las municipalidades que actualmente poseen señales de televisión locales, ante el inminente apagón analógico y las restricciones que impone la actual ley de TDT a los gobiernos municipales.

Notas

1. La división política administrativa de Chile plantea la existencia de regiones (mayor unidad administrativa), provincias (de tamaño intermedio) y comunas (territorio más pequeño).
2. Este tema fue discutido en la Convención Constitucional chilena que buscaba generar una nueva Constitución Política. Propuesta que finalmente fue rechazada en el plebiscito del 4 de septiembre de 2022.
3. Policía militarizada chilena.
4. Fiesta Religiosa que data del siglo XVII y que atrae peregrinos tanto de la región como de otras zonas del país. Contempla la "Fiesta chica" el primer domingo de octubre y la "Fiesta grande" el 25 y 26 de diciembre.
5. Expresión coloquial para referirse a dinero.

Referencias

- Anguita, P., & Labrador, M. J. (2019). Pluralismo y libre competencia en el mercado de la televisión y radiodifusión: el caso chileno. *Revista de comunicación*, 18(1), 11-32.
- Becerra, M., & Mastrini, G. (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina 2000-2015: nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Observacom 2017.
- Bertoni, E. (2005). Prólogo a Asociación por los Derechos Civiles y Open Society-Justice Initiative, Una Censura Sutil. Abuso de publicidad oficial y otras restricciones a la libertad de expresión en Argentina, *Open Society Institute*, New York.
- Biblioteca Congreso Nacional de Chile (BCN) (2016). *Experiencia comparada sobre televisión municipal, Chile y España*. Departamento de Estudios, Extensión y Publicaciones.
- BIG DATA ULS (2022). *Demografía, Población*. Universidad de La Serena, Chile. https://bigdatauls.userena.cl/?page_id=3333
- Boix, A., & Pereiro, M. (2017). La regulación tradicional de los medios audiovisuales frente a la diversidad cultural. En: Francés, M. & Orozco, G. *La televisión de proximidad en el entorno transmedia* (pp. 24-44). Editorial síntesis.
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas. Individuo y sociedad*, 2(1), 53-82.
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. (12 de noviembre de 2021). *X Encuesta Nacional de Televisión*. <https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2021/11/Presentacion-resultados.pptx.pdf>
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2017). *IX Encuesta Nacional de Televisión*. https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20180502/asocfile/20180502113330/ix_entv_final.pdf
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV) (2015). *Catastro de canales regionales, locales y comunitarios*. Departamento de estudios CNTV. https://www.cntv.cl/wp-content/uploads/2020/04/canales_regionales_locales_y_comunitarios.pdf
- Costa, LL. (2015). *La comunicación local*. Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya UOC.
- Charney, J. (2019). Libertad de expresión y pluralismo informativo: compatibilidades y tensiones en el contexto de la televisión. *Revista de Derecho del Estado*, (42), 117-148.
- De Moragas, M. (2015). La comunicación de proximidad 30 años después. En: Nerekan, A., Casado, M.A., Zallo, R. & Miguel, J.C. (Eds.), *Comunicación de Proximidad: cada vez más lejos Marco, experiencias y regulación* (21-38). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Del Valle, N., & Carreño, F. (2020). Diversos pero concentrados: percepciones de comunicadores sobre el pluralismo de los medios digitales en Chile. *Comunicación y Medios*, 29(42), 30-43. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2020.57636>

- Doyle, M. (2018). Las luchas por territorios ancestrales en los medios indígenas. El caso de FM La Voz Indígena. *Comunicación y Medios*, (38), 177-189. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2018.50650>
- Fuente-Alba, F. (2018). Desarrollo e identidad: rol de los medios en zonas aisladas. *Revista Observatório*, 4(6), 668-703. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n6p668>
- Fuente-Alba, F. (2017). Los desafíos de la televisión de proximidad chilena en el entorno transmedia. En: M. Francés i Domènec (Coord). *La televisión de proximidad en el entorno transmedia*. Síntesis.
- García, M.T. (2015). "La Convención de la UNESCO sobre diversidad y las políticas de comunicación y cultura de proximidad". En: Nerekan, A., Casado, M.A., Zallo, R., & Miguel, J.C. (Eds.). *Comunicación de Proximidad: cada vez más lejos Marco, experiencias y regulación* (pp. 39-52). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Godoy, S. (2009). Televisión digital en Chile: ¿es posible más y mejor TV para los chilenos? *Temas de Agenda Pública Pontificia Universidad Católica de Chile Vicerrectoría de Comunicaciones y Asuntos Públicos*, 4(31), 1-17.
- Guimerà, J. À. (2015). Análisis y problemática de la TDT local en España (2010-2014): Un sector complejo y débil con problemas estructurales. *Comunicación de proximidad: cada vez más lejos. Marco, experiencias y regulación* (pp. 87-104). Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- Herrera, D., & Saladrigas, H. (2017). Televisión local y cambio social: propuesta de modelo participativo para el desarrollo municipal en Cuba. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 14 (26), 204-213. <https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/view/908>
- Jenkins, J., & Nielsen, R. K. (2020). Proximity, public service, and popularity: A comparative study of how local journalists view quality news. *Journalism Studies*, 21(2), 236-253. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>
- Luna, J. P., Toro, S., & Valenzuela, S. (2021). El ruidoso silencio de los medios tradicionales. *Ciper Académico*. <https://www.ciperchile.cl/2021/03/23/el-ruidoso-silencio-de-los-medios-tradicionales/>
- Marino, S. (2016). El audiovisual ampliado: políticas públicas, innovaciones del mercado y tensiones regulatorias en la industria de la televisión argentina frente a la convergencia. *Revista Austral Comunicación*, 6 (1), 183-185.
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Martori, A. (2016). Televisión de proximidad en naciones sin Estado. Comparación del caso catalán y escocés. *Número 11 completo. AdComunica*, 1-210. <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2016.11>
- Martori, A. (2019). ¿Televisión de proximidad o televisión local? El impacto de la proximidad cultural en los estudios de televisión en la era digital. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación= Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 25(47), 147-163. <https://doi.org/10.1387/zer.21073>

- Meza, C. B. (2020). Nueva política nacional de televisión para Chile: garantizando el pluralismo político. Tesis de máster, Universidad Pompeu Fabra Barcelona. <http://hdl.handle.net/10230/45804>
- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (MinCAP) (2020). *Estudio de caracterización de medios de comunicación regionales, locales y comunitarios de Chile*. Santiago de Chile, Chile: <http://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2021/03/05/estudio-de-caracterizacion-de-medios-de-comunicacion-regionales-locales-y-comunitarios-de-chile/>
- Napoli, P. M., Stonbely, S., McCollough, K., & Renninger, B. (2017). Local Journalism and the Information Needs of Local Communities: Toward a scalable assessment approach. *Journalism Practice*, 11(4), 373-395.
- Ordóñez, K., Vázquez, A. I. R., & Suing, A. (2021). La televisión local y la programación como refuerzo de Identidad cultural. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 8(190-212), 189-206. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/251>
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre.
- Orozco, G. (2018). La múltiple audienciación de las sociedades contemporáneas: desafíos para su investigación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 11(1), 13-25. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6274>
- O'Regan, T. (2020). Australia's television culture. *Australian Television Culture* (pp. 1-21). Routledge.
- Pellegrini, S., Puente, S., Godoy, S., Fernández, F., Julio, P., Martínez, J., Soto, J., & Grasso, D. (2009). *Ventanas y espejos: televisión local en red*. El Mercurio Aguilar.
- Ramírez, J. (2015). Prácticas culturales y televisión de proximidad cultural. *Revista Surco Sur*, (5), 8. 57-64. <http://dx.doi.org/10.5038/2157-5231.5.8.26>
- Rigo, M. N. (2018). Televisión, audiencias y convergencia. *Actas de Periodismo y Comunicación Social*, 4. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/79992>
- Rodríguez, C., Fuente-Alba, F., & Ortloff, K. (2020). Los desafíos de la televisión de proximidad en el norte de Chile: El caso de la región de Coquimbo. *Comuni@cción*, 11(2), 107-118. <https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.11.2.416>
- Sáez, Ch. (2015). La implementación de la TV Digital en Chile: riesgos y oportunidades para la democratización de las comunicaciones. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 4(8), 73-94. https://www.academia.edu/21458575/La_implementaci%C3%B3n_de_la_TV_Digital_en_Chile_riesgos_y_oportunidades_para_la_democratizaci%C3%B3n_de_las_comunicaciones_ALCANCE_Vol_4_No8_2015_
- Sáez, Ch. (17 noviembre de 2021). *Pluralismo en tv local regional y comunitaria en Chile: percepciones y posibilidades de medición*. VIII Coloquio de Investigación. Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile. <https://www.facebook.com/ICEIUChile/videos/4596659087082588>
- Santa Cruz, E. (2017). Derrotero histórico, tendencias y perspectivas de la televisión chilena. *Comunicación y Medios*, (35), 08-21. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2017.45906>

- Palma, K. & Alcaíno, C. (2020) Mining the Media: How Community Radio Breaks Through Extractivist Discourse Articulations in a Context of Disaster and Socio-environmental Conflicts, *Environmental Communication*, 14(6), 830-843, DOI: 10.1080/17524032.2020.1756887
- Valencia, J. C., & Magallanes, C. (2016). Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción. *Universitas humanística*, (81), 15-31. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh81.pccs>
- Valenzuela, A. (2016). *Transición Digital en Chile: El caso de los canales de televisión regionales, de cara al "apagón análogo"* [Tesis de pregrado]. Universidad Católica de Chile. Chile.

- Sobre las autoras:

Carolina Rodríguez-Malebrán es Doctora en Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Cuyo, Argentina. Magíster en Comunicación y Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. Académica e investigadora de la Universidad de La Serena, Chile. Periodista y Licenciada en Comunicación Social.

Leila Mohammadi es Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento, Universitat Oberta de Catalunya. Profesora en los ámbitos de la comunicación, publicidad y empresa. Tiene un máster en Comunicación Social, Universitat Pompeu Fabra y un MBA por la Universitat Autònoma de Barcelona.

- ¿Cómo citar?

Rodríguez, C., & Mohammadi, L. (2022). Poder político y económico en la televisión local: mediación institucional en canales regionales chilenos. *Comunicación y Medios*, 31(46) 40-53. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.67039>

Los inmigrantes en la prensa chilena: lucha por protagonismo y racismo encubierto en un periódico gratuito

Immigrants in the Chilean press: a struggle over protagonism and covert racism

Anna Ivanova

Universidad de O'Higgins
Rancagua, Chile
anna.ivanova@uoh.cl
<https://orcid.org/0000-0002-9019-6101>

Jorge Almendras

Universidad de Buenos Aires
Buenos Aires, Argentina
jorge.jocelin.almendras@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3173-3525>

Mario Samaniego

Universidad Católica de Temuco
Temuco, Chile
msamanie@uct.cl
<https://orcid.org/0000-0002-4695-1157>

Resumen

La masiva aparición del inmigrante en el paisaje social en Chile saca del silencio el tema de migración en el país, hecho que, sin lugar a dudas, tiene su reflejo en los medios de comunicación. El presente artículo pretende auscultar cómo se ha representado al migrante en el discurso mediático durante los años 2017 y 2018 en Chile. A partir de un Análisis Crítico del Discurso (ACD) aplicado a *Publimetro*, un diario de circulación gratuita en la capital chilena, este estudio no revela la representación abiertamente negativa de la migración, sino demuestra que la prensa diaria representa a los inmigrantes como un colectivo de sujetos a los que el Estado tiene que acoger, reforzando el enfoque referido a las acciones de políticas públicas hacia las comunidades migrantes y no las contribuciones de éstas al país receptor. Por lo tanto, se concluye que el uso dominante de representaciones a los migrantes sólo como receptores, refuerza el estereotipo de ellos como dependientes de los recursos del gobierno. Del mismo modo, el uso del término específico sobre una nacionalidad, se refiere mayoritariamente a los residentes haitianos, dándoles un lugar separado en la terminología de los migrantes en el periódico, convirtiendo el color de la piel en un signo distintivo de la migración en Chile.

Palabras clave: Migración latinoamericana, representación mediática, *Publimetro*, prensa escrita chilena.

Abstract

The massive appearance of immigrants in the social landscape in Chile brings out of silence the issue of migration in the country, a fact that, no doubt, is represented in the media. This article examines the representation of immigrants in the media discourse during 2017 and 2018 in Chile. Based on a Critical Discourse Analysis (CDA) applied to *Publimetro*, a free-circulation newspaper in the Chilean capital, this study does not reveal the openly aggressive representation of immigration but rather demonstrates that the daily press represents migrants as a collective of subjects that the State has to welcome, reinforcing the approach referred to public policy actions towards migrant communities and not their contributions to the receiving country. Therefore, the dominant use of representations of migrants only as receivers reinforces the stereotype of them as dependent on government resources. Similarly, the use of the specific term on a nationality refers primarily to Haitian residents, giving them a particular place in the terminology of migrants in the newspaper, turning skin color into a distinctive mark of migration in Chile.

Keywords: Immigration, media representation, *Publimetro*, press.

* El artículo presenta resultados del proyecto Fondecyt (ANID) 11180178: El tratamiento informativo de los inmigrantes en la prensa nacional escrita actual (2015-2019) y su impacto en la opinión pública.

1. Introducción

Desde la conformación de Chile como una república independiente de la corona española en 1818, el país ha recibido diversos flujos migratorios en diferentes espacios de tiempo. En el siglo XIX, Chile recibió la migración europea, en especial alemana, holandesa, inglesa, francesa, entre otras, producto tanto del interés gubernamental de poblar e industrializar los nuevos territorios anexados (Cano & Soffia, 2009), como de los intereses privados. En efecto, la explotación minera de salitre y plata en el norte y de carbón en el sur, movilizaron a miles de extranjeros hasta estas latitudes. Este fenómeno, a su vez, ha contribuido al imaginario del migrante europeo que “contribuye” a la dinamización de la economía y, por ende, se le asocia a la idea de progreso capitalista.

Durante el siglo XX, en tanto, hubo varias olas migratorias. Las primeras respondieron a desplazamientos forzados de migrantes provenientes de distintos rincones del planeta que se encontraban en conflicto. Ése fue el tenor de los flujos migratorios hasta la década de 1950. Ya en la década de los 1990, Chile experimenta con mayor fuerza la llegada de migrantes intrarregionales, en particular de países vecinos como Perú y Bolivia, quienes convirtieron a Chile en una alternativa de migración atractiva (Stefoni, 2007). Estos movimientos migratorios tuvieron un carácter relativamente “silencioso” y no provocaron debates álgidos ni mediáticos ni políticos.

Ya en el siglo XXI, la situación cambió después del terremoto en Haití en 2010, cuando miles de haitianos se vieron obligados a migrar y Chile fue una de las opciones en su lista. Como resultado, en 2013, 2.428 haitianos llegaron al país, número que para 2015 aumentó a 9.477 personas (Rojas et al., 2015). Un “migrante negro” (Tijoux, 2016) fue percibido como diferente y opuesto a la identidad europeizada-moderna y pro-blanca chilena (Rojas et al., 2015).

En dicho contexto, durante el primer semestre de 2018, el gobierno de Sebastián Piñera impulsó una reestructuración de la normativa de extranjería y migraciones en Chile. Esta “Nueva Ley de Migraciones” aumentó las exigencias para solicitar visas de permanencia, residencia y de trabajo para

extranjeros en Chile. La “actualización” de este marco jurídico responde a la necesidad de abordar un proceso social dinámico, complejo y que, en Chile, durante los últimos 10 años ha ido en aumento a nivel tanto de crecimiento porcentual (Rojas et al., 2015), como de percepción ciudadana frente al fenómeno.

Según el censo de población (INE, 2018), Chile registra 746.465 residentes migrantes, lo que representa el 4.35% de la población total. Así, a pesar de que estos números son relativamente bajos en comparación con otros países como Estados Unidos, Francia o Canadá, las y los chilenos afirman que el país está atiborrado de migrantes. Ya en 2016, el informe *La migración en Chile: Breve reporte y caracterización* alertaba que se difundía en la opinión pública la idea de que el “país se estaba llenando de migrantes”, aunque las estadísticas demostraran lo contrario (Rojas & Silva, 2016). Esta percepción se ha agudizado en el tiempo. En la actualidad, un informe de CADEM (2021) detectó que un 56% del total de sus encuestados evalúa como “mala” la llegada de inmigrantes al país.

Como señala Esteban Krotz (2004), la construcción del otro también supone cierto etnocentrismo. Podemos inferir, por lo tanto, que no basta sólo con advertir alguna determinada diferencia, sea ésta cultural o racial, ante una persona o un grupo humano en específico, sino que se requiera mediar en esta construcción. Esto es, proponer una noción sólida de quién se es (mismidad) y tan fuertemente como lo anterior, de quién no se es tanto individual como colectivamente. En este sentido, en la construcción de la alteridad del sujeto migrante, un rol tan importante como el de la institucionalidad gubernamental o la del imaginario impulsado por las élites, es el de los medios de comunicación, más aún en el contexto de las sociedades occidentales contemporáneas en las cuales muchos rasgos culturales de un pueblo son difundidos por medios masivos (Rodríguez-Pérez et al., 2022).

Así, los medios de comunicación son considerados “espacios de reproducción ideológica y de legitimación de la realidad” (Crespo, 2008). Es decir, no son sólo fuente de información ni un espacio público de expresión de opiniones, sino que, también, la institución principal de reproducción ideológica (Van Dijk, 2000) y espacios poderosos de legitimación social (Villalobos, 2004). Así, los medios de

comunicación son capaces de “dar credibilidad a una determinada imagen del inmigrante y de la inmigración y de encauzar el sentir popular en uno u otro sentido” (Crespo, 2008, p. 46).

La prensa impresa, en particular, es “uno de los géneros discursivos que circula con gran agilidad” (Parodi & Ferrari, 2007, p. 3) y con el fácil y frecuente acceso por el gran público. Mayorga *et al.* (2008, p. 15) afirman que el “discurso periodístico es una forma de representar el conocimiento de algo”. En esta línea, la prensa está considerada como una fuente potente de información y espacio de producción cultural (Kircher, 2005). En efecto, la prensa figura como un actor social y político y, de esta forma, “se convierte en un mediador entre la sociedad civil y el Estado” y “construye representaciones del poder y la sociedad en cuyo interior opera” (Kircher, 2005, p.116). Como consecuencia, “la prensa de referencia tiene un alto grado de influencia ideológica en el sistema mediático” (Giró & Jarque, 2006, p. 254). Por lo tanto, los medios de comunicación —y la prensa impresa como parte de ellos— “tienen el poder de definir la agenda, influir en la opinión pública y, por ende, en la actitud de los ciudadanos hacia los temas” (Checa, 2012, p.8).

El objetivo general de este artículo es analizar la representación mediática del migrante en el discurso periodístico en Chile durante los años 2017-2018. Uno de los canales más corrientes para construir la opinión pública sobre los temas sociales y políticos más controversiales, como la migración, es a través del discurso público (Kalfeli *et al.*, 2022). Por discurso público entendemos los textos de los medios de comunicación; en específico para este estudio, los periódicos del país, como una influyente plataforma de la élite para comunicar eventos globales a la ciudadanía y para legitimar su acción y la ideología tras ellos (Van Dijk, 2000). A pesar de la cada vez mayor variedad de medios contemporáneos, caracterizada por la multiplicidad de actores e información que se entrecruzan, los medios tradicionales siguen siendo una fuente principal de información para las personas.

De esta forma, la manera en que los medios de comunicación presentan la migración juega un papel importante en la forma en que las personas comprenden este tema: por ejemplo, si los medios presentan a los migrantes como una amenaza, entonces es más probable que los chilenos respal-

den opiniones negativas al respecto. Por lo tanto, un estudio de estas características es relevante en los contextos sociales actuales, en Chile y en el mundo, pues nos invita a comprender mejor cómo se estructuran las diferencias entre individuos y grupos humanos entendidos como diferentes y los dispositivos que configuran, crean y reproducen estas representaciones.

2. Marco teórico

Los medios de comunicación reproducen-producen *alterizaciones* y *otrerizaciones* (Briones, 2008; Restrepo, 2022) a través de imágenes y textos que tienden al establecimiento de estereotipos y generalizaciones en la representación del fenómeno migratorio. A nivel internacional en los últimos años se ha observado un interés creciente por explorar cómo los medios de comunicación abordan el fenómeno migratorio y las representaciones de los migrantes como “otros”.

Airgood (2017) compara la prensa inglesa y la estadounidense y concluye que el aumento de la inmigración produce un incremento también en el interés de la prensa impresa y que este tratamiento tiene una correlación con los fenómenos y características históricas, políticas y socioculturales de cada lugar. En su trabajo, observa que la prensa estadounidense enfatiza especialmente las migraciones como fuentes de conflicto y a los inmigrantes como amenazas para la seguridad nacional, junto con destacar la necesidad de controlar las migraciones. En Inglaterra, en tanto, los encuadres mediáticos se centran principalmente en la figura del migrante como víctima y la necesidad de apoyo a los inmigrantes.

Utilizando la misma estrategia de análisis, pero desde un enfoque cuantitativo, Brouwer *et al.* (2017) analizan la relación entre la representación de la inmigración no documentada con los procesos de criminalización de la migración, concluyendo que los medios agudizan el proceso de criminalización al enfatizar el uso de la denominación “inmigrantes ilegales” y su relación con la delincuencia en articulación con el uso de estadísticas. En un estudio sobre inmigrantes en la prensa coreana, Ko (2020) concluye que los medios

de ese país presentan con mayor frecuencia a los inmigrantes de forma neutra y con cuidado porque cubren principalmente a los inmigrantes con matrimonio internacional.

Torkington y Perdigao (2019) analizaron la representación de los inmigrantes en los titulares de la prensa portuguesa y concluyeron que sus representaciones son generalmente despersonalizadas, pasivas y sin voz. Este hallazgo es respaldado por Galindo (2019), quien identifica la prevalencia de palabras negativas al escribir sobre inmigrantes mexicanos en la prensa estadounidense. Wang (2017), en tanto, afirma que, incluso cuando las representaciones negativas explícitas no están presentes, los migrantes a menudo son enmarcados como objetos en vez de protagonistas de las acciones gubernamentales.

En Chile los estudios sobre la representación de la migración y los migrantes en la prensa impresa se han enfocado en la migración fronteriza entre Chile-Bolivia y Perú (Browne-Sartori & Castillo-Hinojosa, 2013). Estos comparten la idea de que los medios han contribuido en la creación de estereotipos a través de la representación negativa de la otredad, reproduciendo y afirmando la dicotomía nacional/extranjero, así como también la promoción de discursos extremos que van desde la compasión paternalista hasta la criminalización del sujeto inmigrante (Póo, 2009).

Algunos trabajos resaltan la contribución de los medios de comunicación en la reproducción ideológica de la migración como un problema social que incluye pobreza, delincuencia e ilegalidad, entre otros (Stefoni & Brito, 2019). También existe una asociación tendenciosa entre migración y pandemia como la reproducción de discursos racistas en los medios (Póo, 2020), el drama humanitario que enfrentaron los inmigrantes con la crisis sanitaria (Gaete-Quesada, 2022) y el impacto del discurso mediático sobre la migración en los procesos electorarios en Chile (Dammert & Erlandsen, 2020).

Una forma de abordar la representación de los inmigrantes en la prensa es a través del concepto de representación social y mediática. El concepto de representación social (RS) se atribuye al psicólogo francés Serge Moscovici. En su tesis doctoral *El psicoanálisis, su imagen y su público* (1961) despliega los principales preceptos de lo que con los

años se desarrollará y comprenderá como la teoría de la representación social. Aplicada al fenómeno migratorio, esta teoría abre un espacio de comprensión ya no situada en las condiciones socio-estructurales que motivaron al individuo a migrar y establecerse en un nuevo país, sino, más bien, permite explorar el espacio donde el migrante "irrumpe" y es "construido" como un "otro". A saber, en los medios de comunicación en un país receptor.

Moscovici advertía que no todos los individuos enfrentan de igual manera la información que circula. Por lo tanto, comprende que las representaciones inevitablemente estarían marcadas por el grupo social al que pertenecen los sujetos. En el caso de los medios de comunicación, esto se vincula con la propuesta de Van Dijk (2006), quien señala que el discurso de los medios es el discurso de la élite. En este sentido, al existir un grupo determinado, la élite, en este caso, los dueños de los medios de comunicación y/o quienes tienen influencia en las líneas editoriales de éstos, sugieren que la posición del migrante frente a su propia representación está siempre supeditada al sentir de las clases dominantes, lo que se puede expresar en el caso chileno desde la xenofilia al migrante europeo hasta el racismo frente al migrante afrodescendiente.

Sary Calonge-Cole, a partir de la teoría de la representación social, articula una propuesta propia aplicada al análisis de las representaciones sociales en los medios de comunicación que ha denominado la teoría de la representación mediática (RM). La autora postula que las representaciones mediáticas comprenden dos dimensiones de análisis: una pragmática y una cognitiva. La dimensión cognitiva se trata del orden socio-cognitivo de la representación, de una actividad mental u operaciones cognitivas que se producen a la hora de construir, reconstruir y deconstruir la representación mediática. Esta dimensión está constituida por: a) los rasgos cognitivos generales, plasmados en la cognición mediática en el área de psicología social; b) los rasgos cognitivos específicos, y c) las formas de conocimiento social y mediática (Calonge-Cole, 2006).

La dimensión pragmática está compuesta por cuatro categorías. La primera es el rol de la representación mediática en la difusión. Se comprende en este espacio la función de la RM como mediadora entre diferentes grupos del conjunto social.

La RM ofrece a los diferentes grupos sociales la posibilidad de conocer y comprender las visiones y las interpretaciones de los acontecimientos en un sentido más amplio y en un plazo más corto (Calonge-Cole, 2006).

La segunda categoría se trata de las condiciones de producción, las cuales son muy complejas porque ahí se expresan las relaciones de los poderes económicos y políticos, y entra en juego la necesidad de considerar la situación de la recepción. La autora señala la importancia de considerar lo que Verón (1988) denomina el "contrato de lectura", que implica el hecho de mantener una unión contractual entre la producción del discurso mediático con su recepción. Es un contrato de confianza que se reduce a la estructuración de un discurso basado en que, aquellos medios de comunicación que consumo, son aquellos en los que confío (Calonge-Cole, 2006). La tercera categoría se refiere al espacio donde se ancla la RM: concretamente, el espacio urbano de consumo masivo donde la RM participa (de manera exclusiva) junto a los procesos de identificación colectiva (Calonge-Cole, 2006).

La cuarta categoría es el discurso mediático. La RM se manifiesta en el discurso mediático cuyo contenido se refiere a los objetos sociales que circulan entre los diferentes grupos sociales; el discurso se refiere a un mundo que él pretende describir, expresar, construir. En este caso, el proceso de construcción y reconstrucción de los objetos sociales no depende de los medios de comunicación. Sin embargo, al mismo tiempo, los medios intervienen en la formación de una perspectiva común y, sobre todo, en la estabilización de una determinada matriz de opinión (Calonge-Cole, 2006).

3. Metodología

Este estudio analiza artículos publicados en el periódico *Publímetro* durante el período 2017-2018. *Publímetro* es un periódico gratuito del país y la versión chilena de la publicación internacional Metro, con sede en Estocolmo (Suecia). *Publímetro* se publica de lunes a viernes y se distribuye en varios centros urbanos del país (Santiago, Viña del Mar y Valparaíso, La Serena, Rancagua, Curicó, Talca, Chillán, Concepción, Talcahuano y Los Án-

geles) (Metro International Press, 2019). El límite temporal del estudio se justifica porque durante 2017-2018 se otorgó el 38% de visas para extranjeros para el periodo 2005-2018¹. El año 2017 está marcado por la emergencia del tema migratorio en la agenda nacional, correspondiéndose con el último año de gobierno de Michelle Bachelet y un clima político propio de campaña electoral. 2018 marca, también, el traspaso de un gobierno de centro izquierda a uno de derecha. El debate público sobre migraciones adquiere notoriedad pues es uno de los temas prioritarios de la campaña presidencial de Sebastián Piñera, quien ya en el gobierno (desde marzo 2018) promueve un "nuevo trato" hacia el migrante, impulsando la idea de "actualizar" el marco normativo sobre extranjería, lo que se denominó oficial y mediáticamente como la "Nueva Ley de Migraciones".

El corpus de trabajo de este estudio contempló todos aquellos artículos de opinión, crónicas, noticias nacionales, reportajes y entrevistas que mencionaron en sus títulos y/o en su cuerpo al "migrante" o sus sinónimos, tales como "inmigrante", "extranjero" y sus formas plurales, exceptuando aquellos contenidos que hicieran referencia a contextos migratorios internacionales. El mecanismo de búsqueda consistió en la lectura de cada número en el sitio web del periódico. A partir de este trabajo el corpus final considera 231 documentos. Los que se dividen en 105 documentos del año 2017 y 126 documentos del año 2018.

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) resulta un marco apropiado para el análisis cualitativo, en particular, debido a su orientación a estudiar los problemas sociales a través del lenguaje (Wodak & Krzyżanowski, 2008; Colorado, 2010). El ACD no es una teoría homogénea o una única metodología, sino una aproximación metodológica que está constituida en diferentes niveles (Van Dijk, 2001; Wodak & Meyer, 2009).

Una característica distintiva y que ha sido central para utilizar el ACD como la metodología más apropiada para explorar la estructuración de la "alteridad migrante" en Chile es la preocupación por el poder como condición central en la vida social (Wodak & Meyer, 2009). El ACD ayuda a identificar cómo los diversos actores desarrollan actitudes y prácticas excluyentes al afirmar de forma recurrente y selectiva ciertos atributos, es decir,

roles sociales, características de comportamiento y apariencia física, a grupos sociales y étnicos específicos (Wodak & Chilton, 2005).

Reisigl & Wodak (2001) proponen cinco preguntas que ayudan a definir las estrategias de “auto-presentación” y las “presentaciones sobre otros” en el análisis de los discursos sobre temas raciales, nacionales y étnicos:

1. ¿Cómo se nombra y se refiere a las personas lingüísticamente?
2. ¿Qué rasgos, características y cualidades se les atribuyen?

3. ¿Por medio de qué argumentos y esquemas de argumentación intentan las personas específicas o grupos sociales, justificar y legitimar la exclusión, discriminación, supresión y explotación de los demás?
4. ¿Desde qué perspectiva o punto de vista se expresan estas etiquetas, atribuciones y argumentos?
5. ¿Se expresan abiertamente las respectivas expresiones, se intensifican o se mitigan?

Estas preguntas conducen a las cinco estrategias discursivas, con sus objetivos e instrumentos involucrados en la presentación positiva y negativa de los demás:

Tabla 1. Estrategias discursivas

Estrategia discursiva	Objetivos	Instrumentos
Referencia o nominación	Construcción de grupos internos y externos.	Categorización de la pertenencia; Metáforas y metonimias. Sinécdques (parte por el todo, todo por las partes).
Predicación	Clasificar a los actores sociales, objetos, fenómenos, procesos y acciones de formas más o menos negativas.	Atribuciones estereotípicas y valorativas de los rasgos positivos o negativos. Predicados implícitos o explícitos; Sustantivos/Adjetivos/ Pronombres.
Argumentación	Justificación; Cuestionamientos de atribuciones positivas o negativas.	Topoi utilizados para justificar la inclusión o la exclusión política, la discriminación u el trato preferente.
Puesta en perspectiva, enmarcado o representación del discurso	Expresión de la implicación Ubicación del punto de vista del que habla.	Comunicación, descripción, narración de acontecimientos de afirmaciones Expresiones deícticas. Uso de pronombres y personas gramaticales.
Intensificación /Atenuación	Modificación de la posición epistémica de una proposición.	Intensificación o atenuación de la fuerza ilocucionaria de las afirmaciones. (discriminatorias)

Fuente: Elaboración propia a partir del texto de Wodak & Meyer (2009).

El presente estudio trabaja con la estrategia discursiva de referencia y/o nominación y la de predicación, pues son las más apropiadas para asociarlas al análisis de las representaciones mediáticas del sujeto migrante. Esto pues el estudio analiza cómo es que el sujeto migrante es “construido” y descrito, por intermedio de aquello que se señala o aquello que se omite, por parte del medio de comunicación (Wodak & Meyer, 2009). Utilizamos el software ATLAS.TI® de análisis cualitativo. El trabajo de codificación y levantamiento de datos fue realizado por dos investigadores.

4. Resultados y discusión

Los resultados de la representación mediática del migrante en el periódico *Publimetro* durante los años 2017-2018 se presentan desde dos enfoques: el primero pone acento en las características de la nominación del migrante en los cuerpos noticiosos, las que se denominan nominaciones genéricas y nominaciones específicas; y, el segundo, presenta cuatro formas específicas de nominación-predicación del migrante en el corpus seleccionado.

4.1 Nominación genérica y nominación específica del migrante en el periódico *Publímetro* durante los años 2017-2018

Los resultados de la **tabla 2** demuestran el predominio de las nominaciones genéricas (G) del migrante tanto en los titulares como en el uso corriente en los cuerpos noticiosos en el corpus, por sobre las nominaciones específicas (E).

Tabla 2. Nominaciones genéricas y específicas en el corpus

Código utilizado y tipo de nominación	Nº Apariciones	% de presencia en el Corpus
Migrantes (G)	82	35,49
Haití (E)	46	19,91
Inmigrantes (G)	33	14,28
Extranjero (G)	31	13,41
Bolivia (E)	10	4,32
Venezuela (E)	8	3,46
Ecuador (E)	8	3,46
Colombia(E)	7	3,03
Perú (E)	6	2,59
Emigrantes (G)	2	0,86
República Dominicana (E)	1	0,43
Persona proveniente del exterior (G)	1	0,43

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del corpus.

La elección entre estos dos tipos de referencias es una estrategia importante de representación de los actores sociales en los medios de comunicación (Torkington & Perdigao, 2019). Según Van Leeuwen (2008), las referencias genéricas eliminan simbólicamente a los actores sociales migrantes de la proximidad inmediata de los lectores, al tratarlos como "otros" distantes, que no comparten la realidad de los lectores. En contraste, la especificación de una determinada colectividad extranjera, como lo puede ser "haitiano", los ubica como individuos. Sin embargo, en este caso, creemos que el uso del identificador de nacionalidad para este grupo particular de migrantes, los haitianos, los excluye del grupo general de migración, lo que los distancia aún más de los chilenos y del resto de los migrantes en el país.

Imagen 1: Haitianos creen que les cuesta más encontrar empleo que otros inmigrantes



Fuente: *Publímetro* 17-03-2017

En otras palabras, *Publímetro* distingue entre un grupo homogéneo de migrantes, por un lado, y un grupo de haitianos, por el otro. Por lo tanto, los haitianos se presentan como un grupo separado de minorías, marginados y excluidos del resto de los migrantes. Así, la estrategia para usar referencias particularizadas en este contexto se ve más bien como una forma de exclusión indirecta que como una aproximación al fenómeno migratorio (Kopytowska, 2018).

4.2 Tipologías de nominación y predicación del migrante en el periódico *Publímetro* durante los años 2017-2018

El análisis de los artículos noticiosos seleccionados establece cuatro tipologías² de nominación con las que son representados los migrantes para los años 2017-2018 en el periódico *Publímetro*:

1. Nominación-predicación gubernamental del migrante.
2. Nominación-predicación del migrante desde el enfoque de sus derechos.
3. Nominación-predicación económica del migrante.
4. Nominación-predicación emotiva del migrante.

A continuación, se presentan cada una de las nominaciones junto a ejemplos relativos a títulos de noticias y que grafican la comprensión de la propuesta de análisis.

4.3 Nominación-predicación gubernamental del migrante

Este tipo de representación coloca a las instituciones gubernamentales como principales protagonistas de las acciones hacia los migrantes y su inclusión. Bajo este enfoque, el gobierno del país receptor es un proveedor de todo tipo de instalaciones y/o servicios para los recién llegados. A

primera vista, esto puede parecer una estrategia positiva de representación, ya que se alinea con las políticas mundiales de acogida e inclusión de los migrantes. Sin embargo, el enfoque real aquí es poner en primer plano las acciones del gobierno, mientras que los migrantes aparecen principalmente como los receptores en lugar de los actores o agentes de la acción (ver **Imagen 2**), como en el siguiente ejemplo:

Imagen 2: "Sólo el 6% de municipios del país cuenta con oficinas para migrantes"

Publitró **CRÓNICA** WWW.PUBLIMETRO.CL MARTES 12 DE DICIEMBRE 2017

Sólo el 6% de municipios cuenta con oficinas para migrantes

Un tercio de las actividades reciben aporte extra, por lo que acusan que su realización dependería de la voluntad de la administración comunal de turno

JAVIERA ORTIZ
www.publitró.cl

La migración es un fenómeno que atraviesa a todo el país, de norte a sur. Sin embargo, de un total de 346 comunas, sólo el 6% de ellas tiene oficinas, unidades o programas dedicados al tema.

Según información entregada por la Organización Internacional para las Migraciones en concordancia con un estudio realizado por la Asociación de Municipalidades Chilenas (Amuch), se identifica que 23 municipios

cumplen con esta institucionalidad.

Arica, Antofagasta, Calama, San Antonio, El Quisco, Santiago, Cerrillos, Conchalí, Estación Central, Huechuraba, Independencia, La Cisterna, La Pintana, La Reina, Lo Prado, Maipú, Peñalolén, Providencia, Pudahuel, Quilicura, Recoleta, San Ramón y San Bernardo componen la lista completa de los municipios que se la juegan por tener servicios disponibles para los migrantes que residen en sus comunas.

Tal como afirma el director de Estudios de la Amuch, Roberto Lagos, las actividades de los municipios en pro de los migrantes son variadas y son frecuentemente "campañas informativas de sensibilización, programas de gobierno o de ONGs para inserción de migrantes, actividades culturales y recreativas".

"Hay comunas que tienen más actividades en materia migratoria como Antofagasta, Santiago, Independencia, Recoleta, entre otras. Además, incluyen programas como atención directa para dar solución a los problemas de los migrantes", afirma Lagos.

Sin embargo, tal como se señala en el informe, el 33,3% de las acciones ejercidas por los municipios tiene presupuesto extra, mientras que un 67,3% de ella se ejecuta con el presupuesto regular de la unidad. Por lo que la realización

de las actividades residiría en la voluntad política del alcalde o alcaldesa de turno. Hecho que sería relevante si se considera que el 70% de acciones se concentran en 5 municipios que agrupan al 48% de los migrantes de la provincia: La Pintana, Recoleta, Quilicura, Independencia y Santiago.

El vocero de la Coordinadora Nacional de Inmigrantes, Rodolfo Noriega, afirma que "en la RM hemos visto cómo algunas municipalidades trabajan para construir un programa para la integración de la comunidad migrante, y hay algunos ejemplos positivos como Recoleta o Quilicura".

PUBLIMETRO

Inversiones checas en nuestro país

Un positivo balance de su reciente visita oficial a la República Checa hizo el presidente del Senado, Andrés Zaldívar, quien fue invitado a Praga por el Congreso de ese país, para sostener encuentros con distintas autoridades y gestionar acuerdos de cooperación en ámbitos de gran relevancia para nuestro país.

De la reunión con el ministro de Hacienda checo, Iván Pilný, Zaldívar destacó las perspectivas en materia de energía solar. Anunció que empresas checas aumentarán las inversiones en plantas solares en el norte de Chile. "En ese escenario, es muy importante el tratado de exención de la doble tributación entre ambos países, que ya está vigente, lo que permitirá incentivar aún más las inversiones checas en Chile", subrayó.

Los migrantes demandan cada vez más atención de los municipios | ATON CHILE

Fuente: *Publitró* 12-12-2017.

En términos lingüísticos, la palabra migrante en la nominación-predicación gubernamental se erige como el objeto de la oración, es decir, el migrante es un "paciente" (receptor de la acción) en lugar de un "agente" (hacedor de la acción) (Wang, 2017), en la mayoría de los titulares y cuerpos noticiosos del corpus seleccionado. Como lo expresó Van Leeuwen (2008), lingüísticamente, ser un agente significa tener cierto poder y no parece accidental que los medios de comunicación otorguen esta ca-

pacidad al gobierno y representen a los migrantes como actores (sociales) impotentes. Esta elección lingüística dota a los migrantes de roles sociales pasivos y/o receptivos. Al hacerlo, *Publitró*, consciente o inconscientemente, enmarca a este grupo social como el que necesita ser asistido por el gobierno u organizaciones no gubernamentales, dejando de lado las ventajas que podrían aportar al país receptor. Se destaca al gobierno como un salvador de los migrantes.

4.4 Nominación-predicación del migrante desde el enfoque de derechos

A diferencia de la representación gubernamental, la representación desde el enfoque de derechos ubica al sujeto migrante como protagonista de la acción, más que como un mero receptor. En otras palabras, un migrante aquí se presenta como un miembro activo de la sociedad receptora en el nivel legal, un sujeto pleno de derechos y que está dispuesto a ejercer su ciudadanía (Ver **Imagen 3**).

Imagen 3: “Coquimbo: haitianos denuncian condiciones de “esclavitud moderna”

Coquimbo: haitianos denuncian condiciones de “esclavitud moderna”

Los sectores agrícola y pesquero son los sindicados por los migrantes como los más abusivos

Querían protestar. El lunes pasado un grupo de haitianos de la Región de Coquimbo estaba dispuesto a manifestarse por terribles condiciones laborales que, según ellos, rozan “la esclavitud moderna”. Pese a que la acción no se concretó, terminaron enviando una carta abierta, dirigida a las autoridades nacionales, acusando malos tratos.

Pagos de \$2 mil pesos por día y jornadas de hasta 24 horas de trabajo es lo que hizo alzar la voz de la Comunidad Haitiana de Coquimbo. Así al menos lo indicó el abogado haitiano Romeo Gabaud a Publimetro.

“Ese pago es por la cantidad de tarros de limones que los haitianos sacan por todo el día. El tarro de limón acá está bajando, ha llegado a los \$100 cada uno, pero con lo vendido de los tarros, el contratista se queda con una parte, ¿justo cree que eso es justo?”, indica.

Agrega que el sector agrícola no es el único. “Hay pesqueras que, cuando llegó la temporada de la jibia, obligaron a trabajar 24 horas al día. Eso es un abuso y por eso estamos reclamando nuestro derecho laboral, que es justo”, precisa.

Su voz se hizo conocida

“Hay pesqueras que en la temporada de la jibia obligaron a trabajar 24 horas al día”

Romeo Gabaud, abogado haitiano

Denuncian sobre presuntos malos tratos fueron indagadas por Carabineros, según denunciante JATON OJEDA (IMAGEN REFERENCIAL)

ahí notamos que esta señora tenía contratados, aparentemente en condiciones irregulares, a 250 a 300 haitianos”, comenta el comandante Luis Ramirez, subprefecto de Limari, sobre ese hecho del pasado 8 de julio.

Por lo mismo, avisaron a la PDI, a la Gobernación y a la Dirección del Trabajo “para que se conociera tales hechos. Ahí se supo que el problema era por cuestiones laborales, un sin fin de abusos en la que habría incurrido la empresa que los contrató. Lo que más se repetía fue el no pago de sueldos”, reitera el uniformado.

Pese a que ese problema se solucionó, porque se curaron multas y se pagaron los sueldos, el abogado Gabaud, que ayudó a sus compatriotas, reitera el llamado a las autoridades.

luego que en julio pasado se conociera el caso de abusos de un grupo de 250 a 300 haitianos que no aguantaron más que no les pagaran por su trabajo y se acercaron a un fundo en la localidad de El Palqui en Monte Patria, Coquimbo, para pedirles sus respectivos salarios a la señora que los contrató.

“Carabineros al principio concurrió porque una mujer daba cuenta que un grupo de haitianos la tenían retenida y no la dejaban salir. Al llegar

Fuente: Publimetro 09-08-2017

La representación del migrante desde un enfoque de derechos, si bien podría concebirse dentro del ámbito de la representación gubernamental, guarda su propia independencia, debido a que operan otras instituciones, las que pueden estar por fuera del sistema gubernamental, como pueden ser las colectividades migrantes, las organizaciones defensoras y promotoras de los derechos humanos, entre otras.

4.5 Nominación-predicación económica del migrante

La nominación-predicación económica es un tipo de representación del migrante en la que el predominio del discurso se establece en tanto el migrante es concebido como mano de obra que contribuye al desarrollo y progreso del país, proponiendo una imagen positiva-pasiva del sujeto, toda vez que este es bienvenido si lo que viene a hacer al país es contribuir (económicamente). Este tipo de nominaciones suelen ir acompañadas de nominaciones-predicaciones gubernamentales, pues el discurso político hacia el migrante se basa en que “las puertas están abiertas” al que venga de manera legal a incorporarse al sistema productivo (Ver **Imagen 4**):

Imagen 4: “Inserción laboral de los inmigrantes”

Inserción laboral de los inmigrantes

De acuerdo a cifras del Observatorio Laboral, la fuerza de trabajo inmigrante se ha consolidado a través de los años, llegando al 73,8% la tasa de ocupación en 2015.

Según cifras del Ministerio del Trabajo (Mintrab) de 2015, un 2,4% de las personas en edad de trabajar en Chile son extranjeros (330 mil personas).

La mayor parte de ellos ha logrado insertarse en el mercado laboral, esto es, un 73,8% se encontraba ocupado en 2015, cifra superior a los ocupados de nacionalidad chilena (63,3%). Estos datos no necesariamente sorprenden si se considera que una de las posibles razones de la llegada de extranjeros a Chile está vinculada a la búsqueda de empleo.

La edad promedio de la población ocupada es una variable relevante, especialmente para los países que están experimentando el envejecimiento de su población, como es el caso de Chile. Los datos muestran que los trabajadores extranjeros son, en promedio, 6 años más jóvenes que los trabajadores chilenos (36 años comparado con 42 años).

En el caso de los hombres, los trabajadores inmigrantes tienen un mayor nivel de educación que los trabajadores chilenos, mientras que en el caso de las mujeres se aprecian menores diferencias, y ninguna es estadísticamente significativa.

Esto se refleja también en el promedio de años de escolaridad, donde los hombres extranjeros presentan en promedio 12,9 años, frente a 11,6 años de los trabajadores chilenos.

La diferencia en el promedio de años de escolaridad no es estadísticamente significativa para el caso de las mujeres.

En tanto, el promedio de ingresos de la población nacional es de \$459 mil pesos, mientras que el de los inmigrantes alcanza los \$541 mil pesos.

Al controlar por nivel educacional y género, se identifica que los trabajadores extranjeros ganan un 10% más que los trabajadores chilenos, pero esta diferencia de ingresos se explica por las horas trabajadas: los trabajadores chilenos trabajan, en promedio, 1,9 horas menos a la semana que sus pares extranjeros. En efecto, al analizar el ingreso promedio por hora, esta diferencia se diluye.

12,9 años de escolaridad muestran los extranjeros, contra 11,6 de los trabajadores chilenos

Tasa de ocupación, personas mayores de 15 años

Nacionalidad	Hombres	Mujeres	Total
Chileno	65,7%	42,9%	53,5%
Inmigrante	84,4%	64,3%	73,8%
Total	66,2%	43,4%	54,0%

Nivel Educativo

Nivel Educativo	Hombres Chileños	Hombres Inmigrantes	Mujeres Chileñas	Mujeres Inmigrantes	Total Chileños	Total Inmigrantes
Básica incompleta o menos	11%	5%	8%*	8%*	10%	6%
Básica completa*	25%	12%	18%*	18%*	22%	15%
Media completa*	43%	51%	45%*	48%*	44%	51%
Técnica completa	7%*	11%*	10%*	8%*	8%*	10%*
Superior completa o más	14%	19%	18%*	19%*	16%*	19%*
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

*Incluyen a las personas que no hayan completado los cursos posteriores. Si dice: básica completa incluye a todas las personas con media incompleta, y media completa incluye a todas las personas con educación superior incompleta. **Diferencia entre chilenos e inmigrantes no es estadísticamente significativa a un nivel de significancia del 5%.

Fuente: Publimetro 27-04-2017

La nominación-predicación económica del migrante exhibe un racismo implícito tras la construcción del discurso mediático, pues se observan con frecuencia nominaciones específicas para empleos de baja cualificación del tipo “temporeros haitianos acusan esclavitud moderna” o, por el contrario, señalan individualizadamente las nacionalidades de los migrantes con profesión, como por ejemplo “médicos ecuatorianos rinden EUNACOM”.

4.6 Nominación-predicación emotiva del migrante

Este tipo de representación sitúa al individuo migrante desde una perspectiva dramática, en donde la característica fundamental radica en valorar al migrante desde una óptica que apela a los sentimientos del lector, relevando ciertas características del migrante ligadas a las emociones, como el sufrimiento, la esperanza o el heroísmo, por nombrar algunas. Si bien esta perspectiva puede valorarse positivamente, es resultado, también, de la noción previa sobre el migrante basada tanto en su posición política como económica desfavorables en el sistema social (Ver **Imagen 5**).

Imagen 5: “Haitianos de la PDI registrados de héroes”



Fuente: *Publitrabajo* 24-04-2018

La representación emotiva tiende a usarse más con referencias nacionales específicas (haitianos, peruanos, etc.). Esta construcción discursiva del migrante guarda tras de sí la especificación acerca de una condición específica, lo que puede contribuir a estigmatizar a un grupo determinado de extranjeros ya sea por el color de su piel, su acento o su fenotipo, lo que esconde cierto racismo implícito en las predicaciones hacia el migrante, reforzando de manera encubierta la idea de que el aporte extranjero al país es más bien de migraciones europeas, entendiendo que ellos “sí vienen a contribuir al país”.

5. Conclusiones

La relación entre el nominado (migrante) y el medio de comunicación es siempre asimétrica, pues el primero no tiene forma de intervenir en su propia representación, sino que queda supeditado al corte editorial del medio, el que, a su vez, es reflejo de la posición ideológica, de la moral y del grado de racismo de la élite que lo controla o que influye en él.

En el caso del periódico *Publitrabajo*, el uso del término específico sobre una nacionalidad, se refiere mayoritariamente a los residentes haitianos durante el periodo estudiado, dándoles un lugar separado en la terminología de los migrantes en el periódico. Por lo tanto, este hallazgo respalda la afirmación de María Emilia Tijoux (2016) de que el color de la piel es importante en la representación de los migrantes y se convierte en un signo distintivo de la migración en Chile.

A su vez, los resultados de este estudio, en comparación con los estudios internacionales que asocian inmigrantes con violencia, crimen, delincuencia e irregularidad, no revelan la representación abiertamente negativa de la migración. En el caso de *Publitrabajo* la regularización de la situación del migrante (representación gubernamental), el acceso a educación, seguridad social, vivienda y/o salud (representación desde el enfoque de derechos), la presencia en los artículos noticiosos del migrante como mano de obra en distintos sectores productivos (representación económica) y la construcción de una épica discursiva circunscrita a la propia existencia del sujeto migrante en un

medio social que le es ajeno (representación emotiva), evidencia que los migrantes son enunciados y descritos predominantemente desde un enfoque gubernamental y económico, lo que a nivel social podría generar cierta controversia.

En particular, la constante producción de información sobre las acciones del gobierno hacia los migrantes con poco o ningún material sobre los beneficios traídos por los extranjeros avecindados en el país de acogida (Chile) podrían crear imágenes hostiles en la sociedad civil. Lo que un lector promedio de periódicos como *Publimetro* ve en este mensaje es que ahora el gobierno divide sus recursos entre los ciudadanos del país y el nuevo grupo social, que no pertenece y/o comparte la identidad nacional. Esto, a su vez, podría significar que, a partir de ahora, un ciudadano chileno tiene menos oportunidades de usar los servicios públicos que antes. Por lo tanto, se concluye que el uso dominante de nominaciones que representan a los migrantes sólo como receptores, refuerza el estereotipo de los migrantes como dependientes de los recursos del gobierno (Galindo, 2019).

El discurso mediático sobre ciertos asuntos de interés público suele ser la principal fuente de conocimiento de las personas sobre cuestiones globales y locales (Ko, 2020). De ahí la relevancia que tiene cómo los medios de comunicación representan a los migrantes en sus discursos. Un discurso como el que se desprende del corpus analizado, podría dar lugar a la reproducción de actitudes xenófobas en la sociedad si la migración se considera una amenaza (Van Dijk, 2007). Las teorías normativas sobre la prensa sostienen que los medios deben cubrir la diversidad y promover el pluralismo en la sociedad. Por el contrario, lo que advertimos es la promoción del llamado "nuevo racismo" (Barker, 1982) a través de medios encubiertos de expresión de la desigualdad racial y social.

Publimetro durante los años 2017-2018 representa a los migrantes como un colectivo de sujetos a los que el Estado tiene que "acoger", lo que a su vez ha emplazado que la institucionalidad deba modificarse para dar cuenta de un fenómeno que demanda la ampliación de derechos hacia estos nuevos miembros de la sociedad. Visto desde otro

punto de vista, el migrante viene a confrontar a la sociedad chilena en la autocomprensión que tiene de sí misma, en su identidad nacional. Así, la irrupción del otro en escenario social ha hecho que se reformule la pregunta de qué es lo —realmente— chileno, interrogante que ha dejado en vista lo tradicional y conservadora de la sociedad chilena (o de buena parte de ella), conservadurismo, que muchas veces se configura como xenofobia o racismo, sea este sutil o explícito.

El conocimiento generado a través de este estudio de caso contribuye a complementar estudios previos locales que se han enfocado, más bien, en otros medios impresos, tradicionalmente más centrales en el análisis de discursos de prensa (como *El Mercurio* y *La Tercera*, para el caso de medios formales o tradicionales; o *La Cuarta*, para medios impresos más populares). En el caso de los trabajos previos, en general sobre prensa y migración, este trabajo contribuye a entender cómo los medios de comunicación locales construyen los discursos sobre el otro quitándole el protagonismo y racionalizando de forma encubierta.

Finalmente, se reconoce que el corpus limitado a un periódico puede tener un efecto simplificador en el análisis. Por lo tanto, esta investigación sirve como un bloque fundamental para una comprensión más profunda de cómo los medios chilenos retratan a los inmigrantes y se sugiere una continuación de investigación en otras fuentes de medios a nivel nacional con diferentes inclinaciones políticas para comprobar los resultados.

Notas

1. Servicio Nacional de Migraciones <https://www.extranjeria.gob.cl/estadisticas-migratorias/> (última visita: 03-02-2020)
2. Cabe señalar que esta tipología es de propia elaboración de los autores a base de una extensa revisión de investigación en esta área. Se entiende que es subjetiva y aplicable al periódico en análisis. Sin embargo, coincide parcialmente con una elaborada por Ivanova y Jocelin (2022) para el análisis del periódico chileno *El Austral Temuco*.

Referencias

- Airgood, B. (2017). *Immigrant Representation: A Content Analysis of Media Narratives of Immigrants in U.K. and U.S.* Publications. Michigan State University (Tesis de magister).
- Barker, M. (1982). *The "new racism": Conservatives and the ideology of the tribe.* University Publications of America.
- Browne-Sartori, R., & Castillo-Hinojosa, A. (2013). Análisis Crítico del Discurso de la representación intercultural en la prensa chilena. *Convergencia*, 20(62), 13-43.
- Briones, C. (2008). *Cartografías Argentinas: Políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad.* Antropofagia.
- Brouwer, J., Van der Woude, M., & Van der Leun, J. (2017). Framing migration and the process of crimmigration: A systematic analysis of the media representation of unauthorized immigrants in the Netherlands. *European Journal of Criminology*, 14(1), 100-119. <https://doi.org/10.1177/1477370816640136>
- CADEM (2021). Informe Percepción Inmigración. Estudio realizado para el FONDECYT 11180178.
- Calonge-Cole, S. (2006). La representación mediática: Teoría y método. *Psicología da Educação*, 23, 75-102.
- Colorado, C. (2010). Una mirada al Análisis Crítico del Discurso. Entrevista con Ruth Wodak. *Discurso & Sociedad*, 4, 579-596.
- Cano, V. & Soffia, M. (2009). Los estudios sobre migración internacional en Chile: apuntes y comentarios para una agenda de investigación actualizada. *Papeles de Población*, 15 (61), 129-167.
- Checa, L., Lagos, C., Peña y Lillo, M., & Cabalín, C. (2012). Cobertura de prensa del caso "Colusión de las Farmacias": Análisis de contenido. *Comunicación y Medios* 25, 6-27.
- Crespo, E. (2008). "El léxico de la inmigración: atenuación y ofensa verbal en la prensa alicantina". En: M. Martínez Lirola (ed). *Inmigración, Discurso y Medios de Comunicación* (pp. 45-65). Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert.
- Dammert, L. & Erlandsen, M. (2020). Migración, miedos y medios en la elección presidencial en Chile (2017). *Revista CS*, 43-76. <https://doi.org/10.18046/recs.i31.3730>
- Gaete-Quezada, R. (2022). Crisis migratoria en el norte de Chile. Encuadres informativos de la prensa regional. *Estudios Fronterizos*, 23, e100. <https://doi.org/10.21670/ref.221610>
- Galindo, S. (2019). Words matter: Representation of Mexican immigrants in newspapers from Mexico and the United States. *Migraciones Internacionales*, 10, 1-21.
- Giró, X. & Jarque, J. (2006). Prensa escrita e inmigración: estudio sobre la opinión de los diarios sobre la inmigración procedente de fuera de la Unión Europea y sobre la cobertura informativa de conflictos destacados que tienen relación con ella. *ZER*, 20, 251-270.
- Instituto Nacional de Estadística (2018). 2da Entrega Resultados Definitivos Censo 2017. https://www.ine.cl/docs/default-source/censo-de-poblacion-y-vivienda/publicaciones-y-anuarios/2017/publicaci%C3%B3n-de-resultados/presentacion_de_la_segunda_entrega_de_resultados_censo2017.pdf?sfvrsn=2fb08fd9_6
- Ivanova, A. & Jocelin, J. (2022). Representations of (Im)migrants in Chilean Local Press Headlines: a Case Study of *El Austral Temuco*. *Journal of International Migration & Integration* 23, 227-242 <https://doi.org/10.1007/s12134-021-00832-2>

- Kalfeli, N., Frangonikolopoulos, C., & Gardikiotis, A. (2022). Expanding peace journalism: A new model for analyzing media representations of immigration. *Journalism*, 23(8), 1789-1806.
- Kircher, M. (2005). La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia, Facultad de Humanidades, UNCo*, 10, 115-122.
- Ko, S. (2020). Image of Immigrants in South Korean News Coverage. *Journal of International Migration and Integration*, 21, 909-924. <https://doi.org/10.1007/s12134-019-00684-x>
- Kopytowska, M. (2018). "The Televisualization of Ritual: Spirituality, Spatiality and Copresence in Religious Broadcasting". En: P. Chilton & M. Kopytowska (Eds.), *Religion, Language and Human Mind* (pp. 437-473). Oxford University Press.
- Krotz, E. (2004). "Alteridad y pregunta antropológica". En: M. Boivin & A. Rosato (Eds.) *Constructores de Otredad*. Antropofagia.
- Mayorga, A., Del Valle, C., & Nitrihual, L. (2008). Análisis complejo del discurso. Una propuesta metodológica para el estudio de la representación mediática en la prensa escrita. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación* 7(13), 13-33. <https://doi.org/10.22395/angr.v7n13a1>
- Moscovici, S. (1961). *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Huemul.
- Parodi, G. & Ferrari, S. (2007). El discurso de la ciencia y la tecnología en la prensa escrita chilena: aproximación al corpus. *DELTA*, 23(2), 339-369.
- Póo, X. (2009). Imaginarios sobre inmigración peruana en la prensa escrita chilena: Una mirada a la instalación de la agenda de la diferencia. *Faro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, 9(2): 1-9.
- Póo, X. (2020). Migración y pandemia: Cuando los medios son un peligro. *El Desconcierto*. <https://www.eldesconcierto.cl/opinion/2020/04/23/migracion-y-pandemia-cuando-los-medios-son-un-peligro.html>
- Reisigl, M., & Wodak, R. (2001). *Discourse and Discrimination*. Routledge.
- Restrepo, E. (2022). *Raza y el racismo en América Latina* [Conferencia]. <https://www.youtube.com/watch?v=KmAZXjSONs>
- Rodríguez-Pérez, C., Jivkova-Semenova, D., Pérez-Vara, E., Asadi, N., & Kreutler, M. (2022) Unravelling migration media coverage: How migrants and immigration were portrayed in Spain during the refugee crisis (2015-2018). *Historia y comunicación social*, 27(1), 161-173. 10.5209/hics.77537
- Rojas, N., Silva, C., Amode, N., Vásquez, J., & Orrego, C. (2016). *Boletín Informativo N°1 Migración Haitiana en Chile* (N.o 1). Migraciones Chile. <https://internetworkmigration.wordpress.com/2016/09/18/migracion-haitiana-en-chile-boletin-informativo-dem-no1-2016/>
- Rojas, N. & Silva, C. (2016). *La migración en Chile: Breve reporte y caracterización*. Observatorio Iberoamericano Sobre Movilidad Humana, Migraciones y Desarrollo. Documento PDF, disponible en http://www.extranjeria.gob.cl/media/2016/08/informe_julio_agosto_2016.pdf
- Stefoni, C. (2007). "Los movimientos migratorios como un nuevo agente de integración. El caso Chile-Argentina". En: M. Artaza & P. Milet (Eds.). *Nuestros vecinos*. Ril Editores.
- Stefoni, C., & Brito, S. (2019). Migraciones y migrantes en los medios de prensa en Chile: La delicada relación entre las políticas de control y los procesos de racialización. *Revista de Historia Social y de las Mentalidades*, 23(2), 1-28. <https://doi.org/10.35588/rhsm.v23i2.4099>
- Tijoux, M. E. (2016). *Racismo en Chile. La piel como marca de la inmigración*. Editorial Universitaria.

- Torkington, K., & Perdigao, F. (2019). What are these people: migrants, immigrants, refugees?: Migration-related terminology and representations in Portuguese digital press headlines. *Discourse, Context & Media*, 27, 22-31.
- Van Dijk, T. (2007). *Racismo y discurso en América Latina*. Gedisa.
- Van Dijk, T. (2006). "Discurso de élites y racismo institucional". En: Lario Bastida, M. (Ed.), *Medios de comunicación e inmigración*. (pp. 15-36). Gallegraf.
- Van Dijk, T. (2001). "Critical Discourse Analysis". En: D. Schiffrin, D. Tannen, & H. Hamilton (eds.). *The handbook of discourse analysis*. Blackwell.
- Van Dijk, T. (2000). Análisis crítico de las noticias. *Revista Mugak*, 2. <http://mugak.eu/revista-mugak/no-2/analisis-critico-de-las-noticias>.
- Van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford University Press.
- Verón, E. (1988). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
- Villalobos, C. (2004). Análisis de la Representación del Inmigrante Delincuente en la Prensa Española de Referencia. *Redes.com: Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación*, 2, 153-166.
- Wang, W. (2017). *Media Representation of Migrant Workers in China*. Peter Lang.
- Wodak, R., & Chilton, P. (2005). *A new agenda in (critical) discourse analysis: theory, methodology and interdisciplinarity*. John Benjamins Publishing.
- Wodak, R., & Krzyżanowski, M. (2008). *Qualitative discourse analysis in the social sciences*. Palgrave MacMillan.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009). *Methods for critical discourse analysis*. Sage.

- Sobre los autores:

Anna Ivanova es Doctora en Lengua y Lingüística Inglesas por la Universidad de Sevilla (España). Actualmente es directora del Instituto de Ciencias de la Educación y profesora asistente del Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad de O'Higgins (Chile).

Jorge Jocelin Almendras es Cientista Político y Organizacional (UTEM, Chile) y Magíster en Antropología Social (Universidad Católica de Temuco, Chile). Actualmente está cursando sus estudios de Doctorado en Ciencias Sociales en la Universidad de Buenos Aires (Argentina).

Mario Samaniego Sastre es Licenciado en Filosofía. Magíster en Ciencias Sociales Aplicadas. Estudios de Doctorado en Ética y Filosofía Política. Docente investigador del Departamento de Antropología, Universidad Católica de Temuco, Chile.

- ¿Cómo citar?

Ivanova, A., Almendras, J., & Samaniego, M. (2021). Los inmigrantes en la prensa chilena: lucha por protagonismo y racismo encubierto en un periódico gratuito. *Comunicación y Medios*, 31(46), 54-67. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.67412>

Instituciones participativas de políticas de comunicación en Latinoamérica. Modelos, barreras, logros y desafíos

Participatory institutions of communication policies in Latin America. Models, barriers, achievements, and challenges

Alejandro Linares

Universidad Nacional de Formosa,
Formosa, Argentina
<https://orcid.org/0000-0002-0228-3927>
linares.alejandro.felix@gmail.com

María Soledad Segura

Universidad Nacional de Córdoba,
Córdoba, Argentina
<https://orcid.org/0000-0003-1847-942X>
maria.soledad.segura@unc.edu.ar

Resumen

Este artículo evalúa la capacidad de las instituciones estatales participativas de políticas de comunicación creadas en este siglo en Argentina, Ecuador, México y Uruguay para enfrentar la captura de las élites políticas y económicas. Con enfoque comparativo, se analiza su formulación legal, su implementación y los resultados a partir de documentos, bibliografía y entrevistas. Los casos seleccionados permiten analizar legislaciones, organismos participativos y procesos políticos diferentes. En función de las variables desagregadas del concepto de participación ciudadana, se evalúan sus niveles de diversidad, incidencia, autonomía y transparencia en la normativa y en su puesta en práctica. Se concluye que los organismos participativos lograron, en ocasiones, limitar la captura de las políticas de comunicación o generar antecedentes valiosos en esa búsqueda. Sin embargo, no consiguieron evitar esta captura por élites económicas y políticas, ni, por lo tanto, modificar de manera sustancial el sistema de comunicación. No obstante, se registran resultados positivos no buscados y aprendizajes en relación al enriquecimiento de prácticas democráticas y ciudadanas. También se reconocen modelos de instituciones participativas, condicionamientos en los procesos de implementación y obstáculos políticos y económicos en los organismos creados.

Palabras clave: Instituciones participativas, participación ciudadana, políticas de comunicación en América Latina, derecho a la comunicación, captura de políticas

Abstract

This article evaluates the capacity of participatory state institutions of communication policies created in this century in Argentina, Ecuador, Mexico, and Uruguay to face the capture by political and economic elites. Through a comparative approach, it analyzes the regulation and its performance based upon official documents, specialized bibliography, and interviews. It does so from the methodological guide provided by disaggregated variables of the concept of citizen participation. The evaluation is organized from the axes of: diversity and implementation; incidence, autonomy and transparency in regulations and in their performance. The selected cases allow the analysis of different legislations, participatory organisms, and political processes. The paper concludes that the participatory organizations achieved, occasionally, to limit the capture of policies or to generate valuable antecedents in that search, at least temporarily. However, the activity of these entities failed to prevent the capture of the policies by economic and political elites. Therefore, they did not reach enough influence to substantially modify the communication system. Despite this, it may list a set of unintended and difficult-to-measure positive outcomes linked to the enrichment of democratic and civic practices. It recognizes models of participatory institutions, constraints in implementing such processes, and political and economic obstacles in these organizations.

Keywords: Participatory institutions, citizen participation, communicational policies in Latin America, communication rights, policy capture

1. Introducción

Históricamente, las élites políticas y económicas han capturado las políticas de comunicación en Latinoamérica (Fox & Waisbord, 2002). Esto supuso la generación de desigualdades durante el proceso de formulación de esas políticas y, como resultado de tal captura, se incrementó y consolidó la desigualdad en cuanto al acceso y participación en la comunicación pública (Segura & Waisbord, 2016).

Entre 2000 y 2020 se sancionaron en la región 17 leyes de comunicación audiovisual y telecomunicaciones, 11 de acceso a la información y 9 de libertad de expresión (Segura & Waisbord, 2016). La mayoría de las nuevas normas en México, Ecuador, Argentina y Uruguay durante el periodo crearon instituciones estatales que consideran la participación en el diseño y seguimiento de políticas del sector.

La participación ciudadana es considerada un imperativo de democratización de las políticas públicas en distintos ámbitos de gestión y distintos actores, desde quienes diseñan las políticas hasta activistas la valoran. Sin embargo, tiene interpretaciones y mecanismos de implementación dispares. La distancia entre la reivindicación discursiva y la puesta en práctica puede ser vasta. Este artículo analiza las vías que asumió la institucionalización de la participación ciudadana en las políticas de comunicación en cuatro países latinoamericanos. La pregunta principal es: ¿En qué medida las instituciones estatales participativas creadas por las leyes de comunicación audiovisual, telecomunicaciones y acceso a la información, sancionadas con participación social entre 2000 y 2020 en México, Ecuador, Argentina y Uruguay, permitieron (o no) que las organizaciones sociales tengan incidencia efectiva en la formulación e implementación de políticas para evitar o limitar su captura por parte de las élites políticas y económicas?

Argumentamos que las instituciones estatales participativas creadas a través de reformas legales en México, Ecuador, Argentina y Uruguay entre 2000 y 2020 no lograron asegurar la incidencia ciudadana en políticas de comunicación, sino que quedaron subsumidas dentro de la negociación partidaria y/o las alianzas políticas dependientes de disputas generales. Esto impidió que desarrollaran, con cierta

autonomía, una dinámica propositiva que enfrente la resistencia de las élites gubernamentales y empresariales a la implementación de reformas. Sin embargo, sí consiguieron desplegar algunas acciones que limitaron o suspendieron circunstancialmente la captura de las políticas de comunicación por parte de las élites.

Esta investigación se inserta en una tradición de estudios sobre políticas de comunicación que han abordado la participación ciudadana como un aspecto clave en la democratización de las comunicaciones (UNESCO, 1977; Loreti & Lozano, 2014). La participación y el derecho a la comunicación son condiciones fundamentales para acceder y ejercer todos los demás derechos civiles, políticos, sociales, económicos y culturales, al tiempo que ciertos niveles de igualdad y justicia social son imprescindibles para la participación social y comunicacional equitativa (Segura *et al.*, 2021).

Este trabajo permite comprender mejor, empíricamente, el alcance que los diseños normativos, los modos de implementación y la acción de las instituciones públicas participativas, en determinados contextos socio-políticos e históricos, permiten (o no) evitar, atenuar o equilibrar la captura de las políticas de comunicación por parte de las élites.

2. Marco Teórico

La elaboración de políticas de comunicación es un proceso dinámico de interacción entre diferentes actores estatales, comerciales y sociales, institucionales o no, con desigual capacidad de influencia e intereses en juego, que utilizan mecanismos formales e informales para incidir en la conformación de los sistemas de comunicación pública (Califano, 2016). El conflicto en la creación de políticas es indisoluble de las relaciones de fuerza en una sociedad y se inserta en disputas políticas y sociales mayores. Por eso, su análisis “no puede ser únicamente normativo ni descuidar las relaciones de poder tendidas entre los distintos individuos, grupos e instituciones, tanto por dentro como por fuera del aparato formal del Estado” (Califano, 2015, p. 314). Estas políticas se producen en condiciones particulares. Así, políticas si-

milares pueden generar consecuencias diversas en entornos diferentes. Por eso es relevante investigar cómo, cuándo y por qué fueron exitosas (o no) (Segura & Waisbord, 2016). Las políticas estatales generan condiciones y orientan los procesos en los que pretenden incidir, pero no los determinan ni constituyen necesariamente la causa preponderante de los resultados de su implementación (Segura *et al.*, 2021).

La captura de políticas públicas se define como “el ejercicio de influencia abusiva por parte de una(s) élite(s) extractiva(s) —en favor de sus intereses y prioridades y en detrimento del interés general— sobre el ciclo de políticas públicas y los organismos del Estado (u otros de alcance regional o internacional), con efectos potenciales en la desigualdad (económica, política o social) y en el correcto desempeño de la democracia” (Oxfam, 2018, p.14). Este fenómeno, que puede incidir en distintos momentos del desenvolvimiento de las políticas de comunicación, incluye diversos mecanismos de influencia, no excluyentes entre sí. La taxonomía propuesta por Oxfam (2018) reconoce los mecanismos de captura más habituales: los mecanismos bisagra, como el *lobby* y las “puertas giratorias”; aquellos asociados al sistema electoral, como el nombramiento de cargos, los procedimientos legislativos extraordinarios, financiamiento; y las formas informales de influencia.

Identificar la incidencia de las élites políticas y económicas implica también visibilizar articulaciones estables entre el empresariado de medios y/o telecomunicaciones y la dirigencia política para realizar la captura. Esto implica una lógica patrimonialista: la conformación de un grupo de poder con intereses comunes que puede exceder el sector comunicacional y/o que integrantes del sector político tengan propiedad sobre los medios.

La sociedad civil, en tanto, pugna por incidir en las políticas de comunicación. Sus actores adoptan diversas formas organizativas y de financiamiento y mantienen complejas relaciones de relativa autonomía frente al Estado y al mercado a través de acciones colectivas de incidencia, educación y protesta (Sorj, 2010). Los mecanismos de participación creados legalmente tienen el propósito de incluir las demandas ciudadanas en las políticas nacionales de comunicación y, al mismo tiempo,

encontrar en el Estado un aliado para frenar el poder de élites económicas.

La participación ciudadana en la elaboración e implementación de políticas de comunicación “implica la intervención del público en la producción y en la administración de los sistemas de comunicación” (UNESCO, 1977, p. 4) e incluye nuevos actores e instituciones (Rich, Maika & Montero, 2019). En particular, la participación de la sociedad civil en el Estado incide en la calidad de las instituciones estatales (Ippolito-O'Donnell, 2013). Sin embargo, participar no garantiza influir y las decisiones pueden ser tomadas por pocos y en circunstancias opacas (Freedman, 2006). Otras limitaciones de las instituciones públicas participativas son su financiamiento, las tradiciones jurídicas de cada país y el origen de la innovación institucional, entre otros.

La participación en el proceso de las políticas de comunicación, como en cualquier otra política pública, tiene, además de los beneficios directos sobre el sector, incidencia en la formación ciudadana y en la democratización del Estado y la sociedad. Los/as/es ciudadanos/as/es se constituyen en esa participación y ésta les permite cambiar su estatus y expandirlo a partir de la formulación y lucha por nuevas demandas (Levín, 2004). Así, la participación ciudadana es constitutiva de la esfera pública y la ciudadanía puede expandirse en ella.

3. Enfoque metodológico

Realizamos un análisis comparativo para proponer conclusiones generalizables a la región, pero también para reconocer particularidades por casos. La elección de Argentina, Uruguay, Ecuador y México responde a que allí se crearon instituciones participativas para proponer y controlar políticas de comunicación. Además, se trata de países diversos en cuanto a su extensión geográfica, su composición y tamaño poblacional, la historia regulatoria del sector y diferentes trayectorias políticas. El método comparativo sirve para estudiar cualitativamente las similitudes y diferencias entre un cierto número de casos, para lo cual es importante conocer en profundidad cada uno (Ragin,

2007). Esto permite comprender cómo procesos simultáneos funcionan de manera diferente según el contexto (Collier, 1993). En los estudios comparados, los estudios transnacionales, en particular, ofrecen ciertas ventajas para comparar Estados. Se considera, también, el contexto de globalización en el que el significado y poder de los Estados nacionales se tensiona y se reconfiguran lo nacional, lo supranacional, lo transnacional, lo local y lo global (Piovani & Krawczyk, 2017).

A partir de ciertas variables, entendidas como segmentos del proceso analizado (Linares, 2017), operacionalizamos el concepto de participación ciudadana (UNESCO, 1977). Así, seleccionamos ocho dimensiones para el análisis de las instituciones estatales participativas en las políticas de comunicación en los cuatro países: 1) su composición y los actores representados; 2) la efectividad de mecanismos y reglas operativas; 3) el cumplimiento de reglas, criterios y obligaciones; 4) las dinámicas de funcionamiento y de resolución de conflictos; 5) los grados de cooperación, complementariedad y/o superposición entre entidades; 6) la transparencia y publicidad de las actividades; 7) las modalidades, tiempos y formatos para la participación ciudadana, y 8) los resultados de los procesos participativos.

A partir de estas dimensiones, proponemos cuatro ejes para organizar la presentación sintética de los resultados del análisis: diversidad en las instituciones; incidencia medida en los límites impuestos a las capturas de las élites; autonomía de los gobiernos y de las empresas de medios y telecomunicaciones, tanto en la normativa como en su implementación; y transparencia activa, esto es, la cantidad, calidad y accesibilidad de la información sobre sus intervenciones, disponibles públicamente (Segura & Linares, 2023).

Por otra parte, se producen dos tablas de análisis que expresan valoraciones cualitativas para evaluar el diseño normativo y la implementación de cada organismo. Estas valoraciones se expresan con la siguiente graduación: Muy Alta, Alta, Media, Baja, Muy Baja e Imprecisa. Esas calificaciones se basan en el análisis empírico.

Triangulamos los siguientes procedimientos: (1) revisión de la bibliografía sobre políticas de comunicación capturadas por élites y sobre instituciones

estatales participativas de comunicación; (2) levantamiento y análisis de normativas, informes de gestión, comunicaciones públicas y documentos internos, como actas e informes; y (3) realización de 18 entrevistas semi-estructuradas a funcionarios/as/es estatales y activistas involucrados/as/es en los organismos estudiados como fuentes clave.

4. Resultados

Este apartado ofrece los resultados del análisis desde tres subtítulos: diseños normativos, implementación y logros.

4.1. Diseños normativos

En los cuatro países se constatan varias décadas de activismo demandando reformas de políticas de radiodifusión, telecomunicaciones y acceso a la información que garanticen el derecho a la comunicación (Segura & Waisbord, 2016). A pesar de la fuerte incidencia de los mecanismos de captura por parte de las élites, las organizaciones sociales lograron incidir en algunas leyes sancionadas entre 2004 y 2016. En varias de esas normas consiguieron, además, que se establecieran organismos estatales participativos con el fin de institucionalizar la participación social.

En Uruguay, la “Ley de Radiodifusión Comunitaria” de 2007 incluía el Consejo Honorario Asesor de Radios Comunitarias (CHARC). En 2014 la “Ley de Medios. Regulación de la Prestación de Servicios de Radio, Televisión y otros Servicios de Comunicación Audiovisual” (LdM) creó la Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual (CHASCA), que asumió las tareas de la CHARC y de la preexistente Comisión Honoraria Asesora Independiente (CHAI), que había sido instituida por decreto (2008). Además de estas entidades ubicadas bajo la órbita de la autoridad de aplicación del audiovisual, la LdM conformó la Comisión Asesora Honoraria Independiente del Sistema Nacional de Radio y Televisión Pública de Uruguay (CHAI del SPRTN) y un Relator Especial de los Servicios de Comunicación Audiovisual en la Defensoría del Pueblo. En 2008, en tanto, la “Ley de

Acceso a la Información Pública” uruguaya estableció el Consejo Consultivo de la Unidad de Acceso a la Información Pública (Consejo de la UAIP).

En Argentina se promulgó la “Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual” (2009) que incluía, bajo la órbita de la autoridad regulatoria, al Consejo Federal de Comunicación Audiovisual (COFECA) —sustituido en 2015 por el Consejo Federal de Comunicación (COFECO)— y el Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI). Dentro de la empresa de medios estatales se creó el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos (CCHMP). Además, se creó la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, dependiente del Congreso nacional. En 2014, la “Ley Argentina Digital” planeó el Consejo Federal de Tecnologías de la Información y la Comunicación (Consejo TIC).

En Ecuador, la “Ley Orgánica de Comunicación” (LOC) de 2013 incorporó el Consejo Consultivo del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Consejo del CORDICOM) y el Consejo Ciudadano de Medios Públicos No Oficiales. En México, la “Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión” de 2014 instauró el Consejo Consultivo del Instituto Federal de Telecomunicaciones (Consejo del IFT) y la “Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano”, el Consejo Ciudadano del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (Consejo del SPR). Por último, la “Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública” de México instauró el Consejo Consultivo del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (Consejo del INAI) (2016).

Tabla 1. Evaluación del diseño normativo de organismos

Tipo de organismo	País y organismo	Diversidad	Diversidad	Diversidad
Consejos de autoridades regulatorias	COFECA (Argentina)	Muy alta	Muy alta	Alta
	COFECO (Argentina)	Muy alta	Muy alta	Alta
	Consejo TIC (Arg.)	Muy alta	Alta	Alta
	CHAI (Uruguay)	Alta	Alta	Alta
	CHASCA (Uruguay)	Alta	Alta	Alta
	Consejo IFT (México)	Muy baja	Imprecisa	Baja
	Consejo Cordicom (Ec.)	Baja	Imprecisa	Muy baja
Consejos de medios públicos	CCHMP (Argentina)	Alta	Alta	Media
	Comisión H.A. del SPRTN (Uru.)	Alta	Media	Media
	Consejo Ciudadano de RTV (Ec.)	Muy baja	Muy baja	Baja
	Consejo Ciudadano el SPR (Mex.)	Imprecisa	Muy alta	Baja
Defensorías del público	Defensoría del Público (Argentina)	-	Muy alta	Alta
	Relator Especial de SCA (Uruguay)	-	Alta	Alta
Consejos de acceso a la información	Consejo Consultivo INAI (México)	Alto	Alto	Baja
	Consejo Consultivo UAIP (Uru.)	Media	Media	Baja
Consejo de medios y niñez	CONACAI (Argentina)	Media	Media	Baja
Consejo de medios comunitarios	CHARC (Uruguay)	Alta	Alta	Media

Fuente: Elaboración propia.

Argentina y Uruguay elaboraron los conjuntos más complejos de agencias participativas para las políticas de comunicación. Allí se diseñaron instituciones más variadas, autónomas, financiadas, inclusivas y con mayores competencias. En estos dos países hubo una alianza entre las organizaciones de la sociedad civil y los gobiernos para promover reformas basadas en el derecho a la comunicación, frente a las élites de los medios comerciales. Además, las reformas se basaron en estándares internacionales promovidos por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y su Relatoría para la Libertad de Expresión. En México y Ecuador, en tanto, se crearon menos instituciones participativas, con capacidad de acción reducida o inespecífica. En Ecuador abundan imprecisiones en la definición de modos de designación y financiamiento, dependencia institucional y funciones.

Más allá de las particularidades de cada experiencia, que todos estos países hayan diseñado ciertos tipos de organismos participativos indica un consenso regulatorio internacional, al menos, sobre la necesidad de incluir estos espacios en la arquitectura institucional, incluso cuando luego su suerte dependa de otros factores. Los procesos de deliberación social que impulsaron estas instituciones también contribuyeron a constituir esa legitimidad. En cambio, que sólo un país tenga ciertos organismos —como el consejo argentino vinculado a la niñez o el consejo uruguayo de medios comunitarios— indica tradiciones, coyunturas y procesos participativos locales, específicos, en el debate sobre políticas públicas.

Finalmente, las entidades participativas vinculadas a las autoridades regulatorias como los consejos asesores y las defensorías del público fueron impulsadas por coaliciones que incluían organizaciones sociales de base. Los organismos vinculados a medios públicos y al acceso a la información fueron predominantemente impulsados por grupos conformados por expertos técnicos y académicos.

4.2. Implementación

Sólo la experiencia mexicana escapa a la inestabilidad de los procesos analizados. Esta fragilidad institucional en Argentina, Uruguay y Ecuador se verificó en la demora o suspensión indefinida de

la implementación, una integración incompleta, la falta de nombramientos o su eliminación por vía regulatoria. Casi un tercio de las instituciones previstas nunca iniciaron actividades (5 de las 17): la Relatoría de Servicios Audiovisuales y el consejo de medios públicos en Uruguay, el Consejo del CORDICOM en Ecuador, el Consejo TIC y el COFECO de Argentina.

La mayor parte de las instancias de participación arrancaron en el transcurso del primer año luego de promulgada la ley que los creaba (5 de 12). Pero otras seis instituciones se activaron entre uno y cuatro años después. En febrero de 2022, sólo siete de las 17 instituciones planeadas en las regulaciones estaban vigentes. Algunas entidades fueron absorbidas por otras, como la CHARC y la CHAI, por la CHASCA en Uruguay. Pero en el caso argentino ese proceso no se completó: el COFECO nunca se puso en marcha para sustituir al COFECOA, que dejó de funcionar. Además, los consejos destinados a asesorar a los medios públicos de Ecuador y Argentina tuvieron una breve existencia. Otros espacios sufrieron interrupciones o recortes de funciones, pero mantuvieron sus tareas, como la Defensoría del Público y el Consejo de Medios y Niñez de Argentina.

En Uruguay y Argentina fue donde más entidades se crearon (seis cada uno), pero mantienen actividad sólo dos espacios en cada país, aunque en Uruguay se produjo una absorción efectiva. En Ecuador, de dos organismos planificados, ninguno está vigente. En México, todos los organismos se mantuvieron, aunque no siempre con conformaciones plenas.

El derrotero de estas instituciones depende fuertemente de la voluntad de legisladores/as o del Poder Ejecutivo. La dependencia administrativa condiciona sus actividades, no sólo por los nombramientos y los recursos económicos, sino también porque la alternancia en los Poderes Ejecutivos y Legislativos repercute en el respaldo a las instituciones dependientes y, por lo tanto, en su continuidad. Esto sucedió con el COFECOA, el Consejo de los Medios Públicos y, en menor medida, también con la Defensoría del Público y el CONACAI de Argentina (D. Monje, P. Wiznia, P. Castello, comunicaciones personales¹; Aulet & Baccaro, 2014; Baccaro, & Maglieri, 2020); el Consejo Ciu-

dadano de RTV Ecuador (J. Mendoza y A. Tamarit, comunicaciones personales²); y el Consejo Ciudadano del SPR de México (P. Ortega, comunicación personal³). La estabilidad de los otros consejos mexicanos puede explicarse porque los órganos de los que dependen, el IFT y el INAI, cuentan con autonomía constitucional.

Para el cumplimiento de sus objetivos, resulta crucial que estos organismos cuenten con presupuesto propio, especialmente para garantizar que sectores con posibilidades desiguales puedan incidir equitativamente. El único organismo con financiamiento específico, garantizado por ley y con administración autónoma, es la Defensoría del Público de Argentina: gracias a ello demostró actividades constantes con instancias participativas efectivas y regulares. En cambio, los consejos y comisiones de la autoridad regulatoria creados en Uruguay, por ejemplo, enfrentaron serias limitaciones por escaso apoyo institucional y presupuestario (Graña, 2013; Kaplún, 2014).

Frente a la dependencia administrativa, la falta de presupuesto autónomo y la carencia de apoyo institucional y político, el funcionamiento de muchas de estas entidades se explica por el compromiso de sus participantes. Su tarea es honorífica, requiere dedicación, recibe escaso reconocimiento y enfrenta importantes obstáculos. Si bien las dinámicas de funcionamiento de estas instituciones están fuertemente condicionadas por la legislación y las dinámicas políticas, estos factores no son determinantes. Se comprueba que el involucramiento y la capacidad de sus integrantes permiten superar barreras derivadas del diseño normativo, de la falta de acompañamiento o persecución institucional (G. Kaplún, D. Monje, A. Calleja, P. Ortega, J. Mendoza, L. Barbosa, comunicaciones personales⁴; Aulet & Baccaro, 2014; Graña, 2013; CCHMP, 2017).

En el funcionamiento efectivo de estos cuerpos participativos repercuten disputas externas, como la capacidad de movilización de organizaciones sociales, los cambios en las relaciones de fuerzas partidarias o definiciones judiciales. Esta incidencia externa se hizo particularmente evidente en los casos de Argentina, Ecuador y Uruguay (P. Mogrovejo, A. Tamarit, G. Kaplún, comunicaciones personales⁵; Becerra, 2021; Franco, 2021; Baccaro & Maglieri, 2020).

Dos factores externos condicionan el funcionamiento de las entidades participativas. Por una parte, la vía judicial aparece como un mecanismo de captura por parte de élites gubernamentales y/o empresariales. Recurrir a la justicia bloqueó instancias participativas. Sucedió en México con un reclamo judicial iniciado en 2017 por el Gobierno sobre el mecanismo de defensorías de audiencias y en Uruguay y Argentina, donde la judicialización que actores concentrados o sectores de la oposición hicieron de las normas afectó, por añadidura, la instalación de las entidades participativas.

Por otra, la demora en implementar los mecanismos de participación contribuyó a debilitar la incidencia de estos espacios, como ocurrió con el consejo de medios públicos en Argentina y Ecuador y con la CHASCA de Uruguay (Linares, 2017; De Cola, 2018; A. Tamarit, comunicación personal). El desinterés por concretar designaciones en tiempo y forma es, también, un bloqueo de la élite política a las instituciones participativas que, eventualmente, beneficiaron a la élite económica.

Estos condicionamientos internos y externos inciden en la autonomía alcanzada por los organismos. Eso, sumado a las limitaciones que estipulan los diseños normativos y el compromiso de sus integrantes, son factores a considerar para comprender los tipos y alcances de la participación comprobada en estas instituciones y los que promovieron hacia la ciudadanía.

Los espacios analizados debieron construir una idea de participación en torno a las políticas de comunicación. Sus integrantes debieron explicar el sentido de su tarea y construir canales para hacer efectiva la participación (P. Castello, A. Tamarit, G. Sosa Plata, G. Kaplún, F. Werner, P. Ortega, D. Monje, P. Wiznia, comunicaciones personales⁶; Graña, 2013). Los mecanismos participativos creados en la legislación deben elaborar conceptualmente y en la práctica las características de esa participación. Qué es, para qué sirve y cómo se hace la participación ciudadana en el campo de la comunicación no parece tan sencillo ni evidente para quienes legislan, ejercen la función pública, dirigen o trabajan en medios y para la ciudadanía, en general.

La autonomía de estas instituciones con respecto a las élites políticas y económicas se juega en el

diseño normativo, en las condiciones de implementación y en las acciones de sus integrantes. Todos estos factores colaboran o confrontan con resultados disímiles. En ningún caso, esos resultados son obvios o evidentes. Hay casos de organismos con alta dependencia administrativa en su diseño pero que lograron tomar distancia del gobierno o la autoridad, como los consejos del INAI mexicano y de la UAIP uruguaya, el Consejo de Medios Públicos de Argentina, la CHARC y la CHAI de Uruguay. Hay entidades con altos niveles de autonomía en su diseño que resultaron igualmente vulnerables a los cambios de fuerzas políticas en el gobierno, como la Defensoría o el COFECA de Argentina.

Se comprueba que, a mayor cantidad y diversidad de integrantes, se registra mayor riqueza de enfoques, más pluralidad en los debates y mayor densidad de la deliberación dentro de estas instituciones (G. Sosa Plata, J. Mendoza, E. Persky, P. Castello, G. Kaplún, comunicaciones personales⁷). Esto contrasta con la celeridad y eficacia en la toma de decisiones y en la ejecución de acciones. Esta tensión es constitutiva de este tipo de organismos. A pesar de las reiteradas menciones a esta dificultad, los entes mostraron un relevante nivel de actividad. Esto podría entenderse porque la gestión de esa diversidad es experimentada como compleja, pero las entidades de constitución más diversa no muestran menor rendimiento que las de menor diversidad.

Las experiencias uruguayas tuvieron mayores déficits en términos de transparencia activa debido a las limitaciones para generar portales digitales con información accesible. Los casos mexicanos demuestran gran capacidad para disponer en forma ordenada toda la documentación producida por los espacios participativos. Debe resaltarse la eliminación deliberada de minisitios digitales con información pública relevante sobre la actividad de las entidades, como ocurrió con el Consejo Ciudadano de RTVEcuador y el COFECA argentino. Esta acción da cuenta de una disputa en torno al manejo y visibilidad de la información pública. Implica también un ocultamiento de una etapa de la historia institucional y un bloqueo al derecho de acceso a la información. Ambas circunstancias contribuyen a debilitar la participación ciudadana informada.

4.3. Logros

Las instituciones analizadas lograron, en ocasiones, limitar la captura política del sector por parte de élites económicas y políticas o generar experiencias valiosas para enfrentar esas capturas, al menos transitoriamente. Estos logros fueron obtenidos a pesar de los obstáculos y de que sus recomendaciones tienen carácter consultivo. Así, algunas instancias participativas opusieron límites parciales a los intereses de elites gubernamentales y empresariales o, al menos, amortiguaron sus presiones.

En Argentina, por ejemplo, las listas de eventos de interés público generadas por el COFECA permitieron transmisiones deportivas relevantes en el canal público que, de otro modo, hubiesen quedado para uso exclusivo de señales de cable. En efecto, una vez que se desmanteló el COFECA, en 2015, dejaron de elaborarse estas listas y hubo eventos públicos cuya transmisión se privatizó o re-privatizó. La CHAI uruguaya enfrentó con éxito relativo las presiones del Gobierno en su evaluación de las propuestas para brindar televisión digital en la capital (Montevideo). Ese espacio y la CHARC generaron instancias inéditas de transparencia en la concesión de frecuencias. En México, los Consejos del IFT y el INAI impulsaron acciones de inconstitucionalidad, retomadas por las direcciones de los organismos, frente a regulaciones impulsadas por los oficialismos del momento. Ambos espacios rechazaron públicamente en 2020 la propuesta gubernamental de limitar las competencias de las instituciones de las que son parte. La iniciativa del Gobierno no prosperó.

Se reconocen, además, buenas prácticas participativas aún cuando no hayan logrado tener incidencia evidente en alguna política pública o para bloquear mecanismos de captura por parte de las élites, como las audiencias públicas organizadas por la Defensoría del Público y el consejo de Medios Públicos en Argentina, y por la CHARC y la CHAI en Uruguay. Por su constancia y profundidad, cabe destacar a la Defensoría del Público argentina por sus tareas de capacitación y mediación. Estos espacios contribuyen a convertir un tema en objeto de debate público, conforman instancias de apropiación social de derechos, de una institución y/o política específicas, y advierten sobre sectores y problemas marginados por las políticas captu-

radas. Constituyen mecanismos pedagógicos de ejercicio ciudadano en el campo de la comunicación. Incluso con una implementación parcial, defectuosa e inestable, estas entidades funcionaron como dinamizadoras, garantes y habilitadoras de nuevos y más amplios espacios de participación social y, por lo tanto, de ciudadanía activa.

En los Consejos Consultivos del INAI, el IFT y los medios públicos en México el valor de las instancias participativas pasó por la generación de propuestas, demandas, argumentos y perspectivas de análisis surgidas de cuerpos de especialistas que aportaron, ocasionalmente, una mirada alternativa a las élites político-económicas.

Queda comprobada la incidencia de las autoridades regulatorias de estos países en los mapas concentrados del audiovisual y las telecomunica-

ciones. Por acción u omisión, su rol no fue neutral ni ausente. Por el contrario, fue decisivo para las configuraciones de los sistemas de medios y telecomunicaciones (Gómez *et al.*, 2017; Di Santi & Riera, 2016; Becerra, 2021; Kitzberger & Schulliaquer, 2021). No obstante, aunque pudo darse mayor protagonismo o atención a los consejos participativos de cada autoridad para potenciar la democracia comunicacional, no se hizo.

En los medios públicos de Ecuador, Argentina y México se constató la falta de independencia y sus sesgos oficialistas, pero su crecimiento significó una novedad y aportó diversidad (Linares, 2017; Palos Pons & Hallin, 2021; Panchana & Mena, 2020). Sin embargo, la continuidad de la gubernamentalización de la administración de esas emisoras puede leerse como una expresión de la escasa incidencia de sus consejos ciudadanos.

Tabla 2. Evaluación de desempeño de organismos

Tipo de organismo	País y organismo	Grado de implementación	Incidencia por atribuciones	Autonomía	Transparencia
Consejos de autoridades regulatorias	COFECA (Arg.)	Alto	Media	Baja	Alta
	COFECO (Arg.)	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó
	Consejo TIC (Arg)	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó
	CHAI (Uruguay)	Medio	Alta	Muy alta	Muy baja
	CHASCA (Uru.)	Medio	Media	Alta	Muy baja
	Consejo IFT (Mex.)	Muy alto	Muy baja	Media	Muy alta
	Con. Cordicom (Ec.)	No se conformó	No se conformó	No se constituyó	No se conformó
Consejos de medios públicos	CCHMP (Arg.)	Bajo	Baja	Alta	Media
	Com. SPRTN (Uru.)	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó
	Cons. RTV Ecuador	Bajo	Muy baja	Alta	Media
	Cons SPR (Mex)	Muy alto	Baja	Media	Muy alta
Defensorías de audiencias	Def d. Público (Arg.)	Muy alto	Muy alta	Media	Muy alta
	R. Esp. SCA (Uru.)	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó	No se constituyó
Consejos de acceso a la información	Cons. INAI (Mex)	Muy alto	Media	Alta	Muy alta
	Cons. UAIP (Uru.)	Muy alto	Media	Alta	Baja
Cons. de niñez	CONACAI (Arg.)	Medio	Baja	Alta	Media
Cons. de medios comunitarios	CHARC (Uruguay)	Alto	Muy alta	Muy alta	Muy baja

Fuente: Elaboración propia.

En Argentina y Ecuador, la obstaculización a la actividad de esos organismos debilitó la construcción del carácter público de las estaciones (Linares, 2017, D. Monje y A. Tamarit, comunicaciones personales).

Los consejos participativos vinculan a quienes implementan las políticas y sus posibles beneficiarios/as/es. En Argentina los medios comunitarios e indígenas se multiplicaron y fortalecieron con la promulgación de la “Ley Audiovisual” y sus políticas complementarias. La diferencia allí la marcaron los mecanismos de promoción previstos en la ley, pero también la representación del sector en el COFECA y la inclusión de activistas de medios comunitarios como funcionarios/as/es y empleados/as/es de la Defensoría del Público (RICCAP, 2019). En Uruguay y en México, el CHARC y algunos integrantes del Consejo del IFT abogaron activamente por estos medios sin lograr los resultados buscados (A. Calleja, comunicación personal; Graña, 2013).

5. Conclusiones

La creación de estos organismos fue propuesta por organizaciones sociales como un modo de institucionalizar la participación e incidencia que habían conseguido en el proceso de elaboración de las normas. Los diseños institucionales son diversos, pero es posible identificar dos grupos. Uno, con funciones amplias, precisas, con capacidad de incidencia y el mandato de promover la participación social. Otro, con funciones imprecisas y generales de asesoramiento o, por el contrario, con prerrogativas acotadas. La implementación demostró que la definición de tareas debe ser lo más precisa posible y no necesariamente abarcar mucho, de modo de no licuar la capacidad de acción. En esas definiciones, se pueden incorporar tareas específicas que requieran respuesta de la autoridad con la que se vinculan. Aún sin tener rol sancionatorio ni opinión vinculante, las experiencias demuestran que es posible establecer obligaciones respecto a las demandas o consultas de estos consejos. La participación honoraria y el carácter no vinculante de las recomendaciones constituyeron un límite para su actividad.

Las entidades con funciones más amplias, precisas y con el mandato de fomentar la participación demostraron correlación con órganos de composición más diversa y con representación de sectores sociales y áreas estatales. En tanto, los organismos con funciones más limitadas o imprecisas guardan correlación con los diseños normativos que incluían integraciones a título personal y no predefinidas por la norma. La puesta en marcha de estas instituciones demostró que las que tenían representantes sectoriales y estatales son las que desarrollaron actividades con mayor capacidad de incidencia y promovieron la participación, formación y el debate público en torno al derecho a la comunicación.

Un riesgo latente es la intervención del *lobby* empresarial a través de consultoras, fundaciones y organizaciones no gubernamentales, que le permiten a medios comerciales ocupar —de manera indirecta— espacios asignados a la sociedad civil. Las normativas deben precisar las representaciones contempladas en cada espacio y los diferentes tipos de organizaciones a los que se refieren.

La diferencia entre la implementación de estas instituciones, así como de las demás políticas comunicacionales, es abismal con respecto a su debate y diseño. Surgen obstáculos para poner en marcha y luego para sostener y desarrollar estos entes participativos. La inestabilidad caracteriza todos los procesos. La alta dependencia administrativa y presupuestaria de los poderes Ejecutivos y Legislativos es un condicionante fundamental.

El desarrollo y los niveles de autonomía de estas instituciones dependen de: las disputas políticas globales en cada coyuntura; los grados de dependencia administrativa de los organismos; las formas de designación de miembros y los tipos de integrantes propuestos; la voluntad y/o interés de los gobiernos; la capacidad de la sociedad civil organizada para mantener sus demandas; la cooperación o enfrentamiento políticos y la fuerza de la resistencia corporativa.

La novedad de estas entidades requirió un esfuerzo especial para dar a conocer la institución y sus funciones, explicar y construir vínculos. Fue necesario definir, en la práctica, el perfil de cada organismo. Se consolidaron dos modelos. Uno de

asesoría o consultoría, conformado por especialistas a título personal que se centraba en emitir recomendaciones. Y otro más participativo o ciudadano, integrado por representantes de organizaciones sociales, universidades u otras áreas del Estado, que promovía diversas acciones con capacidad de incidencia y presencia en el debate público. Estos dos tipos de organismos mostraron niveles de influencia diferentes.

Se registraron bajos niveles de transparencia y acceso a la información activa en la mayoría de estos organismos. En algunos casos, la acción gubernamental contra ellos incluyó la eliminación de la información pública. Esto configuró un intento de borrado de la historia institucional y una violación deliberada del derecho de acceso a la información de la ciudadanía.

Estos espacios participativos parecieron incomodar a funcionarios/as/es políticos, incluso durante las gestiones de las mismas fuerzas que los crearon. En el mejor de los casos, los ignoraron; cuando no los obstaculizaron y buscaron activamente disolverlos. En otros casos, procuraron cooptarlos por medio de la designación de integrantes vinculados con los intereses gubernamentales y/o empresariales.

Las presiones para no implementar estos organismos o deslegitimarlos o cerrarlos, fueron más intensas cuanto mayor fue la capacidad de incidencia que la legislación les otorgan. Los dos tipos de instituciones participativas que más atención legislativa concitaron —de autoridades regulatorias y medios públicos— son los más obstaculizados durante la implementación. Si la captura pudo ser eludida durante el debate de las leyes, fue efectiva durante la aplicación. Frente a estas limitaciones, se destaca que el compromiso de consejeros/as/es o comisionados/as/es permitió sostener instituciones desfinanciadas o ignoradas políticamente y desarrollar sus funciones.

Allí donde la actividad participativa tuvo constancia pudo limitar la captura por parte de las élites en algunos aspectos o desarrollar prácticas enriquecedoras para las políticas. Allí donde la movilización social o el compromiso individual de consejeros no alcanzaron un piso crítico, la incidencia se desvaneció o los organismos desaparecieron.

Existe cierto vínculo entre los niveles de autonomía y la capacidad de incidencia. Los mejores resultados se hallaron en los organismos uruguayos vinculados a la autoridad regulatoria pues incidieron en los acotados procesos que las normas les ordenaban y alcanzaron también razonables grados de autonomía. Son ejemplos en los que las normas preveían alta capacidad de incidencia y alta autonomía. La alta autonomía pero la baja incidencia lograda en los tres consejos de medios públicos se comprenden por el desinterés de los gobiernos y conducciones de las emisoras estatales en la acción de estos organismos.

Los organismos con un perfil participativo o ciudadano tuvieron alta incidencia, salvo cuando no contaron con los recursos económicos e institucionales necesarios o cuando tuvieron una existencia efímera. En cambio, los que adoptaron un perfil de asesoría mostraron baja capacidad real de incidencia. Se demuestra que los consejos deben tener garantizado el componente ciudadano, la participación plural y mecanismos de selección preestablecidos para oponer una voz que dispute con los intentos de captura por parte de las élites.

Además, hay resultados no buscados que se lograron con la participación social en estas instituciones: aprendizajes sobre administración pública, formulación de proyectos, *lobby*, *advocacy* y organización de audiencias públicas; relaciones más fluidas entre activistas y funcionarios públicos. Estos últimos también aprendieron a vincularse con pluralidad de perspectivas sociales. La participación social institucionalizada consigue resultados relevantes para la democracia y la formación ciudadana aún cuando estos no sean los directamente buscados.

Notas

1. D. Monje, miembro del CCHMP de Argentina, noviembre de 2016; P. Wiznia, sec. ejecutivo del COFECA, noviembre de 2015; y P. Castello, trabajadora de la Defensoría del Público de Argentina, octubre de 2021.
2. J. Mendoza y A. Tamarit, del Consejo Ciudadano de RTV Ecuador, diciembre de 2021.

3. P. Ortega, del Consejo Ciudadano del SPR, en febrero de 2022.
4. L. Barbosa, miembro del Consejo Ciudadano del SPR de México, noviembre de 2021; A. Calleja, integrante del Consejo Consultivo del IFT, diciembre de 2021; y G. Kaplún, integrante de la CHAI y la CHASCA, marzo de 2022.
5. P. Mogrovejo, vocal del Cordicom, enero de 2022.
6. G. Sosa Plata, miembro del Consejo Consultivo del IFT, enero de 2022; F. Werner, miembro del Consejo Consultivo UAIP, diciembre de 2021.
7. E. Persky, sec. ejecutiva del COFECA, en enero de 2022.

Referencias

- Aulet, M. & Baccaro, A. (2014). Conformación y primeras acciones del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia (CONACAI) en Argentina (2009-2012) [ponencia], en: Congreso ALAIC, Lima, 8 de agosto.
- Baccaro, A. L. & Maglieri, A. S. (2020). Derechos de niños, niñas y adolescentes en comunicaciones audiovisuales y convergentes en la Argentina neoliberal (2015-2019). Situación del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia y la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, XV Congreso de ALAIC, Medellín, noviembre.
- Becerra, M. (2021). "Restauración transgresora. Las políticas de comunicación del gobierno de Macri". En: Becerra, M. & Mastrini, G. (comp.) *Restauración y cambio. Las políticas de comunicación de Macri (2015-2019)*. SIPREBA-ICEP.
- Califano, B. (2016). "La relevancia del Estado en la elaboración de políticas públicas de comunicación". *Estado y Políticas Públicas*, 4(6).
- Califano, B. (2015). Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las políticas de comunicación. *Austral Comunicación*, 4 (2) 251-286
- CCHMP. Consejo Consultivo Honorario de Medios Públicos (2017). Informe de gestión y resumen ejecutivo de audiencia pública, Buenos Aires.
- Collier, D. (1993). "The comparative method". En: A.W. Finifter (Ed.). *Political Science: The State of the Discipline II* (pp. 105-119). American Political Science Association.
- Corte IDH. Corte Interamericana de Derechos Humanos (1985). Opinión Consultiva 5/85. Corte Interamericana de Derechos Humanos. OEA: CIDH.
- Franco, F. (2021). *El tiempo es tirano. Políticas de medios públicos en los gobiernos frenteamplistas*. Inédito.
- De Cola, S. (2018). "Que no se detenga". En: Gómez, G. (coord.). *Una Ley de Medios a medias*. FES.
- Di Santi, M. & Riera, A. (2016). "Un mapa poco adecuado". En: Marino, S. (coord.) *El Audiovisual Ampliado. Políticas públicas, innovaciones del mercado y tensiones regulatorias en la industria de la televisión argentina frente a la convergencia*. Ediciones Universidad del Salvador.

- Freedman, D. (2006). Las dinámicas del poder en la elaboración de políticas de medios en la actualidad. *Media, Culture & Society*, 26(6).
- Fox, E. y Waisbord, S. (eds.) (2002). *Latin politics, global media*. University of Texas Press.
- Gómez, G., Franco, F., Gelves, F. y Thevenet, N. (2017). *En pocas manos. Mapa de la concentración de los medios de comunicación en Uruguay*. FES Uruguay.
- Graña, F. (2013). *Medios comunitarios: el fin de una larga noche. Avatares de la Ley de Radiodifusión Comunitaria*. Udelar/CSIC.
- Ippolito-O'Donnell, G. (2013). "Calidad institucional y sociedad civil en la Argentina". En: Acuña, C. (comp.) *¿Cuánto importan las instituciones? Gobierno, estado y actores en la política argentina* (pp. 325-364). Siglo XXI.
- Kaplún, G. (2014). "Diez años de (lentos) avances en la reforma de las comunicaciones en Uruguay". En: *Observatorio Latinoamericano*, 14. Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe-FSoc-UBA.
- Kitzberger, P. & Schuliaquer, I. (2021). Media Policies in Latin America's Post-Left Turn: Legal (Counter-) Reforms in Argentina and Ecuador. *Bulletin of Latin American Research. Journal of Society for Latin American Studies*. <https://doi.org/10.1111/blr.13292>
- Linares, A. (2017). Los medios del Estado nacional durante el kirchnerismo: protagonismo y limitaciones en un escenario audiovisual comercial y concentrado. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.
- Loreti, D. & Lozano, L. (2014) *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Siglo XXI.
- Levín, S. (2004). Los debates en torno al concepto de ciudadanía en sociedades en transformación. *Mediações. Revista de Ciências Sociais*, 9 (2), 119-138.
- Mastrini, G., de Charras, D. & Fariña, C. (2012). "Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano". En: Mastrini, G., Bizberge, A. & de Charras, D. (eds.). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. La Crujía.
- Oxfam. Oxford Committee for Famine Relief (2018). *El fenómeno de la captura: desenmascarando el poder. Guía de análisis de la captura de políticas públicas y su efecto sobre la desigualdad*.
- Palos Pons, M. & Hallin, D. (2021). Press Freedom and Media Reform in a Populist Regime: How Ecuadorian Journalists and Policy Actors See the Correa Era. *International Journal of Communication*, 15, 1021-1038.
- Panchana, A., & Mena, L. (2020). El mapa de los medios públicos de Ecuador: entre el auge y la ambigüedad. *Global Media Journal México*, 17(32), 42-59.
- Piovani, J. I. & Krawczyk, R. (2017). Los Estudios Comparativos: algunas notas históricas, epistemológicas y metodológicas. *Educação e Realidade*, 42(3), 821-840.
- Ragin, Ch. (2007). *La construcción de la investigación social*. Siglo del Hombre Editores.
- RELE. Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2010). Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente. OEA: RELE.
- RICCAP (Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular) (2019). *Relevamiento de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios, populares, alternativos, cooperativos y de pueblos originarios en Argentina*. Red Interuniversitaria de Comunicación Comunitaria, Alternativa y Popular.
- Rich, J., Mayka, L. & Montero, A (2019). Introduction The Politics of Participation in Latin America: New Actors and Institutions. *Latin American Politics and Society*, 61 (2).

- Segura, M. S. & Linares, A. (2023). *¿Cómo evitar la captura de las políticas de comunicación por las élites? Las instituciones participativas en América Latina*. EDUVIM [En prensa].
- Segura, M. S., Linares, A., Longo, V., Vinelli, N., Espada, A., Traversaro, N., & Hidalgo, A. (2021). *Alternativas. Condiciones y estrategias de los radios y los canales sin fines de lucro desde la sanción de la Ley Audiovisual*. Edunse.
- Segura, M. S. & Waisbord, S. (2016). *Media movements. Civil society and media policy reforms in Latin America*. Zedbooks.
- Sorj, B. (2010). *Usos, abusos y desafíos de la sociedad civil en América Latina*. Siglo XXI.
- UNESCO. (1977). *Informe final de la reunión sobre la autogestión, el acceso y la participación ciudadana en materia de comunicación*. UNESCO.

- Sobre los autores:

Alejandro Linares es Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Magíster en Comunicación y Cultura y Doctor en Ciencias Sociales. Es docente en la Universidad Nacional de Formosa e investigador asistente del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

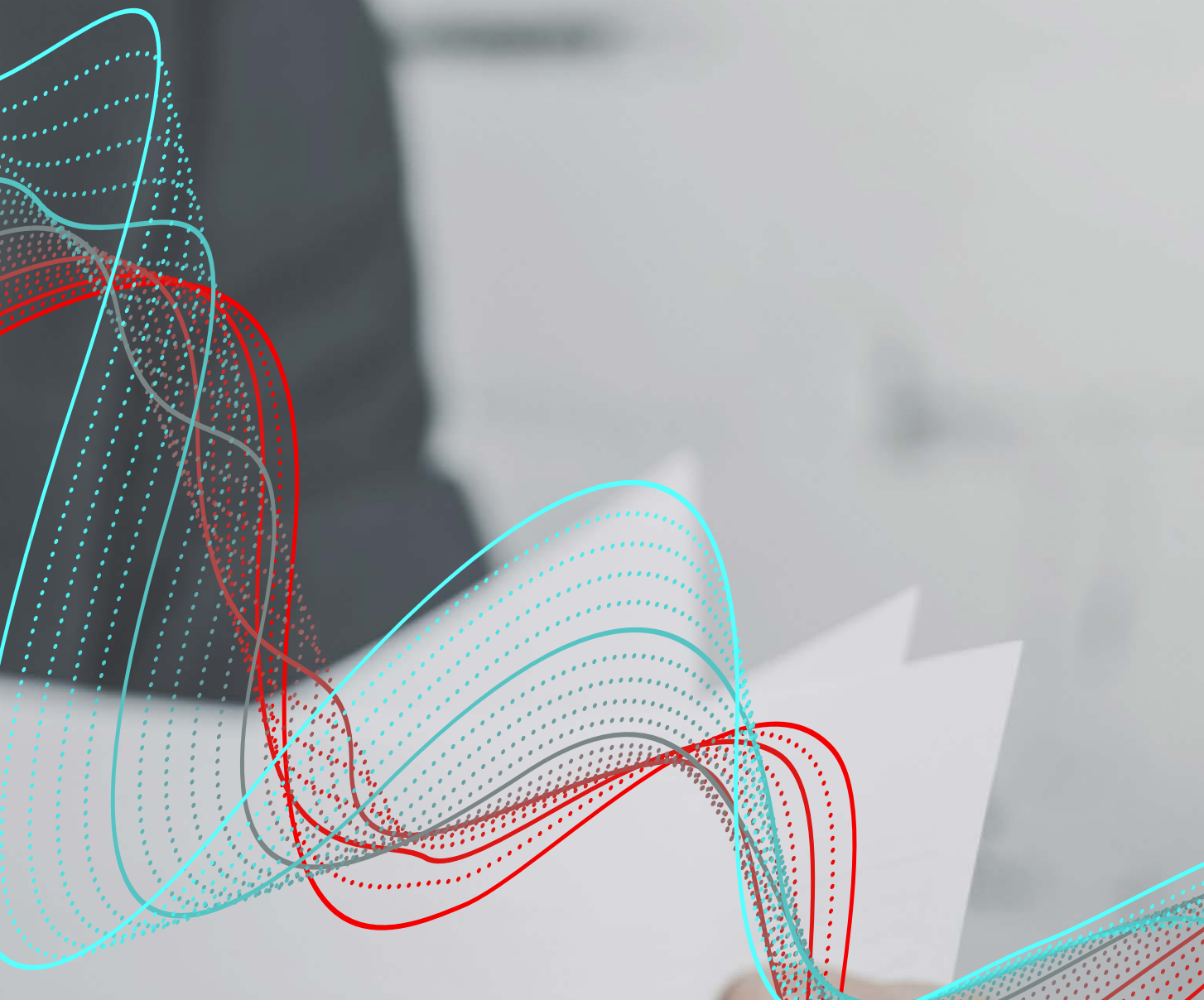
María Soledad Segura es Licenciada en Comunicación Social, Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea y Doctora en Ciencias Sociales. Es profesora en la Universidad Nacional de Córdoba e investigadora adjunta del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas.

- ¿Cómo citar?

Linares, A., & Segura, M. S. (2021). Instituciones participativas de políticas de comunicación en Latinoamérica. Modelos, barreras, logros y desafíos. *Comunicación y Medios*, 31(46), 68-81. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.67688>



SECCIÓN
MONOGRÁFICOS



La música en la última etapa del radioteatro *El Siniestro Doctor Mortis* (1960-1980)

*The music in the last stage of radio play
El Siniestro Doctor Mortis (1960-1980)*

Cristián Guerra

Universidad de Chile, Santiago, Chile

cguerrara@uchile.cl

<https://orcid.org/0000-0002-2618-419X>

Resumen

Este estudio musicológico aborda la musicalización en el radioteatro chileno *El siniestro Dr. Mortis* de Juan Marino en su última etapa (1960-1980). Los objetivos fueron caracterizar el género de "música de terror", esclarecer el proceso de musicalización del radioteatro *El siniestro Dr. Mortis* en el período mencionado, identificar título y procedencia de los trozos musicales usados en cada episodio, y proponer tanto hipótesis hermenéuticas como proyecciones, a partir de la información encontrada. El marco teórico incorporó varios autores, especialmente K. J. Donnelly y su caracterización del género de música de terror en el cine, y la metodología incluyó entrevista, indagación bibliográfica y escucha de un amplio repertorio musical asociado al Doctor Mortis. Se descubrió una modalidad de trabajo peculiar en la edición de este radioteatro y el uso de piezas de música de concierto, de cine y de librerías musicales. Finalmente, se realiza un análisis hermenéutico que vincula la obra radial con la resignificación de piezas musicales y con la naturaleza plurimedial del universo del Dr. Mortis.

Palabras clave: Radioteatro chileno; terror; El Siniestro Doctor Mortis; Juan Marino; musicalización de radioteatro.

Abstract

This musicological study addresses the musicalization in Juan Marino's *El siniestro Dr. Mortis*, a Chilean radio play, on its last phase (1960-1980). The objectives were to characterize the genre of "horror music", to clarify the musicalization process of the radio drama *El siniestro Dr. Mortis* in that period, to identify the title and sources of the musical pieces used in the different episodes, and to propose both hermeneutical hypotheses and projections based on the information found. The theoretical frame incorporated several authors, especially K. J. Donnelly and his characterization of terror music in films, the methodology included interview, bibliographical research and listening of a wide musical repertoire. A peculiar work modality was discovered in the edition of this radio play and the use of pieces coming from concert music, film music and music libraries. Finally, hermeneutical hypotheses related to the re-signification of musical pieces and the plurimedial nature of the universe of Dr. Mortis are proposed.

Keywords: Chilean radio play; horror; El Siniestro Doctor Mortis; Juan Marino; musicalization of radio play.

1. Introducción

En 1945 el escritor y músico chileno Juan Bautista Marino Cabello (Punta Arenas, Chile, 7/09/1920 - Trelew, Argentina, 12/06/2007) creó un personaje que tiene hasta hoy vigencia en el imaginario chileno y latinoamericano: el Siniestro Doctor Mortis, relator y protagonista de diferentes relatos de terror, misterio, policial y ciencia ficción. Este personaje resulta ser, en última instancia, una encarnación de la maldad y la inevitable muerte, así como una condensación de miedos que han acechado al ser humano desde hace siglos (al menos en occidente) y que, paradójicamente, se entretajan con matices particulares de disfrute estético (Carroll, 2006).

Concebido originalmente para el radioteatro homónimo, el éxito del Dr. Mortis lo llevó a otros formatos desde la década de 1960, como la televisión, la grabación de vinilos con algunos episodios del radioteatro¹ y, en especial, las revistas de historietas. El Dr. Mortis aparece, así, como uno de los primeros personajes ficticios plurimediales en Chile, ya que protagonizaba o presentaba relatos en estos distintos medios².

Ahora bien, las personas que aún escuchan, recuerdan y disfrutan de los episodios del Dr. Mortis, tanto en Chile como en otros países, a menudo discurren o se preguntan acerca del impacto y la procedencia de la música que contribuye a realzar el clima y ambiente de cada relato³. Carol J. Clover (citada por Lerner, 2010, pp. viii-ix), al referirse a la experiencia del público aficionado al cine de terror, afirma que hay casos en que la música, más que las imágenes, incita a algunas personas a “taparse los oídos”⁴. Esta experiencia, por cierto, es muy similar a aquella que han vivenciado especialmente niñas, niños y adolescentes al escuchar radioteatros de terror, como *El siniestro Dr. Mortis*.

Para efectos de este estudio exploratorio se consideran aquellos episodios que se han conservado en formato digital y están accesibles en la plataforma YouTube. Además, un examen preliminar revela que en ellos se aprecia el uso de sonidos y de fragmentos musicales en función de la trama, pero no hay información disponible acerca del origen de estos trozos (segmentos o fragmentos musicales en cada episodio), es decir, las piezas musicales (obras breves o extensas) de las que

han sido extraídos, más allá de la rúbrica musical que caracterizó a este radioteatro por muchos años: *Una noche en el Monte Calvo* de Modest Musorgski. Tampoco existen análisis o estudios respecto del diseño sonoro global en estos programas de ficción.

Este texto constituye uno de los resultados de un proyecto de investigación musicológica de mayor alcance donde se abordó el radioteatro, las historietas y un elepé de cumbias de 1977, todos protagonizados por el Dr. Mortis⁵. Aquí el enfoque se centra en el radioteatro del Dr. Mortis y en su musicalización en las décadas de 1960 a 1980, es decir, en su última etapa.

2. Objetivos y metodología

Los objetivos propuestos para este texto son: (1) Caracterizar el género de “música de terror” en el radioteatro *El siniestro Dr. Mortis*; (2) Esclarecer el proceso de musicalización de este radioteatro en las décadas de 1960 a 1980; (3) Identificar las piezas de procedencia de los trozos musicales usados en los diferentes episodios de *El siniestro Dr. Mortis* en este periodo; y (4) Proponer hipótesis hermenéuticas y proyecciones a partir de la información encontrada.

Para cumplir con estos objetivos, se ha empleado la siguiente metodología: 1) Entrevista a Carlos Sánchez, radiocontrolador, quien trabajó con Juan Marino en el radioteatro en estudio durante el período correspondiente⁶; 2) Lectura analítica de fuentes documentales impresas y digitales acerca del género “música de terror” en el radioteatro y en el caso de *El siniestro Dr. Mortis*; 3) Identificación, dentro de un universo estimado de 3.000 episodios en el período 1960-1980⁷, de un corpus de 51 episodios del radioteatro del Dr. Mortis, los únicos que están disponibles y accesibles en la plataforma YouTube⁸; 4) Escucha de cada episodio disponible del radioteatro en tanto fuente documental sonora, con énfasis en los trozos musicales; 5) Identificación de los rasgos melódicos, armónicos y tímbricos de cada trozo musical; 6) Exploración e identificación de las piezas de procedencia de los trozos musicales mediante los siguientes pasos:

6.1) Exploración y registro de datos aportados en comentarios hechos entre 2017 y 2021 en los enlaces de radioteatros subidos a YouTube y en la página de Facebook "Lasmusicasdel.DrMortis9".

6.2) Escucha de obras de Stravinski, Musorgski, Dukas y otros, que son pertinentes según la bibliografía revisada.

6.3) Escucha de la banda sonora musical de distintos filmes, especialmente cine de terror, misterio y ciencia ficción, anteriores a 1980, compuesta por autores como Jerry Goldsmith, Bernard Herrmann, John Williams y otros.

6.4) Escucha del repertorio de terror, misterio y ciencia ficción en *music libraries*, disponible para uso en las décadas de 1960 y 1970.

6.5) Revisión de páginas web especializadas en la identificación de melodías, como Musipedia, IncipitSearch y Themefinder. Y, finalmente,

7) Clasificación de las 38 piezas musicales identificadas como fuentes de procedencia en dos grandes grupos: música extraída de obras fílmicas o musicales preexistentes y música correspondiente a "librerías musicales" (7).

3. Radioteatros, horror y música

La música ha sido fundamental en el desarrollo de la radio como medio (Maronna & Sánchez, 2001, p.94) y, en particular, del radioteatro. Crook (1999, pp.92-93) recuerda que compositores famosos de música cinematográfica, como Bernard Hermann, se formaron en la radio, y teóricos como Hilda Matheson consideraron la música como el primer fundamento del género al aportar trasfondo, emoción, asociación, atmósfera y cambios de escena. Según Díaz (2002, p.16), el radioteatro es uno de los géneros "que intentan establecer el diálogo entre la música y la palabra", mientras Cleveland (1968, p.269) observa que tanto las estructuras de la música como del radioteatro existen y dependen de la extensión temporal. Por su parte, Ken Garner identifica varios paralelos entre música y audiodrama (como el caso del radioteatro), especialmente la organización del tiempo, el ritmo, la velocidad y secuencias significativas (Crook, 1999, p. 95).

Hand y Traynor (2011, p.50), siguiendo a Crisell (1994), identifican cuatro grandes funciones de la música en el radioteatro: eslabón (cortina o corte), talante (*mood*, evocación de los pensamientos o sentimientos del personaje), efecto sonoro estilizado (tormentas) e índice (*indexical* o "diegética", que evoca la música que se escucharía en nuestro propio mundo en tal situación). Además de ayudar a la creación de imágenes, la música puede localizar la trama en tiempos y lugares determinados (Hand & Traynor, 2011), es decir, cumple una función narratológica clave, al igual que otros elementos sonoros aparte del lenguaje hablado (Huwiler, 2005). En cuanto al género del terror, Hand (2012), quien identifica las técnicas y estrategias formales en los radioteatros de horror¹⁰ estadounidenses de los años 30 y 40, menciona como elementos fundamentales al anfitrión, la generación de intimidación, la música no diegética y los efectos sonoros.

Aunque se suele asociar la "música de terror" con estereotipos vinculados con las corrientes modernistas y vanguardistas de la música docta, la realidad es que no es necesariamente así. Lerner (2010) cita ejemplos del siglo XIX, como el caso del *lied Erlkönig* de Franz Schubert. Incluso se puede retroceder más y recordar el estilo *ombra e tempesta* en la música europea de los siglos XVII y XVIII, concebido para el repertorio de concierto y con el que se emparentan obras como el *Concierto para piano en re menor*, K. 466, de W. A. Mozart, según el análisis de López-Cano (2020).

Kevin J. Donnelly profundiza en la descripción del género musical de "horror" en el cine, la que es perfectamente aplicable al radioteatro. Según Donnelly (2005), la música tiene un uso psicológico adicional a partir de las nociones de presencia/ausencia, origen percibido y volumen físico. Las piezas musicales concebidas para este género comparten algunos rasgos comunes: cuerdas de frecuencia baja y lentas, nota pedal (*drone*), disonancias sin resolver, timbres característicos (órgano, trémolo en el puente de violines o uso de la técnica del *sul ponticello* en estos instrumentos). Asimismo, en ellas suele apreciarse el recurso a técnicas, como los sonidos punzantes (*stings*) y el ostinato, las que permiten realzar la acción, evocar objetos e incluso "materializar" a los personajes (Donnelly, 2005, pp. 91-93).

El mismo autor plantea que la música puede cumplir función como onomatopeya (imitación o descripción

de sonidos), como marcador formal (cortina, corte o pausa) o como generadora de ambiente. Incluso los sonidos punzantes recuerdan la apelación "directa" de la música al sistema nervioso en un nivel primario, previo a la actividad cognitiva (Donnelly, 2005), así como una apelación física mediante el uso de sonidos en extremos agudos y graves, los que apelan al zumbido agudo del sistema nervioso central y al latido profundo del corazón en el torrente sanguíneo, condiciones que permiten que la música pueda encarnar (*embody*) al horror (Donnelly, 2005).

Finalmente, Donnelly postula que el principal modelo de la música de horror en el cine (y, en nuestro caso, en el radioteatro) está en la música instrumental programática del siglo XIX, con obras como la *Sinfonía fantástica* (1830) de Berlioz, *Una noche en el monte Calvo* (1867) de Musorgski, o *El aprendiz de brujo* (1897) de Dukas (Donnelly, 2005). Sin embargo, a diferencia de estas piezas programáticas, la música de horror, en general, rehúye la estructura *leitmotivica* (Donnelly, 2005)¹¹. A estos modelos hay que añadir lo que este autor llama "partituras-pastiche" de los años 30, además de obras de Stravinski como *El pájaro de fuego* (1910), *Petrushka* (1911) y *La consagración de la primavera* (1913) y también formas más populares de música, como las piezas musicales concebidas para el teatro (Donnelly, 2005).

La generación, plasmación o evocación musical del horror no se reduce necesariamente al uso del "género musical de horror" (Donnelly, 2005, p. 89). En el momento adecuado, una melodía infantil puede resultar tanto o más "terrorífica" que un "acorde dramático". Sin embargo, la existencia de un género musical específico, que se ha construido en torno al concepto de "terror", ha sido fundamental para la musicalización de relatos correspondientes, como se verá en los próximos párrafos.

3.1 Juan Marino, Carlos Sánchez y el radioteatro de Mortis

Los inicios del radioteatro del Dr. Mortis se remontan a 1945 en radio Ejército (Punta Arenas, Chile) y coinciden, por tanto, con los comienzos de la época dorada de este género radiofónico, correspondiente a las décadas de 1940 a 1970 (Rodríguez, 2019; Correa, 2022). Chile se encontraba entonces en un proceso de modernización impulsado por los

gobiernos radicales¹², en el contexto de la Segunda Guerra Mundial y sus consecuencias. En este marco, se infiere que la creación de la Empresa Nacional de Electricidad (ENDESA), en 1943, favoreció la propagación de la venta de receptores eléctricos fabricados en el país y la entrada masiva de este medio de comunicación a los hogares chilenos (Paredes, 2013).

De acuerdo con la información de distintas fuentes¹³, Marino tomó como inspiración los cuentos radiofónicos de terror relatados por Boris Karloff, los que se podían escuchar en Chile por onda corta. Marino infirió que la inclusión de trozos musicales y efectos de sonido (lo que no ocurría con esos cuentos de Karloff¹⁴) podría enriquecer estos relatos. Con esta visión creó el primer radioteatro del género de terror en Chile y a su anfitrión/protagonista (Godínez, 2010, p. 78). Al parecer, también desde su inicio¹⁵, la rúbrica musical del radioteatro y *leitmotiv* del personaje del Dr. Mortis (siempre encarnado por el propio Marino) fue *Una noche en el Monte Calvo* de Musorgski, pieza que se hizo masivamente conocida gracias a su animación en el filme *Fantasia* (1940) de Disney. "Una noche en el monte Calvo" es una de las traducciones al castellano del título ruso original *Ivánova noch na Lýsoi goré*, literalmente "Noche de San Juan en el monte Calvo", poema sinfónico escrito en 1867 y que tiene una compleja historia de composición y circulación. Durante mucho tiempo solo se conoció la versión editada por Rimski-Korsakov en 1886 (cinco años después de la muerte de Musorgski), en la cual se basó el arreglo de Leopold Stokowski para *Fantasia*.

Con el traslado de Marino a Santiago, en 1955, este radioteatro empezó a emitirse de manera regular, en distintos radios hasta comienzos de la década de 1980 (Correa, 2022)¹⁶. Desde el comienzo, Marino reclutó un elenco actoral que se renovaba regularmente y que se encargaba de encarnar a los personajes. Las fuentes de estos guiones o libretos fueron múltiples, principalmente literatura, radio, televisión y cine de terror, suspenso o ciencia ficción.

Una de las emisoras que transmitió este radioteatro fue radio Pacífico en la década del sesenta. Allí el radiocontrolador Carlos Sánchez Cáceres empezó su colaboración con Marino en la musicalización del radioteatro. Sánchez empezó a trabajar en 1959 como operador técnico en dicha emisora

casi por casualidad¹⁷ y en 1969 se trasladó a radio Portales, donde también llegó Marino con su radioteatro hasta 1982.

Marino y Sánchez tenían una modalidad de trabajo particular. En una primera fase, Marino y su elenco grababan los diálogos del episodio completo. En una segunda fase, y fuera de su horario laboral, Sánchez incorporaba sonidos y música al registro grabado. Es decir, Sánchez fue el responsable del diseño sonoro global y de la musicalización¹⁸ de cada episodio del Dr. Mortis en estos años. Este sistema de trabajo era completamente diferente al de otros radioteatros o programas radiofónicos donde Sánchez colaboraba, ya que, en todos esos casos, el sonido y la musicalización se realizaban en vivo y en directo. Sánchez, en suma, era el editor del radioteatro, una función fundamental en la elaboración de la dimensión técnico-lingüística de todo producto radiofónico, al sincronizar todo tipo de signos auditivos (Ciccoti, 2014).

Marino puso plena confianza en Sánchez para realizar esta importante labor de edición y este, a partir de las orientaciones generales y del carácter de cada capítulo, se nutría de diversas fuentes para hacer la musicalización: discos disponibles en la misma emisora, fonogramas aportados por el propio Marino, grabaciones captadas por onda corta, e incluso registros obtenidos en la proyección de filmes en salas de cine. Así, Sánchez proporcionaba tanto la música y las sonoridades diegéticas como aquella no-diegética o incidental para cada episodio del Dr. Mortis.

4. Análisis y resultados

4.1 Repertorio musical usado en el radioteatro del Dr. Mortis

En los 51 episodios estudiados, hay casos en que no fue posible identificar la procedencia de los trozos musicales, debido a factores como la baja calidad auditiva de los registros o, simplemente, no se encontró la información necesaria con las estrategias metodológicas usadas. En cambio, aquellas piezas musicales identificadas como fuentes de procedencia se agrupan en dos grandes grupos: música extraída de obras fílmicas o musicales preexistentes

y música correspondiente a “librerías musicales” (*music libraries*). Mientras en el primer grupo se agrupan piezas que no fueron concebidas para su uso en radioteatro, en el segundo se trata de piezas breves que han sido expresamente escritas o difundidas para usarse en radioteatro y en medios o géneros afines. Para cada episodio de *El siniestro Dr. Mortis* se escogía un fragmento musical particular para introducirlo, aunque el mismo trozo podía usarse en más de un episodio.

4.2 Música procedente de obras fílmicas y musicales preexistentes

Las piezas musicales identificadas como fuentes de procedencia provienen principalmente de música académica de concierto (Berlioz, Dukas, Musorgski, Sibelius, Strauss, Stravinski, Wagner) y de música de cine (Goldsmith, Komeda, Queen, Rodgers y Hammerstein II, Williams), con predominio de uso incidental, como se aprecia en la **Tabla 1**.

Según las funciones enumeradas por Crisell (1994) y Hand y Traynor (2011), la mayoría de los trozos se usa como talante o ambientación, es decir, como música no-diegética. Piezas de uso diegético, como el vals *Cuentos de los bosques de Viena* de Strauss en *Alguien gime en el castillo*, o el canto tradicional *Venid y vamos todos* en *La mujer de la niebla*, cumplen una función de índice, en tanto corresponden a música que se escucharía en una situación real similar. En estos ejemplos se ilustra el contexto de una fiesta de matrimonio o de una procesión.

El mismo fragmento de *La habitación del moro de Petrushka*, de Stravinski, aparece en 15 episodios, el más usado dentro del corpus. Asimismo, trozos de *El pájaro de fuego*, del mismo compositor, son usados en otros (o los mismos) episodios. Esto reafirma la observación de Donnelly respecto de las obras de Stravinski como modelo de la música de terror en cine (o en radioteatro). De la misma manera, fragmentos de *El aprendiz de brujo* de Dukas, otra pieza modelo en este ámbito, son aprovechados en tres episodios.

Una noche en el monte Calvo de Musorgski (otra obra referente para el género) se usa no solo como rúbrica de entrada de cada episodio, sino como *leitmotiv* que identifica al Dr. Mortis cuando no solo es narrador, sino personaje del relato (con

Tabla 1: Piezas musicales identificadas en episodios de *El siniestro Dr. Mortis*.

Piezas	Episodio(s)	Uso
Asuar: <i>El computador virtuoso</i> (1973)	<i>Melodía de horror</i>	Incidental
Berlioz: <i>Sinfonía fantástica</i> (1830)-5º movimiento	<i>El testimonio de Monseñor Krauss</i>	Incidental
Dukas: <i>El aprendiz de brujo</i> (1897)	<i>Cóctel macabro; El último invitado; La agradable tertulia del Dr. Morgue</i>	Incidental
Goldsmith: <i>Papillon</i> (1973) <i>Antonio's Death; Farewell</i>	<i>El hombre de nieve</i>	Incidental
Improvisación en flauta	<i>Concierto para flauta y muerte</i>	Incidental
Komeda: <i>Rosemary's Baby</i> (1968)- <i>The coven</i>	<i>El incubo</i>	Incidental
Musorgski: <i>Una noche en el monte Calvo</i> (1867)	<i>Cóctel macabro; El museo; El reloj; El último invitado; La agradable tertulia del Dr. Morgue; La verdad en el sepulcro; Viaje al horror</i>	Incidental
Pink Floyd: <i>Meddle</i> (1971)- <i>Echoes</i>	<i>El umbral del infierno</i>	Incidental
Pink Floyd: <i>The Dark Side of the Moon</i> (1973)- <i>On the run</i>	<i>Viaje al horror</i>	Incidental
Pink Floyd: <i>Ummagumma</i> (1969)- <i>Sisyphus</i>	<i>Bajo el signo de Vampa; El museo; El testimonio de Monseñor Krauss; El último invitado; La verdad en el sepulcro; Leucemia</i>	Incidental
Queen (1980): <i>Flash Gordon</i>	<i>El difunto que protesta; El fugitivo de las galaxias; El reloj; Onda cerebral</i>	Incidental
Rodgers y Hammerstein II: <i>Flower Drum Song</i> (1958)- <i>I enjoy being a girl</i>	<i>Ling Fu</i>	Diegético
Sibelius: <i>Sinfonía N°2</i> (1902)	<i>La verdad en el sepulcro; Una mujer en el camino</i>	Incidental
Strauss, J: <i>Cuentos de los bosques de Viena</i> (1868)	<i>Alguien gime en el castillo</i>	Diegético
Stravinski: <i>El pájaro de fuego</i> (1910)- <i>Introducción; Preludio; Danza de Katschei; Canción de cuna</i>	<i>Cóctel macabro; Concierto para flauta y muerte; El difunto que protesta; El museo; El que debía llegar; El último invitado; La agradable tertulia del Dr. Morgue; La maldición de los Valedi; La mortaja; Secuestrada</i>	Incidental
Stravinski: <i>Petrushka</i> (1911)- <i>La habitación del moro</i>	<i>Alguien gime en el castillo; Bajo el signo de Vampa; Cámara de seguridad; El que debía llegar; El testamento del sr. Torres; El testimonio de Monseñor Krauss; El último invitado; La agradable tertulia del Dr. Morgue; La maldición de los Valedi; La muerte destroza los rostros; La urna de plomo; Leucemia; Secuestrada; Viaje al horror</i>	Incidental
Tradicional: <i>Venid y vamos todos</i>	<i>El difunto que protesta; La mujer de la niebla</i>	Diegético
Wagner: <i>El holandés errante</i> (1843)- <i>Obertura</i>	<i>El último invitado; La urna de plomo; Una mujer en el camino</i>	Incidental
Williams: <i>Encuentros cercanos del tercer tipo</i> (1977)	<i>Aquelarre; Demasiado barato; El día del caracol; El fugitivo de las galaxias</i>	Incidental

Fuente: Elaboración propia.

participación directa o indirecta en cinco episodios). En *Cóctel macabro*, otro fragmento de esta pieza, refuerza el clima de tensión emocional.

Resulta interesante la incorporación de música de Pink Floyd en ocho episodios, especialmente la primera y la cuarta parte de la pieza *Sisyphus* en seis capítulos, lo que la constituye en la cuarta obra más usada en este corpus, después de las piezas de Musorgski y de Stravinski. El uso de música del filme *Rosemary's Baby* tiene directa relación con el argumento de *El incubo*, el que está basado claramente en aquel filme: una mujer que es elegida (contra su voluntad y conocimiento) para

ser la madre de un ser diabólico. Este episodio tiene varias partes, no sabemos exactamente cuántas, ya que se ha conservado sólo una de ellas. Sin embargo, tiene una versión en historieta, publicada en dos partes en la revista *El Siniestro Doctor Mortis* 63 y 64 (1970), lo que nos permite apreciar la relación directa que tiene con el argumento del filme mencionado.

El uso de un fragmento del disco *El computador virtuoso* en *Melodía de horror* reviste doble interés. En primer lugar, porque se trata de la única pieza identificada escrita por un compositor chileno (José Vicente Asuar). Y, segundo, porque no

se trata de una “obra” propiamente tal, sino de una demostración de las posibilidades de creación musical con el computador, específicamente la generación de vibrato. Aquí Sánchez lo vincula diegéticamente con el “melodiófago”, un instrumento musical ficticio.

El *Concierto para flauta y muerte* está protagonizado por un vampiro flautista. En consecuencia, tanto al comienzo como en otros momentos, se escucha una flauta sola. Según Sánchez, se trata de la improvisación realizada por un flautista cuyo nombre no recuerda, al que Marino llevó al estudio de la radio exclusivamente con este propósito. En otras palabras, se trata de un fragmento creado de forma exclusiva para este episodio. Sánchez comentó que este relato tuvo tres versiones en diferentes épocas, con distintos instrumentistas: flautista (la única que se ha conservado), violinista y trompetista.

La fecha de estreno de filmes o de publicación de discos, de donde provienen varias piezas, permite corroborar que la mayoría de los episodios que se han conservado del radioteatro corresponden a registros de los años 70. Probablemente los últimos episodios grabados fueron aquellos cuatro que incorporan música del filme *Flash Gordon* (1980) de Queen. En uno de estos episodios, *El difunto que protesta*, se alude al atentado contra Juan Pablo II ocurrido en mayo de 1981. Marino se marchó de Chile en 1977 para establecerse en Trelew (Argentina). Sin embargo, con ocasión de una visita suya a comienzos de los 80, se grabaron algunos episodios adicionales del radioteatro, según recuerda Sánchez. Seguramente fueron estos cuatro y se registraron en 1981 o 1982.

4.3 Música procedente de librerías musicales

Las “librerías musicales” (*music libraries*) son parte de la llamada *production music*, la que incluye también a la música liberada de derechos (*royalty-free music*). Se trata de catálogos de piezas musicales grabadas y concebidas para una licencia rápida (la diferencia de la música liberada de derechos) con el fin de usarlas en diferentes producciones, principalmente series de radio o de televisión. Su origen se remonta a las primeras décadas del siglo XX y se vincula con los comienzos del cine.

Nunca existió realmente un “cine mudo”, sino músicos que interpretaban piezas o trozos de acuerdo con el carácter y trama del filme proyectado en la sala (he aquí el origen de las “partituras-pastiche” que menciona Donnelly).

A partir de estereotipos musicales derivados de la época romántica, e incluso anteriores, se confeccionaron álbumes con partituras de diversa procedencia y categorizadas según los requerimientos y peripecias de la narración, es decir, situaciones de romance, de combate, de misterio, de persecución, de éxtasis religioso, de terror y otras. Con el advenimiento de la radio y la televisión, esos álbumes dieron paso a catálogos de piezas grabadas, con el mismo fin y con base en los mismos estereotipos.

En el caso del radioteatro *El siniestro Dr. Mortis*, Carlos Sánchez tuvo a su disposición el catálogo de Major Records, propiedad de Valentino Production Music Library (Valentino Inc., desde 1982), una compañía fundada por el ítalo-estadounidense Thomas J. Valentino, en 1932, y que proveyó de música y sonidos a espectáculos de teatro, de radio, de televisión y de cine¹⁹. Gracias a la ubicación de varias piezas de esta librería musical en internet²⁰, se ha identificado el uso de 19 de ellas en episodios de este radioteatro. En la **tabla 2** se comparte la información encontrada²¹.

Las piezas más usadas son *Unknown Danger* (12 veces), *Dread Realization* (11), *Sliding Bridge* (9), *Upheaval* (9), *Threat* (7), *Approaching Fear* (6) y *Tension* (6). Cuatro de ellas fueron escritas por el francés Roger Roger (1911-1995), destacado por su producción en el campo de la “música orquestal ligera” como compositor y director. *Dread Realization* y *Tension* fueron escritas por Sam Trust (n. 1933), fundador de Association Production Music, LLC (APM Music), compañía del mismo rubro de Valentino Inc.

La pieza *Upheaval* del compositor estadounidense “Rico Calle” (Ralph Carmichael, 1927-2021), aunque es parte del catálogo de Valentino Inc., procede originalmente de la banda sonora musical del filme *The Blob* (1958). No solo fue usado como parte de la música no-diegética de varios episodios, sino también como cuña de aviso de venta de otros productos vinculados con el personaje del Dr. Mortis en las pausas comerciales²².

Tabla 2: Piezas de Valentino Inc., usadas en episodios de *El siniestro Dr. Mortis*.

Piezas	Episodio(s)	Uso
Calle: <i>Upheaval</i> (1958)	<i>Aquelarre; Cóctel macabro; El íncubo; El que debía llegar; El testamento del sr. Torres; El testimonio de Monseñor Krauss; El umbral del infierno; Melodía de horror; Viaje al horror</i>	Incidental
Roger: <i>Aggression</i> (ca.1957)	<i>Demasiado barato</i>	Incidental
Roger: <i>Approaching Fear</i> (1956)	<i>Alguien gime en el castillo; Bajo el signo de Vampa; Concierto para flauta y muerte; La garra; La mortaja; Los dientes de la bestia</i>	Incidental
Roger: <i>Atomic Monster</i> (ca.1957)	<i>El escultor del diablo</i>	Incidental
Roger: <i>Dreaming Awake</i> (ca.1957)	<i>La guardiana</i>	Incidental
Roger: <i>Dreamy Lane</i> (ca.1957)	<i>Concierto para flauta y muerte; El hombre de nieve; La maldición de los Valedi</i>	Incidental
Roger: <i>Escape in the Night</i> (ca.1957)	<i>Demasiado barato</i>	Incidental
Roger: <i>Meteor's Trip</i> (ca.1957)	<i>La guardiana</i>	Incidental
Roger: <i>New Threat</i> (ca.1957)	<i>Demasiado barato</i>	Incidental
Roger: <i>No Man's Lane</i> (1956)	<i>Alguien gime en el castillo; El umbral del infierno; La garra; La guardiana; Los dientes de la bestia</i>	Incidental
Roger: <i>Sliding Bridge</i> (ca.1957)	<i>Alguien gime en el castillo; Bajo el signo de Vampa; El difunto que protesta; El hombre de nieve; El umbral del infierno; La garra; La guardiana; La maldición de los Valedi; La mortaja</i>	Incidental
Roger: <i>Spell of the Unknown</i> (ca.1957)	<i>La guardiana</i>	Incidental
Roger: <i>Threat</i> (1956)	<i>Alguien gime en el castillo; Bajo el signo de Vampa; Concierto para flauta y muerte; El difunto que protesta; La maldición de los Valedi; La mortaja; Los dientes de la bestia</i>	Incidental
Roger: <i>Unknown Danger</i> (ca.1957)	<i>Alguien gime en el castillo; Bajo el signo de Vampa; El difunto que protesta; El íncubo; El que debía llegar; La maldición de los Valedi; La mortaja; La muerte destroza los rostros; La mujer de la niebla</i>	Incidental
Trust: <i>Dread Realization</i> (ca.1960)	<i>Alguien gime en el castillo; Bajo el signo de Vampa; Concierto para flauta y muerte; El difunto que protesta; El íncubo; La agonía; La garra; La maldición de Valedi; La mortaja; Los dientes de la bestia; Sorpresa</i>	Incidental
Trust: <i>Eccentricity</i> (ca.1960)	<i>El difunto que protesta; Sorpresa</i>	Incidental
Trust: <i>Escape</i> (ca.1960)	<i>El íncubo; La maldición de los Valedi; La mortaja; Sorpresa</i>	Incidental
Trust: <i>Mystic Interlude</i> (ca.1960)	<i>Bajo el signo de Vampa; El difunto que protesta; El íncubo</i>	Incidental
Trust: <i>Tension</i> (ca.1960)	<i>Alguien gime en el castillo; Concierto para flauta y muerte; El difunto que protesta; La agonía; La maldición de los Valedi; La mortaja</i>	Incidental

Fuente: Elaboración propia.

Hay tres piezas (*Aggression*, *Escape in the Night* y *New Threat*) ubicadas en un solo episodio: *Demasiado barato*. En el caso de *Dreaming Awake* y *Meteor's Trip* aparecen también en un solo capítulo, *La guardiana*, donde la segunda pieza es utilizada como presentación del episodio. Según se aprecia en varios casos y de acuerdo con Sánchez, en varias ocasiones se utilizó solamente un fragmento de cada pieza (rasgo compartido con las obras del grupo anterior), y muchas veces manipulado mediante distintas técnicas: aumento o disminución de velocidad, reiteración, combinación o superposición con trozos adicionales y otros recursos.

El estilo musical de estas piezas se ajusta globalmente a las características que identifica Donnelly para el género "música de horror": violines en trémolo, disonancias no resueltas, uso de órgano y otras similares. Todas cumplen la función de ambientación no-diegética. Los títulos de cada una, sin duda, facilitaron la labor de Sánchez para elegir trozos adecuados. Varias de ellas fueron grabadas originalmente en discos 78 rpm, después recopiadas en elepés y, en los últimos años, en cedés. En estos cedés, estas piezas se presentan en una de dos categorías: *Sci-Fi* y *Mystery/Suspense*. Esto conduce a considerar que la frontera entre ambos géneros musicales resulta muy permeable.

5. Conclusiones

Este es el primer estudio donde se ha abordado la musicalización en el radioteatro *El Siniestro Dr. Mortis* de Juan Marino. Para ello, fue necesario caracterizar el género de "música de terror", como, asimismo, esclarecer ese proceso de musicalización, en las décadas de 1960 a 1980, para lo cual resultó fundamental la entrevista a Carlos Sánchez, radiocontrolador y postproductor, quien estuvo a cargo de la edición de cada episodio del radioteatro en esta etapa, con una modalidad de trabajo específica y particular. Para identificar las piezas musicales que Sánchez usó en diferentes episodios disponibles y accesibles, que se han conservado del radioteatro, fue imprescindible aislar los segmentos musicales en cada capítulo. Sobre la base de información bibliográfica y de comentarios hechos en los enlaces de los radioteatros disponibles en internet, se hizo una escucha de música académica de concierto, de bandas sonoras musicales de filmes y de "librerías musicales". Se llegó así a identificar 38 piezas como fuentes de procedencia de trozos musicales.

Resulta muy interesante la modalidad de trabajo entre Marino y Sánchez para la musicalización del radioteatro. Por ahora no hay antecedentes acerca de si Marino tendría esta misma manera de trabajar antes de conocer a Sánchez, o si existen casos similares en otros radioteatros chilenos o latinoamericanos.

Las 38 piezas musicales que se usaron para musicalizar estos 51 episodios de *El siniestro Dr. Mortis* responden, en su mayoría, a aquellas características generales de la "música de horror", según la definición consensuada en la literatura revisada. Ahora bien, es importante aclarar que no todos los episodios disponibles corresponden exactamente a relatos de terror. Hay casos, como *Onda cerebral*, que más bien se inscriben en ciencia ficción, o *El difunto que protesta*, que resulta ser una comedia negra.

Entre los episodios donde no fue posible identificar la procedencia de sus trozos musicales, hay varios que tampoco caben en la categoría de relatos de terror y la música que ocupan es, consecuentemente, diferente. Es el caso de *Diamantes en la fuente*, que también tiene carácter cómico.

Una primera hipótesis se funda en que, de seguro, buena parte de la audiencia del radioteatro de *El Siniestro Dr. Mortis* jamás ha sabido que, según el episodio correspondiente, ha escuchado fragmentos musicales de Stravinski, Dukas o Sibelius, o trozos procedentes de librerías musicales. En su vivencia, lo que ha percibido es música que se asocia al mundo en que estos viven (música diegética o música-índice) o música que separa secciones, caracteriza personajes, o, sobre todo, subraya el clima emocional, predominantemente de suspenso, tensión o terror (música incidental). En este sentido, mientras las piezas de librerías musicales han sido, en su mayoría, concebidas con este propósito, no es el mismo caso de los trozos procedentes de filmes o de obras de concierto que, por medio del proceso de edición realizada por Sánchez, resultan re-significadas en el radioteatro. Así, por ejemplo, la música sinfónica que Sibelius escribió para una sala de concierto se vincula con la trágica historia de una chica que muere en un accidente (*Una mujer en el camino*) o que es infiel a su novio (*La verdad en el sepulcro*). O aquella que escribió Goldsmith para el filme *Papillon*, ambientado en una cárcel tropical, se asocia con los traumas en la vida de una mujer en un contexto invernal (*El hombre de nieve*). O el trozo que Asuar compuso solo para ilustrar las posibilidades de un instrumento electrónico, pasa a ser la "voz" de un instrumento siniestro de origen sobrenatural (*Melodía de horror*).

Otra interpretación posible es que, como se ha mencionado anteriormente, desde la década de 1960 el Dr. Mortis pasó a ser un personaje plurimedial, al expandirse desde el radioteatro hacia otros medios visuales (historieta, teatro, televisión). Es decir, tanto el personaje principal como sus relatos ya no solo se "escuchaban", sino que ahora podían "verse". O, en otro sentido, la visualización libre que cada auditor/a podía imaginar al escuchar el radioteatro, ahora podía ser orientada según la imaginación de dibujantes específicos (historieta) o elencos actorales (teatro o televisión). Este hecho, reforzado con algunos relatos que existen tanto en versión de radioteatro como de historieta, implica que, desde la década de 1960, para algunas personas el radioteatro del Dr. Mortis dejó de "verse solo con los oídos" (Díaz, 2002, p.17) o de percibirse en términos de "sustancia puramente auditiva" (Ciccoti, 2014, p.149). Y, a la inversa, ¿habrá personas que, al leer la ver-

sión en historieta de *Melodía de horror*²³, habiendo conocido previamente la versión en radioteatro, “escucharon” (o escuchan) aquel trozo de Asuar que Sánchez vinculó con el melodiófago?

El universo de episodios disponibles de *El Siniestro Dr. Mortis* representa un porcentaje mínimo (1,7%) de los tres mil (cifra estimada) episodios emitidos o grabados en el período 1960-80. Aún queda la esperanza de que aparezcan episodios adicionales que personas particulares pudieran conservar (Correa, 2022), lo que permitiría ampliar este corpus, pero es muy poco probable que se puedan localizar registros anteriores a la década de 1970. Asimismo, la baja calidad del registro de algunos episodios impide identificar adecuadamente las piezas musicales utilizadas.

Debido a que es un estudio exploratorio, no se ha podido realizar el análisis pormenorizado de la musicalización de algún episodio específico en términos de ubicación temporal y su vínculo con la trama narrativa, por lo que queda el desafío de acotar el objeto de estudio para estos efectos. O, también, ofrecer una comparación respecto de lo que ocurre con una misma pieza musical usada en diferentes episodios en esos términos. Al respecto, tanto esas tareas como el análisis de la clasificación de música de obras o filmes y librerías musicales constituyen esbozos de posibles líneas de estudio que permitan realizar interpretaciones más elaboradas. A esto debemos agregar análisis que distingan los episodios que corresponden propiamente al género de terror, de aquellos que caben más bien en las categorías de ciencia ficción o comedia, y el papel que cumple la música en ellos.

Por último, estudios comparativos a nivel chileno o latinoamericano podrían arrojar luz en temas tales como la modalidad del trabajo de edición de los radioteatros, o la aplicación de este estudio a otros personajes ficticios similares, en Chile o en Latinoamérica, como podría ser el caso de *El Monje Loco* de México. De esta forma se podría enriquecer la investigación en este amplio y rico campo de vínculos entre música, radioteatro y otros medios.

Notas

1. Se usa el término “radioteatro” para referirse tanto al género como a cada serie radiofónica con su título, como el caso del radioteatro *El Siniestro Dr. Mortis*. Y se usa de manera indistinta los términos “episodio” o simplemente “capítulo” para referirse a cada capítulo o relato dramatizado, los que tienen su título particular.
2. Se opta por el término “plurimedial” y no “multimedial”, al tomar en cuenta que el personaje del Dr. Mortis es protagonista de relatos en distintos medios (principalmente radioteatro e historieta), pero que no son digitales ni están abiertos a la interacción con el público lector o auditor, características que suelen definir lo que hoy se conoce como “multimedialidad”.
3. Ejemplos: “diego malebran” en 2017 sobre *Ling Fu* (<https://bit.ly/3RCTSfg>); “Rocko Van Roman” en 2020 sobre *Demasiado barato* (<https://bit.ly/3xpKTXp>); “C. Adasme G.” en 2020 sobre *El que debía llegar* (<https://bit.ly/3RKwPiy>).
4. *Some viewers claim that they are more disturbed by the “music” of horror movies than the images, and that they cover not their eyes but their ears in the “scary parts.” Sound in cinema in general has been undertheorized, and horror sound scarcely theorized at all.*
5. “Las músicas del Dr. Mortis: radioteatros, historietas y cumbias”, proyecto folio 592922. Fondo de la Música, Línea de Investigación y Registro de la Música Nacional, convocatoria 2021. Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Chile.
6. Esta entrevista se realizó por vía telemática el 11 de febrero de 2022 y se complementó con algunas consultas vía WhatsApp en los días posteriores. Después de tantos años, Sánchez no recuerda exactamente el título o procedencia de cada pieza musical que ocupó en los diferentes episodios.
7. Debido a la desaparición de la mayor parte de los registros anteriores a 1970 (ver nota 5) y la incertidumbre respecto del destino de muchos registros posteriores, es imposible tener una cifra exacta de todos los episodios que se grabaron y transmitieron de este radioteatro. La estimación de 3.000 para el período 1960-1980 procede de un promedio supuesto de 150 capítulos grabados al año, durante 20 años.

8. Según Mauricio Marino Martinic, hijo de Juan Marino, en una entrevista transmitida por radio Bío-Bío el 14 de septiembre de 2020, a comienzos de la década de 1970 su padre vendió gran parte de las cintas magnetofónicas donde conservaba el registro de la mayor parte del radioteatro.
9. Esta página fue creada en junio de 2021 específicamente para fines del proyecto de investigación mencionado en nota 5.
10. Aquí uso los términos “terror” y “horror” indistintamente.
11. El término alemán *leit-motiv* fue acuñado para analizar los dramas musicales de Richard Wagner, donde diferentes personas, situaciones, objetos o conceptos se vinculan con materiales temáticos mínimos (motivos) que se transforman y entretienen a lo largo de la obra.
12. Los gobiernos radicales corresponden a aquellos encabezados por los presidentes Pedro Aguirre Cerda (1938-1941), Juan Antonio Ríos Morales (1942-1946) y Gabriel González Videla (1946-1952), miembros del Partido Radical.
13. <https://bit.ly/3RKSdnR>; <https://bit.ly/3cQHmKm>
14. Aunque en las fuentes mencionadas Marino se refiere a transmisiones de la BBC de Londres, es probable que se tratara de *Creeps by Night*, programa radiofónico de horror que se transmitió en 1944, por Blue Network, en EE. UU. (quizás retransmitido por la BBC). Karloff era su principal anfitrión y, si bien apareció como invitado en otros programas similares en aquellos años, no volvió a ejercer el papel de anfitrión sino hasta 1949 con *Starring Boris Karloff*. En realidad, no había total ausencia de música en ese programa, pero tenía una presencia menor de lo que se puede apreciar en el radioteatro del Dr. Mortis.
15. No se pudo corroborar si efectivamente esta pieza fue la característica del radioteatro desde 1945.
16. Queda pendiente establecer el “itinerario” completo de traslados de Marino y de su radioteatro entre 1945 y 1980.
17. A los 19 años fue a visitar a un amigo que trabajaba haciendo grabaciones en esa emisora y justo en ese tiempo el radiocontrolador fue despedido. Sánchez tenía algunos conocimientos musicales elementales por su formación en el colegio, lo invitaron a asumir el puesto y forjó su oficio con el tiempo.
18. Aquí se entiende “musicalización” como composición, arreglo o ajuste de piezas musicales preexistentes para insertarlas en el relato, mientras “diseño sonoro” remite a la realización de la banda sonora completa, incluyendo música, sonidos y diálogos.
19. La pista conducente a esta librería musical apareció en un comentario de “C. Adasme G.” en la página de Facebook “Lasmusicasdel.DrMortis”.
20. Principalmente en YouTube y en el sitio del sello BMG (<https://bit.ly/3RE5VZS>)
21. No hay información exacta acerca de fecha de composición de varias piezas.
22. Esto se aprecia claramente en el registro que se conserva de la primera parte del episodio *Melodía de horror*.
23. Revista *El Siniestro Doctor Mortis* 22 (2ª etapa, 1973).

Referencias

- Carroll, N. (2006). *Filosofías del terror o paradojas del corazón*. Antonio Machado.
- Ciccoti, E. (2014). The philology and aesthetics of radio according to Leopold Blaustein. En M. Cavagna & C. Maeder (Eds.). *Philology and Performing Arts: A Challenge* (pp. 147-161). Presses Universitaires de Louvain.
- Cleveland, L. (1968). Trials in the soundscape: the radio plays of Samuel Becket. *Modern Drama*, 11 (3), 267-282. <https://doi.org/10.1353/mdr.1968.0053>
- Correa, M. P. (2022). La época dorada del radioteatro chileno (1940-1970). En R. Rodríguez (Ed.), *100 años de la radio en Chile* (pp. 56-85). LOM.

- Crisell, A. (1994). *Understanding Radio*. Routledge.
- Crook, T. (1999). *Radio Drama: Theory and Practice*. Routledge.
- Díaz, R. (2002). Radioteatros: música para ningún escenario. *Resonancias*, 6 (11), 14-18.
- Donnelly, K. J. (2005). *The Spectre of Sound: Music in Film and Television*. The British Film Institute.
- Godínez, F. (2010). *El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales. Apuntes teórico-prácticos para la producción integral*. Ediciones del Jinete Insomne.
- Hand, R. J. (2012). *Terror on the air! horror radio in America, 1931-1952*. McFarland y Co.
- Hand, R. J. & Traynor, M. (2011). *The Radio Drama Handbook*. Continuum International Publishing Group.
- Huwiler, E. (2005). Storytelling by sound: a theoretical frame for radio drama analysis. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media*, 3 (1), 45-59. <https://doi.org/10.1386/rajo.3.1.45/1>
- Lerner, N. (Ed). (2010). *Music in the Horror Film: Listening to Fear*. Routledge.
- López-Cano, R. (2020). *La música cuenta. Retórica, narratividad, dramaturgia, cuerpo y afectos*. ESMUC.
- Maronna, M. & Sánchez, R. (2001). Prácticas culturales y de consumo. La escucha cotidiana del radioteatro. *Signo y Pensamiento* (39), 90-96.
- Paredes, R. (2013). Trazando los primeros tiempos de la radio en Chile (1922-1944). *Revista Brasileira da História da Mídia (RBHM)*, 2 (1), 177-190. <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.2120133919>
- Rodríguez, R. (2019). Las tres etapas del radioteatro en Chile: de la época dorada al nuevo auge de las series de ficción. *Index.comunicación. Revista científica de comunicación aplicada*, 9 (2), 55-73. <https://doi.org/10.33732/ixc/09/02Lastre>

- Sobre el autor:

Cristián Guerra es Doctor en Filosofía con mención en Estética y Teoría del Arte y Magíster en Artes mención Musicología por la Universidad de Chile. Es académico del Departamento de Música de la Universidad de Chile desde 1993 y ha participado en calidad de investigador principal o de coinvestigador en diversos proyectos, además de presentar ponencias en congresos, seminarios y coloquios nacionales e internacionales. Ha publicado artículos en revistas tanto nacionales como internacionales.

- ¿Cómo citar?

Guerra, C. (2022). La música en la última etapa del radioteatro *El Siniestro Doctor Mortis* (1960-1980). *Comunicación y Medios*, 31(46), 84-95. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66864>

La propaganda sonora del peronismo en Chile. El caso de Radio El Mercurio, 1953

*The sound of Peronist propaganda in Chile.
The case of El Mercurio radio station (1953)*

Pedro Acuña-Rojas

Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación / Universidad de Chile, Santiago, Chile

pedroacuna@uchile.cl

<https://orcid.org/0000-0001-9069-3813>

Resumen

En convergencia entre historia y estudios mediales, este artículo analiza un conjunto de acusaciones y debates parlamentarios a través de la prensa, en torno a la infiltración de propaganda peronista en la Radio El Mercurio durante 1953. El artículo detalla algunas de las principales controversias surgidas a raíz de la propiedad de la emisora y la transmisión de noticias favorables acerca del gobierno de Juan Perón en Argentina (1946-1955) difundidas por la radioemisora chilena, la cual enfrentó un proceso judicial y una acusación del Congreso. Por medio del análisis del contenido de los principales medios escritos de Santiago, el estudio identifica el incidente de Radio El Mercurio como una de las primeras disputas políticas en la radiofonía chilena, la que se transformó en una plataforma activa de debate público respecto a la infiltración del peronismo en la política interna. Como resultado, esta investigación revela la forma en que una controversia radial provocó la intervención de los tres poderes estatales al determinar unánimemente que Radio El Mercurio había buscado desestabilizar la democracia chilena.

Palabras clave: Historia de la radio; propaganda en Chile; Argentina; Perón; peronismo.

Abstract

In convergence between history and media studies, this article analyzes a set of accusations and parliamentary debates through the press around the infiltration of Peronist propaganda on the Radio El Mercurio station during 1953. The article details some of the main controversies that arose as a result of the property of the station and the broadcast of favorable news about the government of Juan Perón in Argentina (1946-1955) spread by the radio station, which faced a judicial process and an accusation from Congress. By analyzing the content of Santiago's main print media, the study identifies the Radio El Mercurio incident as one of the first political disputes in Chilean radio, which became an active platform for public debate regarding the infiltration of Peronism in domestic politics. As a result, the study reveals the way in which a radio controversy provoked the intervention of the three state powers by unanimously determining that Radio El Mercurio had sought to destabilize Chilean democracy.

Keywords: Radio; propaganda; Chile; Argentina; Perón; Peronism.

1. Introducción

Las audiencias de CB 138 Radio El Mercurio escucharon una serie de ataques emitidos contra el Congreso chileno durante los primeros días de mayo de 1953 en las transmisiones del programa radial "Diario del Mediodía", conducido por Enrique Fairlie, que iba tres veces a la semana, por 30 minutos. Según las transcripciones del libreto radial, las ofensas contra el Congreso, influenciadas por el gobierno argentino de Juan Domingo Perón (1946-1955), pueden resumirse en cinco puntos:

1. El Congreso está compuesto de gente ignorante.
2. Los senadores y diputados no merecen otro calificativo mejor que el de haraganes políticos.
3. El Congreso Nacional representa un gasto de más de 180 millones de pesos anuales substraídos a las arcas fiscales sin provecho alguno.
4. La acción del Poder Legislativo es inútil porque basta con el Gobierno para legislar.
5. La acción del Congreso perturba la obra administrativa del Poder Ejecutivo y, por esta razón, debe suprimirse (Maggi, 1957, p. 109).

Las acusaciones contra el cuerpo legislativo emitidas en el programa radial provocaron una serie de ácidos comentarios en la prensa escrita. En un editorial del 7 de agosto de 1953, la revista satírica *Topaze* denunciaba los esfuerzos del gobierno argentino por desprestigiar el parlamento chileno desde una estación radial santiaguina:

Es un secreto a voces que esta planta radiofónica se compró con dinero argentino. [...] Persistentemente se le cantan loas al peronismo, y persistentemente también se ha dado en ofender a nuestra patria en la persona de sus representantes parlamentarios y en lo que un Congreso libremente elegido por el pueblo significa en una democracia ("El mito de la amistad", 1953).

Una semana más tarde, el periódico ligado al Partido Radical, *El Debate*, se refería al insólito pedido de disolución del parlamento realizado en Radio El Mercurio, propiciado, en su opinión, por chilenos influidos desde el otro lado de los Andes.

Desde tiempo atrás Chile soporta una avalancha abrumadora de propaganda impresa. En los últimos tiempos, una radio, un noticiario luminoso y subterráneas penetraciones en algunos órganos de publicidad, al mismo tiempo que cantan loas al peronismo, trabajan incansablemente por provocar el derrumbe institucional. Naturalmente, su blanco favorito son los partidos políticos tradicionales y el Parlamento ("Penetración peronista", 1953).

Sobre la base de estos antecedentes, este artículo propone que el incidente de Radio El Mercurio catalizó la relevancia política de la radio en el proceso histórico de politización de los medios de comunicación. La controversia suscitada a raíz de la intromisión peronista en la propiedad y contenidos de una radioemisora chilena contribuyó en la consolidación del espacio radial como espacio político. De esta manera, el estudio se enfoca en reconstruir las acusaciones de la prensa sobre los directores de la emisora, además de la férrea respuesta de los parlamentarios contra la infiltración peronista en Chile, forzando al poder político a considerar la radio como un asunto de Estado. Además de desencadenar una investigación judicial por ataques en contra del cuerpo legislativo, el incidente despertó una alerta sobre la penetración peronista que volvería a tomar fuerza en 1955, cuando el Congreso chileno organizó una Comisión Especial Investigadora de Actividades Peronistas en Chile, en la cual se confirmarían los profundos enlaces entre las autoridades argentinas y periodistas chilenos comprometidos con la causa peronista.

El caso de Radio El Mercurio se sumaba a una larga lista de imputaciones contra el régimen de Juan Domingo Perón (1946-1955), por la distribución de propaganda peronista durante la visita que el mandatario argentino realizó a su par chileno Carlos Ibáñez del Campo (1952-1958), en febrero de 1953. No obstante, la acción propagandística del gobierno argentino había comenzado años antes con el lanzamiento de la campaña presidencial de Ibáñez en Buenos Aires, en la cual sus partidarios gestionaron la distribución de afiches por agentes consulares argentinos y la "repatriación" de trescientos trabajadores chilenos para ir a votar en las elecciones de 1952 (Machinandarena de Devoto, 2005; Zanatta, 2013). El proselitismo peronista buscaba adhesiones al proyecto de integración regional dirigido por Perón, quien intentaba formali-

zar una alianza entre Buenos Aires, Río de Janeiro y Santiago, por medio de una intensa actividad de difusión a través de audiciones radiales, artículos periodísticos y conferencias públicas en las que se dieran a conocer las virtudes del modelo peronista (Godoy, 2006). Para la mayoría de los observadores chilenos, estos esfuerzos proselitistas reforzaban la tesis de que el incidente de Radio El Mercurio constituía una prueba más de la intromisión peronista en la política interna chilena.

Tanto Perón como Ibáñez compartían objetivos similares para sus respectivos países: reducir la influencia del sistema de partidos; disminuir la dependencia extranjera en favor de la iniciativa estatal, y actuar independientemente de los Estados Unidos (Bray, 1967). La evidente simpatía con que el gobierno argentino miraba al ibañismo contribuyó a otorgarle más electores en Chile, en un contexto en el que Perón fue opositor al presidente Gabriel González Videla (1946-1952), cuyo gobierno estaba integrado por partidos afines a la oposición en Argentina, especialmente radicales y socialistas. Producto de la promulgación de la Ley de Defensa Permanente de la Democracia en 1948 —la cual proscribió al Partido Comunista de Chile—, Perón consideró que Argentina debía tomar ventaja de la represión a los comunistas a través de la difusión de su doctrina peronista entre los trabajadores chilenos, buscando situarse como una “tercera fuerza” de influencia en el polarizado contexto de la Guerra Fría (Fermandois, 2016).

Efectivamente, Perón e Ibáñez buscaron aprobación popular a través del despliegue de propaganda política. Si bien ambos lograron imponer contenidos en la prensa oficialista, estos regímenes se caracterizaron por limitar voces opositoras, subrayando el carácter autoritario del peronismo (Panella, 2001; Da Orden & Melón, 2007; Sirvén, 2011 [1984]; Cane, 2012) e ibañismo (Santa Cruz, 2014; Acuña, 2022). Al igual que la dictadura militar (1943-1946) de la cual emergió Perón, este mantuvo un férreo control sobre las radioemisoras locales, limitando la música extranjera y restringiendo los vocablos en inglés (Claxton, 2007; Ehrick, 2015). Dado el constante monitoreo de medios, algunos opositores exiliados tuvieron que recurrir a transmisiones clandestinas en estaciones ubicadas en territorio uruguayo, al otro lado del Río de la Plata (Fox, 2008 [1995]). En 1947, las autoridades peronistas crearon un monopolio de

la radio controlando las principales estaciones nacionales, ya sea a través de propiedad estatal o a través de intermediarios serviles al gobierno (Karush, 2012). Perón nacionalizó las tres estaciones privadas de mayor alcance nacional: Radio Belgrano, Radio Splendid y Radio El Mundo, obligando a sus dueños a venderlas al gobierno a precios reducidos y concentrando sus tareas en el Servicio Internacional Radiofónico Argentino (SIRA), dependiente de la Subsecretaría de Informaciones. La administración peronista promulgó la Ley del Servicio de Radiodifusión, la cual sancionaba expresiones anti-argentinas y limitaba la publicidad comercial al 5% total de la emisión diaria (Arribá, 2009). Según observadores chilenos de la época, el gobierno peronista controlaba casi la totalidad de lo que se transmitía desde las estaciones argentinas, sin perjuicio de su tuición indirecta sobre algunas emisoras situadas fuera de sus fronteras (Magnet, 1953). No obstante, no existen cifras exactas que permitan precisar el número de emisoras latinoamericanas bajo tutela argentina.

En Chile, Ibáñez del Campo llegó al poder en 1952 con la mayoría de los medios en su contra. La editorial Zig-Zag, cercana al Partido Liberal, se opuso enérgicamente al regreso de Ibáñez al poder recordando la tensa relación con la prensa durante su primera administración (1927-1931), particularmente cuando confiscó el diario *La Nación* colocándolo bajo control de su gobierno. Cuando Ibáñez regresó para un segundo mandato, desconfió aún más de los medios, limitando el número de estaciones de radio que podían operar a nivel nacional. Al explicar su visión de la libertad de prensa en el discurso inaugural del Congreso Mundial de Periodistas celebrado en Santiago en 1952, Ibáñez declaró: “La libertad de prensa suele convertirse en monopolio informativo de gobiernos o de grupos políticos o económicos que subordinan el interés de los pueblos y de la colectividad a sus propios intereses” (Valdebenito, 1958, p. 116). Ibáñez criticaba los monopolios y la concentración de medios, distanciándose, al menos discursivamente, del rígido control vertical de Perón sobre la prensa en Argentina, donde el Estado asumía un rol preponderante en la política de medios. Sin embargo, en la práctica, Ibáñez hizo uso regular de la Ley de Defensa de la Democracia, arrestando a periodistas y clausurando periódicos opositores. Quien experimentó de cerca la censura ibañista fue Luis Hernández Parker, redactor político de

Ercilla y reconocida voz de Radio Minería. El 27 de octubre de 1954, Ibáñez ordenó la detención del periodista debido a un comentario en su programa radial “Tribuna Política”, en el cual se criticaba el Estado de Sitio que Ibáñez quería decretar ante las crecientes movilizaciones en su contra (Hott & Larraín, 2001). Si bien Ibáñez cedió ante las gestiones del Colegio de Periodistas, la detención de Hernández solo provocó mayor enemistad entre Ibáñez y la prensa, y a su vez, aumentó las comparaciones con Perón.

El estilo antipartidista de Ibáñez, reflejado durante su campaña con el símbolo de la escoba para “barrer con la politiquería”, más que cualquier programa reformista, lo hizo aparecer como un líder demagogo, al igual que su declarada admiración por la Argentina peronista. A pesar de su larga trayectoria en la política chilena y su exitosa campaña electoral en 1952, Ibáñez se basó en gran medida en el modelo peronista para su propuesta de gobierno en el contexto institucional chileno. Al igual que Perón, Ibáñez buscó distanciar de su pasado militar y autoritario presentándose como un demócrata y realizador. No obstante, a diferencia de Perón, Ibáñez no era un buen orador y sus discursos radiales eran tediosos y extensos (Würth, 1958).

2. Marco teórico

Si bien la propaganda puede tomar forma hablada, escrita, pictórica, o musical, la persuasión auditiva ha demostrado tener importantes consecuencias políticas, particularmente durante el período entreguerras, cuando regímenes autoritarios en todo el orbe ofrecían demostraciones prácticas de lo que podía lograr el monopolio de la propaganda sonora (Goodman, 2018). La capacidad invisible, efímera y transfronteriza de la radio marcaron el comienzo de un mundo moderno capaz de acercar el espacio político a las audiencias masivas, muchas de las cuales eran analfabetas. No obstante, la propaganda entendida como un conjunto de mensajes diseñados para manipular la opinión pública contiene una connotación negativa que limita cualquier tipo de capacidad crítica entre los actores del proceso comunicacional. La propaganda, más bien, es un fenómeno histórico y un

espacio polisémico en permanente disputa cultural. La propaganda puede definirse como información difundida públicamente que sirve para influir en las acciones y creencias de otros (Auerbach & Castronovo, 2013).

Ahora bien, cuando se piensa en “propaganda peronista”, calificada hasta hace algún tiempo con la etiqueta de “fascista” y que se le aplicó al peronismo por parte de los sectores opositores y algunos investigadores que analizaron la relación entre Perón y los medios, se tiende a enfatizar la construcción de figuras icónicas como las de Juan Domingo Perón y Eva Duarte (Evita), y a equiparar el peronismo con los regímenes totalitarios europeos. Indudablemente, la radio fue una herramienta fundamental para la exaltación de estas personalidades, pero más importante aún fue un medio que transmitió sensibilidades, conceptos y sonidos que desdibujaron la frontera entre lo público y lo privado, al ingresar la política al interior de los hogares. En esa línea, varios investigadores han explorado la “peronización de la vida cotidiana” en múltiples espacios como la educación, la música, la prensa y el cine, es decir, en escenarios donde el peronismo fue producido, impugnado, reformulado y censurado (Plotkin, 2002; Gené, 2005; Kriger, 2009).

Otro grupo de historiadores ha prestado atención a los vínculos entre radio y política en Argentina, perceptibles, precisamente, en la tendencia del peronismo en recurrir al lenguaje melodramático del tango, fútbol y radioteatro para articular parte de su discurso político. El uso frecuente de metáforas deportivas y canciones populares por parte de Perón expresaba afinidad con la cultura popular de Argentina. Esto no significa que Perón utilizara los medios de comunicación para manipular a las masas o que la radio fuera simplemente una herramienta de propaganda al servicio del Estado (Mattallana, 2006; Lindenboim, 2021). Mathew Karush, por ejemplo, argumenta que las producciones de radio de las décadas de 1920 y 1930 reforzaron el antagonismo entre “oligarquía” y “pueblo” que Perón aprovechó de explotar discursivamente en las décadas de 1940 y 1950. En ese sentido, el estudio de Karush se separa de la premisa tradicional que concibe la radio como medio unificador de la nación, ya que, más bien, tendió a concebir un país polarizado. Así, el enfoque de Karush (2012) sugiere que el peronismo no solo fue un subproducto de movimientos políticos y factores socioeconómicos,

sino que también el resultado de manifestaciones particulares de la cultura de masas.

En Chile, la historiografía sobre radio enfatiza dinámicas estructurales de evolución tecnológica, asuntos de propiedad y dependencia internacional (Pastene, 2007; Rivera, 2008; Paredes, 2012; Salgado, 2020). La mayoría de los trabajos se centran en la fricción entre el poder político y los medios, que alcanzó su punto máximo desde fines de la década de 1960 hasta el golpe de Estado de 1973 contra Salvador Allende, antes de que las estaciones radiales fueran intervenidas por los militares. De acuerdo con el estudio de Ericka Verba, la polarización de Chile en los programas musicales surgió en la década de 1950, precisamente en un momento de masificación de la radio antes de la introducción gradual de la televisión. Verba (2007) se concentra en la figura de la folclorista Violeta Parra, símbolo de autenticidad popular levantada por parte de la izquierda en el polarizado campo de la cultura popular chilena, especialmente porque sus canciones ofrecían un tipo alternativo de nacionalismo al patriotismo conservador de la derecha. Verba utiliza el ejemplo de Parra para discutir las fuerzas contra-hegemónicas frente al creciente dominio de las ondas radiales por parte de música proveniente de Argentina, México y Estados Unidos. La atención de Verba hacia la música folclórica ofrece una importante muestra para pensar críticamente sobre la radio como un espacio sonoro en permanente disputa ideológica.

Sorprendentemente, se ha escrito poco sobre el rol de la radio en la forja de culturas políticas transnacionales. En general, la historiografía toma el Estado-nación como unidad de análisis privilegiando la palabra escrita bajo los contornos nacionales, sin considerar los vínculos entre sociedades que comparten procesos políticos, costumbres culturales y fronteras geográficas. Si bien la radio consolidó la identidad nacional, también promovió lazos transnacionales entre radios de países vecinos. Aunque las trayectorias de la radio argentina y chilena tomaron caminos distintos en cuanto a políticas regulatorias y naturaleza comercial, las transmisiones fomentaron la creación de un espacio sonoro compartido, que se producía simultáneamente en ambos países. Según un índice sobre los hábitos de audición radiofónica de Santiago, elaborado en 1939, un receptor promedio de cinco tubos con bandas de onda larga y corta ofrece muy

bien las estaciones locales de onda larga, la onda corta de Argentina y otras estaciones extranjeras (Paredes, 2010, p. 318). Como argumenta Dolores Casillas (2017) para el caso de *borderland radio* entre Estados Unidos y México, “las prácticas orales ayudan a hacer circular historias, archivar experiencias y fortalecer lazos emocionales de los oyentes con lealtades a más de una cultura, idioma o nación” (p. 181). Si las potentes frecuencias de las emisoras argentinas traspasaban la frontera andina —concentrando su mayor atención los domingos cuando varios receptores lograban capturar las ondas que transmitían partidos de fútbol—, la radio creó nuevas formas de imaginar la cotidianidad de países vecinos, sus culturas populares, sus voces y acentos, borrando diferencias culturales entre argentinos y chilenos.

3. Marco metodológico

Analizar la propaganda sonora del peronismo en Chile implica abordar dos desafíos metodológicos. En primer lugar, considerando la escasez de registros sonoros, los medios impresos son una ventana crucial para historizar la radio. Desde la década de 1920, periódicos y revistas se llenaron de cartillas de programación y secciones sobre cómo reparar equipos receptores. Si bien la radio permitió nuevas formas de imaginar la política, no necesariamente desplazó la lectura de noticias a través de la prensa. Ambos medios interactuaron constantemente permitiendo a las audiencias combinar información escrita y oral. Por ende, la historia de la radio está profundamente ligada a la historia de la prensa y no deben entenderse como aisladas entre sí.

Para el caso particular de Radio El Mercurio, resulta necesario estudiar la formación de opinión pública a partir de estrategias periodísticas, es decir, un conjunto de objetivos y definiciones ideológico-culturales, comunicacionales y empresariales que, combinadas entre sí, le dan un perfil propio al medio (Santa Cruz, 2014). El análisis de contenido de los medios escritos de Santiago frente al peronismo puede iluminar algunos aspectos sobre el incidente de Radio El Mercurio y, a modo más amplio, otorgar algunas pistas sobre el rol jugado por los medios de comunicación en la

representación de modelos políticos extranjeros. Entre los espacios informativos más susceptibles de análisis se considera la lectura de noticias alusivas al proselitismo peronista, con especial foco en editoriales, columnas de opinión, noticias breves, crónicas, entrevistas y reportajes. Al interior de estos espacios informativos fue posible identificar debates parlamentarios reproducidos en la prensa escrita, así como también transcripciones de prensa argentina que aludían al incidente radial en Chile. Es importante consignar que los artículos de prensa recopilados que aluden al incidente, en su mayoría, no están firmados, dejando la autoría anónima o a nombre de la publicación. En un contexto de acusaciones sobre espionaje internacional entre periodistas, parlamentarios y agentes diplo-

máticos, el resguardo de la identidad constituyó una característica notoria en los debates periodísticos sobre el espacio sonoro.

El segundo desafío radica en concentrar la revisión de medios escritos a un lapso cronológico reducido en función del período en el cual la prensa debatió las denuncias de propaganda peronista en Radio El Mercurio. Con una muestra total de 8 publicaciones, 964 números revisados y un total de 23 menciones periodísticas entre mayo y diciembre de 1953, los espacios informativos alusivos al incidente de Radio El Mercurio corresponden a: editoriales y columnas de opinión (30,4%); noticias breves y crónicas (39,1%); entrevistas (8,6%); y reportajes (21,7%) **(Tabla 1)**.

Tabla 1: Principales diarios y revistas chilenas por título, formato, años de circulación, lapso temporal revisado, ciudad de impresión y posicionamiento frente al peronismo.

Título	Formato y línea editorial	Circulación (lapso revisado)	Números revisados	Ciudad	Posicionamiento frente a Perón
<i>El Debate</i>	Periódico (radical)	1950-1959 (Nº751: 2-5-1953– Nº950: 31-12-1953)	199	Santiago	Detractor
<i>El Diario Ilustrado</i>	Periódico (conservador)	1902-1970 (Nº122: 2-5-1953– Nº330: 26-11-1953)	208	Santiago	Detractor
<i>El Mercurio</i>	Periódico (liberal, conservador)	1900 (Nº18996:1-5-1953– Nº19209: 30-11-1953)	213	Santiago	Detractor
<i>La Nación</i>	Periódico (oficialista)	1917-2010 (Nº12931: 1-5-1953– Nº13175: 31-12-1953)	244	Santiago	Detractor hasta 1952; Adherente hasta 1955
<i>Topaze</i>	Revista (liberal-sátira política)	1931-1970 (Nº1072: 1-5-1953– Nº1106: 25-12-1953)	34	Santiago	Detractor
<i>Ercilla</i>	Revista (liberal-actualidad política)	1933-2015 (Nº946: 5-5-1953– Nº973: 29-12-1953)	27	Santiago	Detractor
<i>Vea</i>	Revista (liberal-actualidad política)	1939-2015 (Nº734: 6-5-1953– Nº763: 25-11-1953)	29	Santiago	Detractor
<i>Que hay?</i>	Revista (ibañista-actualidad política)	1951-1957 (Nº77: 13-5- 1953– Nº87: 15-12-1953)	10	Santiago	Adherente hasta 1955

Fuente: Elaboración propia.

4. Análisis

4.1 Influencia argentina en radiodifusión chilena

Radio *El Mercurio* emerge en 1925 en la azotea del diario homónimo y producto de una serie de experimentaciones entre radioescuchas aficionados y empresarios de la prensa. Luego de varios intentos, el diario *El Mercurio* facilitó sus instalaciones y equipos para las primeras transmisiones deportivas y conciertos de piano entre los escasos receptores que existían en Chile. A diferencia de la rápida difusión de la radio en Buenos Aires, Santiago tenía sólo 200 receptores de radio en 1923, todos importados directamente de Estados Unidos (Lasagni *et al.*, 1985). Pese a que estos productos podían utilizarse en hogares de clase media o alta que contaban con electricidad, en menos de diez años, la cifra aumentó significativamente a cerca de 40.000 aparatos de radio (Rinke, 2002). En aquel entonces, los periódicos manejaban sus propias estaciones para defenderse de la competencia de las radios independientes, así como también para aprovechar sus conexiones más sólidas con los cables internacionales. Radio La Nación, propiedad del diario del mismo nombre, leía el noticiero argentino y retransmitía las peleas de boxeo con megáfonos afuera del edificio del periódico (Rinke, 2002). Por su parte, Radio *El Mercurio* se enfocaba en transmisiones de fútbol, con breves resúmenes noticiosos y un abundante segmento comercial. Desde 1936, la estación incrementó su audiencia gracias al programa “Clínica del Deporte”, dirigido por el multifacético dramaturgo Carlos Cariola, cuando la emisora pertenecía al periódico del mismo nombre y en el cual una serie de comentaristas comentaban el domingo deportivo.

Si bien la radio en Chile se concibió inicialmente como una actividad comercial desarrollada por empresas privadas, el Estado mostró temprano interés en regularla. En 1925, la junta militar que depuso al presidente Arturo Alessandri (1920-1925) promulgó la primera Ley General de Servicios Eléctricos y supervisó la importación de tecnología de transmisión. Ello implicó la transformación de los radioaficionados en técnicos de radiotelefonía y en la emergente condición de *broadcaster* (Paredes, 2013). Las radios chilenas no lograron escapar del control autoritario de la primera administración de Ibáñez, quien, en 1927,

emitió una prohibición formal contra Radio *El Diario Ilustrado*, a cargo del periódico del mismo nombre, porque su línea editorial era opositora al gobierno (Pastene, 2007). Solo días antes de su dimisión en 1931, Ibáñez creó el Servicio Nacional de Radiodifusión, una agencia estatal dependiente del Ministerio del Interior que regulaba el trabajo de electricistas, operadores y reporteros de radiodifusión. Posteriormente, las administraciones de Arturo Alessandri (1932-1938) y Pedro Aguirre Cerda (1938-1941) fracasaron en sus intentos de crear una radioemisora dirigida por el Estado. En 1933, Alessandri promulgó un decreto para reservar una frecuencia exclusiva para el Estado, sin embargo, el lanzamiento de la emisora se interrumpió cuando el inesperado triunfo del Frente Popular cambió estos planes. Además, el devastador terremoto de 1939 limitó los recursos públicos para invertir en radiodifusión estatal. En julio de 1940, Aguirre Cerda introdujo tres nuevos requisitos para las estaciones: una hora diaria de información relacionada con el gobierno; un límite de 15 minutos por hora en publicidad (no más del 25% de las transmisiones diarias); y programación de contenidos estandarizados con preferencia por música, radionovelas, noticias y deportes (Paredes, 2010).

El rápido crecimiento de la radio en Chile atrajo varias celebridades argentinas. El caso más notorio es el de Tito Martínez, un reconocido locutor que arribó a Chile en 1942 para narrar los partidos de fútbol en Radio Agricultura, la emisora más grande de Santiago. La voz de Martínez sedujo a muchos oyentes chilenos que celebraron su estilo durante las transmisiones. Su éxito motivó a que la Asociación Central de Fútbol de Chile (ACF) otorgara derechos exclusivos de transmisión de fútbol a Radio Agricultura (Acuña, 2021). La presencia de Martínez en la radio chilena abrió oportunidades en el espacio sonoro chileno para otros destacados comunicadores hispanoparlantes, incluyendo la actriz argentina María Esther Gamas y el actor español-argentino José Sánchez Corral. Para 1950, la presencia de voces argentinas en las emisoras chilenas era una cualidad perceptible en el paisaje sonoro chileno. A esto se sumó el impulso por transmisiones conjuntas, tal como ocurrió durante los Juegos Panamericanos de Buenos Aires en 1951. Un acuerdo entre Radio Belgrano de Buenos Aires y radios Agricultura, Minería y La Americana permitió a miles de chilenos escuchar

el discurso inaugural de Perón en el Estadio Presidente Juan Domingo Perón de Avellaneda.

Pero la presencia de voces extranjeras inquietó a las autoridades chilenas. Con el objetivo de monitorear las radios del país, el gobierno creó la Dirección General de Informaciones y Cultura (DGIC), dependiente del Ministerio del Interior. En 1944, la DGIC promulgó el Reglamento de Transmisiones de Radiodifusión que decretaba la supervisión estatal de todo el contenido radial en el país, prohibiendo la transmisión de propaganda bélica, sancionando el lenguaje obsceno y limitando el contenido extranjero. El decreto exigía que el 70% de los contenidos culturales (música, radioteatro, deportes) estuvieran vocalizados por ciudadanos chilenos, estipulando que los locutores de radio “deben mostrar actas de nacimiento, edad y educación secundaria; [y] tratándose de extranjeros, deberán acompañar dos cartas de nacionales que no sean funcionarios públicos” (DGIC, 1944, p. 9). Las reformas a la radiodifusión estuvieron en el centro del proyecto cultural del Frente Popular y reflejaron campañas educativas dirigidas a sectores medios y populares, que incluyeron nuevos campos deportivos, bibliotecas barriales y radios comunitarias.

Pese a las nuevas restricciones sobre presencia extranjera en la radio chilena, la embajada de Argentina en Santiago consideraba pertinente contrarrestar la percepción negativa chilena sobre la dictadura argentina instaurada en 1943. El embajador argentino, Carlos Güiraldes, se reunió con Clemente Díaz León, director de *El Mercurio*, el periódico de mayor circulación nacional y cuyos artículos habían sido los menos hostiles hacia Argentina. La intención de Güiraldes era organizar una campaña que diera valor positivo al gobierno argentino en, al menos, una de las cien radiodifusoras que transmitían en la banda de amplitud modulada (AM). Güiraldes apuntó a radios que tuvieran alta potencia. Con 6.000 Watts (solo superada por Radio Agricultura con 7.500), Radio *El Mercurio* aparecía como opción (Machinandiarena de Devoto 2005). El 22 de mayo de 1944, *El Mercurio* transfirió la concesión de la emisora a la Sociedad Radiodifusora La Mercantil S.A. dirigida por el empresario Mauricio Arnoff Soto, quien tenía el 60% de las acciones. No obstante, enterados de que Radio *El Mercurio* ya no era una dependencia del diario homónimo, sino una empresa independien-

te, el embajador perdió interés y desistió incluir la emisora en sus pretensiones proselitistas (Machinandiarena de Devoto, 2005).

El triunfo presidencial de Ibáñez en 1952 cambió el escenario y con ello el influjo de la cultura argentina volvió a sentirse en el espacio radial chileno. La favorable relación entre los gobiernos peronista e ibañista facilitó una serie de acuerdos durante la visita del mandatario argentino a Chile en 1953, particularmente en el plano económico (unión aduanera y libre tránsito de mercancías) y cultural (fomento al turismo y promoción artística). Precisamente, la visita diplomática reflató temores sobre la penetración peronista en Chile, luego de que la delegación argentina regalara monedas, banderines y cientos de balones de fútbol cuando el tren se detenía en cada pueblo (Luna, 2013, p. 17).

4.2 Propaganda peronista en Radio El Mercurio

Si bien Perón intentó borrar los tonos fascistas de la dictadura al empoderar a las clases trabajadoras a partir de una innovadora legislación social, sus antecedentes autoritarios incomodaban profundamente a los periodistas chilenos. Uno de los primeros periódicos en advertir que Radio *El Mercurio* demostraba un propósito proselitista en Chile fue *El Debate*, cercano al Partido Radical. En primera plana, el periódico afirmaba que la estación había sido comprada por el gobierno argentino a través de un agente secreto (“¿Radio *El Mercurio* comprada por el Gobierno de Argentina?”, 1953). La nota era representativa de la persistente crítica del Partido Radical tanto a Perón como a Ibáñez, regularmente tildados como fascistas y totalitarios. Unos días más tarde, se sumó *El Diario Ilustrado*, de tendencia conservadora y ligado al clero. El periódico acusaba a Perón de interferir en la soberanía nacional valiéndose de propaganda radial. Advirtiendo el poder del medio sonoro, señalaba: “las radios han pasado a ser en la actualidad medios de propaganda eficaz y a la vez peligrosa; pues, atendida su forma de actuar, pueden lanzar al espacio opiniones o noticias que en un instante lograrían provocar una revuelta y un desastre” (“¿Radio extranjera?”, 1953). En un tono más indirecto, la revista *Ercilla* especulaba con la posibilidad de que Radio *El Mercurio* transmitiera un “serial justicialista” y apuntaba a Arnoff como el encargado de esparcir propaganda peronista en

las radios chilenas (“¿Transmitirá Radio El Mercurio serial justicialista?”, 1953).

Las acusaciones de la prensa no distaban de la discusión que simultáneamente acontecía en el Senado. El 29 de julio de 1953, el senador radical Exequiel González Madariaga denunciaba al programa “Diario del Mediodía” porque en sus transmisiones se vertían expresiones antipatrióticas que ridiculizaban los preceptos democráticos. Al día siguiente, según consignó *El Debate*, el vicepresidente del Senado, el socialista Salvador Allende, formuló una protesta por los conceptos emitidos en la audición, solicitando una investigación al Gobierno (“El Senado protestó ante el Gobierno”, 1953). Junto con las diligencias parlamentarias, el diario oficialista *La Nación* informó sobre la investigación judicial dirigida por Santiago Elgueta, quien debía indagar en mayor detalle la presencia de dineros foráneos en la compra de la radioemisora (“Koch interesado en que se esclarezca el caso de Radio El Mercurio”, 1953). Luego de acceder a los libretos y recopilar información sobre la adquisición de la estación, el Senado acusó formalmente a Radio El Mercurio por cuestionar la legitimidad del Congreso e intentar socavar el régimen democrático para facilitar el advenimiento de un gobierno de inspiración peronista. Según lo expuesto, el plan había sido orquestado entre: Mauricio Arnoff (propietario de la emisora), Enrique Fairlie (locutor de “Diario del Mediodía”), José Dolores Vásquez (director de la DGIC) y Miguel Ruiz (técnico radial de SIRA). Para el senador radical González Madariaga era imposible que Arnoff se hiciera con el 60% de una radioemisora sin ayuda externa, ya que carecía del capital necesario para hacer semejante inversión. El diario *El Mercurio* agregó también que como experto técnico actuaba Ruiz, quien había llegado a Chile como miembro de la comitiva de Perón y se había establecido en el país para distribuir programas a las emisoras chilenas, aparentemente destinados a promover el turismo en Argentina (“Graves cargos sobre financiamiento de emisora”, 1953). El senador expresó que lo que se había dicho contra el Congreso caía dentro de la legislación penal, especialmente las afirmaciones del editorialista Fairlie, en el sentido de que la labor legisladora del Congreso podía ser desempeñada por el Ejecutivo con mucho más provecho, postulando de esa forma la supresión del Parlamento. En una nota de *El Diario Ilustrado*, González Madariaga concluía que dicha campaña subversiva estaba destinada a derribar el

régimen democrático chileno (“Costeada con dinero foráneo...”, 1953).

En su defensa, Arnoff declaró que a él solo le pertenecían el 50% de las acciones de la emisora, desmintiendo que Radio El Mercurio hubiera sido comprada por el gobierno argentino. El 20 de agosto de 1953, el magistrado Elgueta, dictó una orden de arresto. Pero tanto Arnoff como Fairlie se encontraban en Argentina, de donde solo regresó el primero para ponerse a disposición de la justicia. Arnoff quedó detenido e incomunicado mientras Fairlie se mantuvo prófugo. A fines de septiembre de 1953, Arnoff fue entrevistado en la cárcel por la revista *Vea*, donde explicó que sus viajes a Buenos Aires no tenían relación con Perón ya que viajaba en búsqueda de auspiciadores. Al final de la entrevista añadió: “Creo que es un disparate decir que por atacar a un poder del Estado, la radio estaba financiada por el Gobierno argentino” (“Cortocircuito en Radio El Mercurio”, 1953).

La única publicación que creyó la versión de Arnoff fue la revista *Que Hay?* dirigida por el adherente ibañista Moisés Silva. En un extenso artículo de octubre de 1953, la publicación declaraba que no existían pruebas suficientes para culpar al Gobierno ni a la radio. Además, criticaba el actuar de Fairlie como prófugo “mientras el señor Arnoff padecía las durezas de la incomunicación y se le sometía a una prisión que no admitía excarcelaciones” (“Se descubre el velo en lo de Radio El Mercurio”, 1953). Manuel Vittini, redactor del tabloide *Las Noticias de Última Hora* y declarado defensor del peronismo en Chile, cuestionó la duración del proceso judicial y defendió la propaganda peronista en los medios chilenos:

Se metió una bulla tremenda con lo de Radio El Mercurio. Se siguió un proceso y el resultado fue cero... Pero la copucha sigue porque encuentra terreno propicio a la difamación [...]. Propaganda hace todo el mundo, desde el más modesto comerciante hasta el político o intelectual más empingorotado. La hacen a su manera y de mil modos, desde aquella que se infiltra sutil en la zalema o en el auto bombo hasta esa que aflora en los banquetes en discursos rimbombantes. No protestemos contra la propaganda, porque la propaganda es necesaria para dar a conocer las ideas nuevas, sobre todo cuando esas ideas trasplantadas a nuestro ambiente nos podrían sacar del marasmo en que vivimos (Vittini, 1953, p. 113).

Pero Vittini se equivocaba. Tras 40 días de detención, Arnoff fue finalmente condenado a tres años de cárcel como responsable —aunque no autor— de injurias graves contra un poder constitucional, según publicó la revista *Ercilla* (“Triángulo en Radio El Mercurio”, 1953). Sin embargo, la Corte no encontró méritos suficientes para aplicarle la Ley de Defensa de la Democracia, al no comprobarse la injerencia peronista en la adquisición de la emisora. Sobre la complicidad del Gobierno en la trama de Radio El Mercurio, la investigación arrojó que los libretos de “Diario del Mediodía” habían sido autorizados por José Dolores Vásquez, quien, al momento de ser requerido para enviar copias al Senado, sustituyó los originales con copias adulteradas que no contenían las injurias lanzadas al poder legislativo, entabando la acción judicial. Con estos antecedentes, el Senado solicitó su remoción inmediata del Gobierno, de acuerdo a la revista *Ercilla* (“Proceso de Radio El Mercurio sigue penando”, 1953).

Aunque la controversia de Radio El Mercurio —que dejó a la estación sin nombre tras una demanda paralela del diario homónimo— terminará con un encarcelado (Arnoff), un prófugo (Fairlie) y un funcionario de Gobierno removido (Dolores Vásquez), las sospechas de penetración peronista en los medios de comunicación persistieron incluso tras el derrocamiento de Perón en 1955. La posibilidad del exilio en Chile alertó a la prensa local que recordó el episodio de Radio El Mercurio involucrando directamente al propio Perón (González, 1955). Paralelamente, el Congreso estableció una Comisión Especial Investigadora sobre Actividades Peronistas en Chile para recopilar todos los antecedentes que acreditaran la intromisión argentina en partidos políticos, fuerzas armadas, sindicatos y medios de comunicación. Tras el caso de Radio El Mercurio, las emisoras pasaron a ser objeto de investigación en tanto figuraban como susceptibles a la infiltración extranjera. De acuerdo con el Informe de la Comisión presentado el 26 de junio de 1956, la penetración del peronismo en los medios chilenos se había efectuado desde la inserción de artículos impresos hasta intentos de obtener radioemisoras (Acuña, 2022). El Informe ratificaba que Radio El Mercurio había sido adquirida como instrumento de propaganda desde donde se buscaba conquistar la simpatía de los auditores chilenos.

5. Conclusiones

Una lectura historizada del incidente de Radio El Mercurio no sólo ilustra la politización de los medios de comunicación masivos, sino que también revela la importancia del espacio sonoro como escenario de intercambio político transnacional. Para miles de oyentes chilenos, sintonizar las frecuencias argentinas —y, por consecuencia, escuchar las voces y sonidos del peronismo— implicó una serie de cruces acústicos transfronterizos que los inventores de la radio jamás imaginaron. El peculiar caso de Radio El Mercurio permite examinar una de las primeras polémicas políticas en torno a la radio, en la cual se acusó a un grupo de comunicadores chilenos que estuvieron dispuestos a “cruzar la frontera” y unirse a la causa peronista. La controversia periodística sobre la propaganda peronista en una radioemisora chilena se transformó en un asunto de discusión parlamentaria, en el cual una serie de actores políticos y mediáticos condenaron la información difundida por Radio El Mercurio tildándola de propaganda extranjera que buscaba influir en las acciones y creencias de las audiencias locales.

Alertados sobre la intromisión argentina en una radioemisora chilena, editores y columnistas respondieron con una mezcla de optimismo y desconfianza, ya que en un principio consideraron que la radiodifusión podía transmitir mensajes eficazmente a grandes multitudes; pero, posteriormente, su utilización implicaba riesgos, ya que las opiniones vertidas al aire podían tener consecuencias potencialmente peligrosas para la democracia chilena. Con excepción de la prensa oficialista y algunos simpatizantes ibañistas aislados, la mayoría de los medios impresos manifestaron su desaprobación hacia la adquisición argentina de Radio El Mercurio, solicitando la intervención de las autoridades y un castigo ejemplar a los involucrados. Los parlamentarios llamaron a fortalecer el tutelaje estatal sobre las emisoras para evitar su instrumentalización, haciendo eco de las ansiedades que provocaba el espacio sonoro como espacio político. En cierto sentido, los debates parlamentarios suscitados por el caso de Radio El Mercurio reflejaron el comienzo de una batalla más duradera por los espacios mediáticos (Riquelme, 1984). Esto especialmente ocurrió

a partir de la importación de radiotransmisores portátiles, la aparición de la frecuencia modulada (FM) y la incorporación de la televisión en la década de 1960 (Pastene, 2007), momento en el cual la hegemonía de los medios escritos fue paulatinamente desafiada por radioemisoras con mayor alcance y autonomía.

Referencias

- Acuña, P. (2022). ¿Prensa justicialista en Chile? El impacto del peronismo en los tabloides Las Noticias Gráficas y Las Noticias de Última Hora, 1952-1956. *Revista de Historia Social y de las Mentalidades* 26(1), 171-210. <https://bit.ly/3c3iizy>
- Acuña, P. (2021). Transnational sports soundscapes: Soccer announcers and radio in Argentina and Chile, 1920s-60s. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 19(1), 79-99. https://doi.org/10.1386/rjao_00035_1
- Arribá, S. (2009). El peronismo y la política de radiodifusión (1946-1955). En G. Mastrini (Ed.). *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina, 1920-2007* (pp. 75-104). La Crujía Ediciones.
- Auerbach, J. & Castronovo, R. (Eds.). (2013). *The Oxford Handbook of Propaganda Studies*. Oxford University Press.
- Bray, D. (1967). Peronism in Chile. *Hispanic American Historical Review*, 47(1), 38-49. <https://doi.org/10.1215/00182168-47.1.38>
- Cane, J. (2012). *The Fourth Enemy: Journalism and Power in the Making of Peronist Argentina, 1930-1955*. The Pennsylvania State University Press.
- Casillas, D. (2017). Radio. En D. Vargas, L. La Fountain-Stokes, & N. Mirabal (Eds.). *Keywords for Latina/o studies*, (pp. 181-184). New York University Press.
- Claxton, R. (2007). *From Parsifal to Perón: Early Radio in Argentina, 1920-1944*. University Press of Florida.
- Cortocircuito en Radio El Mercurio (30 de septiembre 1953) *Vea*, pp. 8-9.
- Costeada con dinero foráneo una radioemisora persigue derribar nuestro régimen democrático (12 de agosto 1953) *El Diario Ilustrado*, p. 6.
- Da Orden, M. & Melón, J. (2007). *Prensa y peronismo: discursos, prácticas, empresas, 1943-1958*. Prohistoria.
- Dirección General de Informaciones y Cultura [DGIC].(1944). *Reglamento de transmisiones de radiodifusión*, Chile, Diario Oficial.
- Ehrick, C. (2015). *Radio and the Gendered Soundscape: Women and Broadcasting in Argentina and Uruguay, 1930-1950*. Cambridge University Press.
- El mito de la amistad (7 de agosto 1953). *Topaze*, p. 1.
- El Senado protestó ante el Gobierno por injurias de radio pro-peronista (30 de julio 1953). *El Debate*, p. 1
- Fernandois, J. (2015). Entusiasmo y desconfianza. Populismo y relaciones internacionales en el caso Perón-Ibáñez, 1953-1955. *Ayer*, 98(2), 187-21 <https://bit.ly/3eyo7Gc>
- Fox, E. (2008). Latin American Broadcasting. En L. Bethell (Ed.). *The Cambridge History of Latin America. Vol. 10, Latin America since 1930: Ideas, Culture and Society*, (pp. 519-568). Cambridge University Press.

- Gené, M. (2005). *Un mundo feliz: imágenes de los trabajadores en el primer peronismo, 1946-1955*. Fondo de Cultura Económica.
- Godoy, P. (2006). *Perón en Chile*. Ediciones NuestrAmérica.
- González, R. (1955, 27 de diciembre). Perón niega la adquisición de Radio El Mercurio. *El Debate*, p. 3.
- Goodman, D. (2018). Propaganda and Sound. En M. Bull (Ed.). *The Routledge Companion to Sound Studies*. Routledge.
- Graves cargos sobre financiamiento de emisora, formulados en el Senado (12 de agosto 1953). *El Mercurio*, p. 19.
- Hott, J. & Larraín, C. (2001). *Veintidós caracteres: homenaje a figuras del periodismo chileno desde la perspectiva de quienes se inician en el oficio*. Aguilar.
- Karush, M. (2012). *Culture of Class: Radio and Cinema in the Making of a Divided Argentina, 1920-1946*. Duke University Press.
- Koch interesado en que se esclarezca el caso de Radio El Mercurio (18 de agosto 1953). *La Nación*, p. 1.
- Kruger, C. (2009). *Cine y peronismo: el Estado en escena*. Siglo XXI.
- Lasagni, M., Bonnefoy, J., & Edwards, P. (1985). *La radio en Chile: historia, modelos, perspectivas*. CENECA.
- Lindenboim, F. (2021). Difundir y convencer. La propaganda radial durante el Plan de Emergencia Económica del peronismo, 1952. *Quinto Sol*, 25(3), 1-21. <https://doi.org/10.19137/qs.v25i3.4845>
- Luna, F. (2013). *Perón y su tiempo. Tomo III: El régimen exhausto (1953-1955)*. Sudamericana.
- Machinandiarena de Devoto, L. (2005). *Las relaciones con Chile durante el peronismo, 1946-1955*. Lumiere.
- Maggi, G. (1957). *Patria y Traición: Confabulación Ibáñez-Perón*. Gure.
- Magnet, A. (1953). *Nuestros vecinos justicialistas*. Pacífico.
- Matallana, A. (2006). *Locos por la radio: una historia social de la radiofonía en la Argentina, 1923-1947*. Prometeo.
- Panella, C. (2001). *La prensa y el peronismo. Crítica, conflicto, expropiación*. Universidad de La Plata.
- Paredes, R. (2010). *Explorando los primeros tiempos de la radio en Chile. 1922-1944* [Tesis Doctoral, Universidad de Chile]. <https://bit.ly/3D4f6ij>
- Paredes, R. (2012). *Cuando Chile era Radio: 1922-1944*. Editorial Académica Española.
- Paredes, R. (2013). Trazando los primeros tiempos de la radio en Chile (1922-1944). *Revista Brasileira de História da Mídia*, 2(1), 177-190. <https://bit.ly/3AWF58D>
- Pastene, M. (2007). *La radio en Chile*. En A. Merayo (Ed.), *La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva*. Comunicación Social.
- Penetración peronista (14 de agosto 1953). *El Debate*, p. 3.
- Plotkin, M. (2002). *Mañana es San Perón: A Cultural History of Peron's Argentina*. Scholarly Resources.
- Proceso de Radio El Mercurio sigue penando (22 de diciembre 1953). *Ercilla*, p. 6.
- ¿Radio El Mercurio comprada por el Gobierno de Argentina? (12 de mayo 1953) *El Debate*, p. 1.
- ¿Radio extranjera? (14 de mayo 1953). *El Diario Ilustrado*, p. 3.
- Rinke, S. (2002). *Cultura de masas, reforma y nacionalismo en Chile 1910-1931*. DIBAM.
- Rivera, C. (2008). La verdad está en los hechos: una tensión entre objetividad y oposición. Radio Cooperativa en dictadura. *Historia*, 41, 79-98. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-71942008000100004>
- Riquelme, A. (1984). *El debate ideológico acerca de la comunicación de masas en Chile, 1958-1973*. CENECA.

- Santa Cruz, E. (2014). *Prensa y sociedad en Chile, Siglo XX*. Universitaria.
- Salgado, A. (2020). La batalla por la opinión pública: Radiodifusión y política comunicacional en la vía chilena al socialismo, *Hispanic American Historical Review*, 100(3), 493-525. <https://doi.org/10.1215/00182168-8349873>
- Se descubre el velo en lo de Radio El Mercurio (15 de octubre 1953). *Que hay?*, p. 2.
- Sirvén, P. (2011). *Perón y los medios de comunicación, 1943-1955*. Sudamericana.
- ¿Transmitirá Radio El Mercurio serial justicialista? (26 de mayo 1953). *Ercilla*, p. 2.
- Triángulo en Radio El Mercurio (24 de noviembre 1953) *Ercilla*, pp. 6-7
- Valdebenito, A. (1956). *Historia del periodismo chileno, 1812-1955*. Fantasía.
- Verba, E. (2007). Violeta Parra, Radio Chilena, and the 'Battle in Defense of the Authentic' during the 1950s in Chile. *Studies in Latin American Popular Culture*, 26(1), 151-165. <https://bit.ly/3c05jP7>
- Vittini, M. (1953). *Cara o cruz del justicialismo: estudio de exposición y crítica*. Universitaria.
- Zanatta, L. (2013). *La Internacional Justicialista: auge y ocaso de los sueños imperiales de Perón*. Sudamericana.
- Würth, E. (1958). *Ibáñez, caudillo enigmático*. Editorial de Pacífico.

Agradecimientos

El presente artículo de investigación se enmarca en el proyecto FONDECYT de Postdoctorado N° 3200023, titulado "Los Contreras Trasandinos. Representaciones escritas y visuales del peronismo en la prensa chilena", patrocinado por el Departamento de Ciencias Históricas de la Universidad de Chile. Agradezco a María Elisa Fernández por sus comentarios, Verónica Seguel por su asistencia virtual en el Archivo de la Cámara de Diputados y Ángela Hernández por permitirme trabajar en la Biblioteca Nacional de Chile.

• Sobre el autor:

Pedro Acuña Rojas es Doctor en Historia por la Universidad de California-Irvine, Estados Unidos. Actualmente trabaja como Investigador Postdoctoral en el Departamento de Ciencias Históricas de la Universidad de Chile y es docente del Departamento de Historia y Geografía de la Universidad Metropolitana de Ciencias de la Educación (UMCE). Se especializa en historia cultural y política, medios de comunicación, masculinidades, deporte y cultura de masas.

• ¿Cómo citar?

Acuña Rojas, P. (2021). La propaganda sonora del peronismo en Chile. El caso de Radio El Mercurio, 1953. *Comunicación y Medios*, 31(46), 96-108. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66664>

Radio Nacional de Chile. La apuesta radiofónica de la dictadura cívico-militar chilena

"Radio Nacional de Chile": The Chilean civic-military dictatorship and its battle over the national radio

Matías Alvarado-Leyton

Universidad San Sebastián, Santiago, Chile

malvaradol@correo.uss.cl

<https://orcid.org/0000-0002-8743-8739>

Resumen

Este artículo expone el desarrollo de la primera radioemisora estatal del país, Radio Nacional de Chile, durante la dictadura (1973-1990). Creada por la Junta Militar, se busca describir tanto el uso que se hizo de esta emisora para las comunicaciones del gobierno, como su influencia en la radiofonía nacional durante este período. Con un marco teórico de naturaleza flexible, con aportaciones de las comunicaciones, la estética y la historia, y una metodología mixta, se da cuenta de un objeto de estudio hasta ahora inédito. Pese al progresivo distanciamiento que fue tomando el aparato estatal de la cultura durante el régimen militar, principalmente por la creciente influencia del neoliberalismo, este no fue completo, como se demuestra en el caso de las radiocomunicaciones. Estas habrían sido rápidamente utilizadas como piezas estratégicas por las autoridades, para su ejercicio del poder y la gobernabilidad de la población, así como para su propia imagen, tanto dentro como fuera del país.

Palabras clave: Radiofonía; comunicaciones; estrategia comunicacional; dictadura cívico-militar chilena.

Abstract

This article exposes the development of the first state radio station in the country, Radio Nacional de Chile, during the dictatorship (1973-1990). Created by the Military Junta, it seeks to describe the use made of this station for government communications, as well as its influence on the national radio during this period. With a theoretical framework of a flexible nature, with contributions from communications, aesthetics and history, and a mixed methodology, an object of study unpublished until now is realized. Despite the progressive distancing that the state apparatus took from culture during the military regime, mainly due to the growing influence of neoliberalism, this was not complete, as demonstrated in the case of radio communications. These would have been quickly used as strategic pieces by the authorities, for their exercise of power and governability of the population, as well as for their own image, both inside and outside the country.

Keywords: Radio; communications; communication strategy; chilean civic-military dictatorship.

1. Introducción

Este artículo da cuenta de la investigación realizada a una de las pocas empresas culturales que se mantuvo en manos del aparato público durante la dictadura cívico-militar chilena (1973-1990): Radio Nacional de Chile. Surgida posterior al Golpe Militar del 11 de septiembre de 1973, esta radioemisora, por un lado, fue uno de los principales medios de comunicación de las autoridades entrantes. Por otro lado, fue una sobreviviente de las políticas de *shock*, ya que las empresas culturales dependientes del Estado, progresivamente, fueron perdiendo apoyos e, incluso, se privatizaron con el pasar de los años, por la aplicación de políticas neoliberales. Este artículo, a través del empleo de metodologías mixtas, basadas en información documental, busca no solo comprender de mejor forma el desarrollo de esta radioemisora, sino también el uso que se hizo de las comunicaciones y, en particular, su influencia en la radiofonía nacional durante estos años en el país.

Este artículo se divide en tres partes. En primer lugar, se formulan, de manera sucinta, algunas consideraciones teóricas y prácticas, de carácter históricas, que son relevantes para esta investigación, como los antecedentes de la radiofonía nacional y la dinámica existente entre el poder y las comunicaciones. En segundo lugar, se expone la metodología empleada en esta investigación. En tercer lugar, se presentan los resultados, divididos en dos. Por un lado, se exponen los hallazgos respecto al desarrollo histórico de la primera radioemisora estatal, Radio Nacional de Chile, una de las pocas empresas culturales dependientes del gobierno que no cerró sus puertas durante este período. Por otro lado, se propone una interpretación respecto a la evolución de esta radioemisora, sosteniendo la presencia de ciertas lógicas ideológicas, políticas y económicas que fueron parte de la dictadura.

Finalmente, se propone entender a esta empresa cultural (Navarro, 2014), que ha pasado casi inadvertida por la historiografía nacional, como un importante medio de comunicación, el cual podría ser tomado como una fuente que posibilite aproximaciones más inductivas para estudiar cultural, comunicacional e históricamente a la dictadura. Además, permite corroborar algunas de las hipótesis respecto al uso que esta hizo de las comunicaciones en el país.

2. Discusión teórica

Las cuestiones que dan forma a una determinada sociedad son varias, entre ellas la cultura. Si bien esta cuenta con una serie de agentes que intervienen en su desarrollo, lo cierto es que el Estado es uno de estos. De hecho, se puede señalar que, hasta mediados del siglo recién pasado, la burocracia estatal chilena tenía injerencia directa en dos "aparatos culturales": el sistema de educación y el sistema de comunicaciones (Gutiérrez & Munizaga, 1983, p.3). Sin embargo, la radio, a diferencia de la prensa escrita, no tuvo la importancia de esta, aunque, desde la década de 1960, logró penetrar en las capas más marginales de la sociedad, donde el sistema de educación no era tan efectivo. Pese a esto, la radio no fue considerada como una herramienta o factor cultural importante, sino solo por su rol de entretención y, en el mejor de los casos, de formación de opinión, como si fuera políticamente inocua (Gutiérrez & Munizaga, 1983). Cabe mencionar que las emisoras fueron en sus inicios privadas, por lo que el Estado se limitaba solo a su vigilancia, más allá de las potencialidades que tenía (Paredes, 2012).

Por ello, no existió una política cultural clara respecto a la radio por aquel entonces. Al no ser manejada por el aparato estatal, la radiofonía nacional se desarrolló con cierta libertad. Muchas veces, sin embargo, quedó expuesta a los vaivenes del mercado y a los intereses de quienes lo regían o tenían mayor injerencia en este (Gutiérrez & Munizaga, 1983). Aunque nació experimentalmente en Chile en 1922, no fue hasta la segunda mitad del siglo recién pasado que la radio se volvió un medio de comunicación de masas, entrelazando una concepción liberal de corte tradicional con una de un aparato estatal rector de los procesos y árbitro de los conflictos, tal y como demuestra la legislación radial de la época (Lasagni, Edwards & Bonnefoy, 1987).

Esta naturaleza entró en conflicto durante la dictadura. Esto se produjo por una cuestión práctica, con el levantamiento de un cerco a la vida pública de parte de las autoridades. No se puede olvidar que el golpe de Estado produjo un quiebre en las distintas capas que conformaban la esfera cultural y comunicacional, con una "inmediata y drástica desarticulación de toda aquella institucionalidad

cultural que aparecía más identificada no sólo con el gobierno de la Unidad Popular, sino que con el funcionamiento democrático de la sociedad” (Catalán & Munizaga, 1986, p.24). Esta naturaleza se conflictuó también desde un punto de vista teórico, ya que el Estado abandonó “a la suerte del mercado” a buena parte de las radioemisoras (Gutiérrez & Munizaga, 1983).

Sin embargo, no se puede olvidar que después del 11 de septiembre de 1973, la Junta Militar de Gobierno fue consciente del hecho que un poder establecido solo a partir de la fuerza padecería una existencia constantemente amenazada. Como señala Georges Balandier (1994), para su mantención en el poder, las autoridades recurrieron a la transposición, la producción de imágenes, la manipulación de símbolos y al ordenamiento de todo el escenario cultural (p.18). En la medida que subvierte la percepción y el entendimiento, como señala Herbert Marcuse (1979), el potencial político de la cultura pasa a radicar en sí misma (p. XI). Según Katya Mandoki (2007), “no todas las tácticas propagandísticas funcionan, pero las que funcionan, lo hacen por la estética pues están orientadas a conmover y movilizar la sensibilidad del destinatario”. De hecho, recuerda que “si la adhesión al Estado fuese natural, no tendrían que fabricarse e implementarse tantas y tan repetidas estrategias” (pp. 204-205). Asimismo, según Harry Pross (1980), “el ejercicio del poder y el poder mismo no se fundamentan únicamente en la violencia, sino que encuentran la raíz misma de su existencia en la dominación a través de signos y símbolos” (pp. 23-24).

La tensión que se vivió en el modelo de la radiofonía nacional fue evidente, cuyo ejemplo fue lo ocurrido con Radio Nacional de Chile, desde los inicios de la dictadura chilena. La Junta buscó, inicialmente, una verdadera reconstrucción nacional, lo cual exigía que cualquier esfuerzo se acoplase a aquel “eje central y jerarquizado” (Catalán & Munizaga, 1986, p.26). Los medios de comunicación, entre ellos las radioemisoras, pasaron entonces a servir a la “información de la ciudadanía y desmentir rumores” (Velasco, 2015, p.26), y en la búsqueda de adhesión popular al gobierno, se propusieron convocar, interesar y hacer sentir a la población como parte de un proyecto histórico que recién comenzaba (Munizaga, 1983). Posteriormente las empresas culturales debieron dinamizarse, da-

das las exigencias de la modernidad y, para ello, recurrieron “a las técnicas que son usadas en el mercado económico, de modo tal que tampoco en el ámbito de la cultura existían pérdidas económicas” (Bravo, 1986, pp. 43-44).

3. Metodología

En relación con la metodología de esta investigación, cabe señalar que “no es posible dibujar una delgada línea y decir con propiedad qué podemos encontrar del lado de los estudios culturales. Tampoco es posible señalar una teoría o metodología unificada que sea característica de estos” (Sparks, 1996, p.14). Dado el objeto de estudio de este trabajo y la deuda intelectual con múltiples disciplinas y autores, lo cierto es que la metodología pareciera asimilarse más a “una verdadera bolsa de ideas, métodos y preocupaciones de la crítica literaria, la sociología, la historia, los estudios de medios, etc., que se agrupan bajo la conveniente etiqueta de estudios culturales” (Sparks, 1996, p.14).

No obstante, sí es posible señalar algunas distinciones que permitan ahondar en la metodología particular empleada para esta investigación. De este modo, la metodología utilizada se puede considerar mixta, en tanto emplea técnicas de tipo cualitativo y cuantitativo, suponiendo un despliegue significativo (Aróstegui, 1995).

Respecto a las técnicas de tipo cualitativo, esta investigación supuso el uso de la información documental y técnicas filológicas. La primera de estas se aplicó con un afán eminentemente heurístico, buscando fuentes en archivos, prensa, publicaciones oficiales y textos bibliográficos, para un objeto de estudio inédito, entre 1973 y 1989. Al respecto, destaca el trabajo realizado en el Archivo de la Biblioteca del Congreso Nacional; la Biblioteca Nacional, en su Archivo de Referencias Críticas, su Sección Chilena, Sección Fondo General, Sección Periódicos y Microformatos, y Sección Revistas; la Biblioteca del Instituto Nacional de Estadísticas; y el Centro de Documentación Política, del Instituto de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en su Fondo Gobierno Militar. La segunda de estas se aplicó con un afán más bien hermenéutico, particularmente, sobre las publi-

caciones oficiales, tales como bandos, decretos y decretos-ley, entre 1973 y 1989.

En relación con las técnicas de tipo cuantitativo, esta investigación supuso el empleo de la tabulación e indexación, la estadística, el análisis textual cuantificado y la graficación para exponer algunos de sus resultados. Esta tarea se realizó en función de las fuentes halladas en la Biblioteca del Instituto Nacional de Estadísticas, con un afán tanto hermenéutico como epistemológico. Al respecto, se revisaron todos los anuarios y compendios estadísticos publicados por este instituto de manera anual entre 1975 y 1991. Gracias a este trabajo fue posible visualizar, en parte, el desarrollo cuantitativo de las estaciones de radio dentro del país durante la dictadura, clasificadas en Amplitud Modulada y Frecuencia Modulada.

4. Resultados

4.1. Auge y caída de Radio Nacional de Chile

La Junta Militar de Gobierno contó desde un principio con el apoyo de una serie de radioemisoras, como Agricultura y Minería, que habían liderado la llamada “Cadena democrática” durante la Unidad Popular, después de que a mediados de 1972 “la prensa de derecha (la cadena periodística El Mercurio, varias radioemisoras y el Canal 13 de Televisión) pasaron a tomar una actitud de franca y dura oposición” al presidente Allende (Gazmuri, 2012, p.320). Esto, sin embargo, pareció prontamente insuficiente, debido a que, pese a la censura previa, tuvo que enfrentar la oposición de radios Cooperativa (Rivera, 2008), de Chilena y Balmaceda, que fue clausurada por el régimen en 1977¹.

En los años previos al golpe de Estado, la radio experimentó un importante crecimiento (Marchant, 2001)². Durante el gobierno de Allende, esta se volvió otro espacio de discusión en materia política (Ministerio Secretaría General de Gobierno, 1996). El propio presidente decidió buscar apoyo en una serie de radioemisoras, iniciando la cadena “La Voz de la Patria”. Aunque esto se vio por algunos como un intento por monopolizar este medio de comunicación, otros vieron en esto una suerte de respuesta ante los constantes ataques recibidos por

la oposición política desde 1971 (Gazmuri, 2012). Compuesta por Radio Corporación, propiedad de Erich Schnake, diputado del Partido Socialista de Chile; Radio Magallanes, del Partido Comunista de Chile; Radio de la Universidad Técnica del Estado; Radio Luis Emilio Recabarren, de la Central Única de Trabajadores, controlada por el Partido Comunista de Chile; Radio Sargento Candelaria y Radio Portales, fueron estas las encargadas, tras una cuestionada venta (Tarud, 2002)³, de salvaguardar las acciones del gobierno.

No obstante, todas estas emisoras fueron silenciadas el 11 de septiembre de 1973 (Cáceres, 2008). Durante el alba de ese día, la Junta procuró allanar las dependencias de todas las radioemisoras pertenecientes o simpatizantes con la “La Voz de la Patria”. Radio Magallanes, sin embargo, logró emitir el último discurso público del presidente Allende antes de ser acallada por los militares (Serrano, 2013). Sergio Campos, reconocido locutor de Radio Corporación en ese momento, y después de Radio Cooperativa, narró en sus memorias:

Muy temprano habían despegado del aeropuerto Carriel Sur de Concepción cuatro aviones caza Hawker Hunter con la misión de silenciar las emisoras de Santiago que rechazaban el golpe militar. Estas eran Corporación, Portales, Nacional, Luis Emilio Recabarren, Candelaria y Magallanes, que formaban parte de la cadena La Voz de la Patria (Campos, 2016, pp.13-14).

Aunque esto respondió a estrategias bélicas convencionales, las cuales apuntaban a imposibilitar la circulación de información, no deja de ser significativo —y simbólico— que hayan sido las radioemisoras las primeras en verse afectadas, incluso antes del bombardeo al Palacio de La Moneda. Las nuevas autoridades buscaron no solo imposibilitar, sino también obtener un control total sobre la información. De hecho, levantaron un cerco a toda la vida pública. El Bando N° 1 ordenó que “la prensa, radiodifusoras y canales de televisión adictos a la Unidad Popular deben suspender sus actividades informativas a partir de este instante. De lo contrario recibirán castigo aéreo y terrestre”. Sumado a esto, se advertía que “el pueblo de Santiago debe permanecer en sus casas a fin de evitar víctimas inocentes” (Junta Militar de Gobierno, 1973). Dichos anuncios se tornaron más alarmantes, al igual que las medidas impuestas, las cuales no

siempre fueron documentadas como, por ejemplo, los reiterados agravios de todo tipo a la población, desde el miedo infundido hasta la eliminación corporal (Fermendois, 2004).

En este contexto, la Junta decidió crear la primera radioemisora estatal con el objetivo de “la instalación, montaje, operación y explotación de estaciones de radiodifusión en cualquier parte del territorio nacional, pudiendo realizar todas las operaciones de difusión, culturales y comerciales” (Ministerio del Interior, 1974). Radio Nacional de Chile, de Amplitud Modulada, abrió así sus emisiones el 12 de febrero de 1974 en calle Morandé N° 25, Santiago, como resultado directo del allanamiento y expropiación de Radio Corporación (Campos, 2016). La radioemisora usó incluso la misma frecuencia, la 1140 kHz.

Gracias a “equipos de procedencia checa descubiertos en Radio Luis Emilio Recabarren”, esta estación se convirtió “en la emisora con mayor potencia en onda larga del país” (*Qué Pasa*, 2 de noviembre de 1973, p.13). De propiedad de las Fuerzas Armadas y Carabineros, se relacionó con la Junta a través de la Secretaría General de Gobierno y contó con un directorio compuesto por cuatro uniformados y tres civiles: el coronel Eduardo Sepúlveda, quien lo presidía; el comandante Pedro Baraona, quien actuaba de vicepresidente; el teniente coronel Herbert Orellana; y el teniente coronel Mario Salas, cada uno correspondiente a una rama de las Fuerzas Armadas y Carabineros; Salvador Fernández, publicista y representante del Centro de Medios de Comunicación de la Secretaría General de Gobierno; Gabor Torey, periodista en representación de la misma emisora; y otro representante de la Junta.

“No habrá estrellas en la radio, ‘es una emisora sobria’”, declaró Torey, designado como gerente, quien advirtió además que “todo el personal se ha seleccionado entre los mejores elementos de que dispone la radiotelefonía nacional” (*Qué Pasa*, 2 de noviembre de 1973, p.13). Esta afirmación es, a lo menos curiosa, ya que el Departamento de Prensa, a cargo de Francisco Baraona, estuvo entonces compuesto por personas con un “promedio de edad de veintiséis años”. Más bien fue un departamento encargado de “formar gente nueva dentro del periodismo radial”. Respecto a su programación, ésta apuntó a ser “integral desde la 0 a las 24

horas, lo que se llama ‘round o’clock’”, buscando “la sintonía de todo tipo de auditores”, aunque con “una gran inquietud cultural” y “boletines noticiosos cada hora y tres amplios bloques informativos”, indica la misma fuente. Radio Nacional de Chile buscaba ser “un vínculo de comunicación social destinado a mantener informada y entretenida a la audición, sin los inconvenientes que significa para los auditores la propaganda habitual, porque no habrá ningún avisaje comercial” (*Qué Pasa*, 2 de noviembre de 1973, p.13). Para Torey y Baraona, esto se resumía en “prestar un servicio a la comunidad toda a través de un medio que no está comprometido con ningún otro interés” (*Qué Pasa*, 2 de noviembre de 1973, p.13). Al menos en principio, esta radioemisora se propuso como una alternativa informativa y pública. No solo se rechazaron a las estrellas, sino que también se aspiró a mantener una presencia continua en el dial, salvaguardada de la aparente contaminación que significaban los avisos publicitarios.

Frente a las informaciones entregadas por otras radioemisoras en el extranjero, conformadas en general por exiliados chilenos —como Radio Berlín Internacional, Radio Praga, Radio Habana Cuba y Radio Moscú (Teitelboim, 2001)⁴—, se decidió “crear una serie de programas bajo el nombre de ‘La Voz de Chile’, para dar a conocer la realidad nacional en diversos idiomas” (*Qué Pasa*, 2 de noviembre de 1973, p.13). Gracias al impulso de Torey y Baraona y “al equipo checoslovaco, en dos horarios –16,30 a 1,10 horas, y 8 a 10 horas— Radio Nacional ha salido al mundo por onda corta. Es la ‘Voz de Chile’” (*Qué Pasa*, 31 de mayo de 1974, p.17). María Angélica de Luigi, periodista de Radio Minería y *Qué Pasa*, fue la encargada de su contenido, el cual era traducido a seis idiomas —inglés, francés, alemán, italiano, ruso y árabe, a los cuales se agregaron el chino, japonés, portugués y holandés—. Según ella se logró alcanzar “a unos diez mil auditores” (*Qué Pasa*, 31 de mayo de 1974, p.17).

Radio Nacional de Chile y su programa internacional “La Voz de Chile” pasaron a ser entonces los portavoces de las autoridades al principio de la dictadura, tanto dentro como fuera del país, con la misión principal de dar una buena impresión del gobierno militar. Contando “desde el comienzo, con el apoyo y entusiasmo de las autoridades”, aunque con la única limitación de la antigüedad

de sus equipos allanados en radios Corporación y Luis Emilio Recabarren (*Qué Pasa*, 31 de mayo de 1974, p.17), esta radioemisora, al igual que aquellas privadas que componían la “Cadena Democrática”, pasó a cumplir un activo rol de propaganda. Una serie de reconocidas voces se plegaron a esta empresa, como Enrique Maluenda, Edmundo Soto, Rodolfo Roth y Rodolfo Cepeda, entre otros (Marchant, 2001).

La radioemisora entró en un proyecto de expansión, el cual le permitió aumentar de 37 a 39 las estaciones a las cuales llegaba su mensaje hacia 1976. “Con tecnología propia, construyó una nueva estación transmisora de frecuencia modulada para Talca, incorporando a los habitantes de esa ciudad y las zonas de Curicó y Linares a este adelanto de la técnica radial” (Gobierno de Chile, 1976, pp. 601). Además, ya con sus micrófonos abiertos al avisaje, superó la contracción publicitaria que se vivió durante esos años y “afrontó [así] con éxito una situación económica difícil, manteniendo su autofinanciamiento, e incluso adquiriendo durante este período equipos y repuestos por un valor total de US\$ 31.000” (Gobierno de Chile, 1976, pp. 601). Fue en esta expansión que el cantante y locutor Enrique Balladares fue elegido encargado artístico de la radioemisora, para después pasar a distintos cargos directivos, que ya tenía en Radio Corporación. La llegada de Balladares a la radioemisora se explica por el papel que jugó este como directivo en el traspaso al gobierno de Radio Colo Colo (Silber, 1990), la cual terminó, curiosamente, bajo el mismo techo que Radio Nacional de Chile, en calle Morandé N° 25, Santiago (Gutiérrez & Munizaga, 1983). “La Voz de Chile” logró transmitir su “programación al exterior en 7 idiomas”, lo que significó, según las autoridades, “10.818.000 auditores selectivos” (Gobierno de Chile, 1976, pp. 601-602).

No obstante, el apoyo de las autoridades pareció volverse insuficiente hacia 1977, año en que declaró que sólo se había podido concretar alrededor del 60% de la “expansión que se había planificado desde 1973” (Gobierno de Chile, 1978, p. 652). Las dificultades que empezó a experimentar la radioemisora pasaron también por cuestiones sumamente prácticas, como problemas inmuebles y de equipamiento. Aunque esto último trató de remediarse con la inauguración, a mediados del año 1977, de un “nuevo transmisor de onda media (CB-114)”, el más potente de su tipo en el país para

aquel entonces (Gobierno de Chile, 1978, p. 653). Lo cierto es que Radio Nacional de Chile estaba abarrotada en sus dependencias, compartiéndolas con su programa “La Voz de Chile” y Radio Colo Colo. La radioemisora se cuestionó entonces, por primera vez, su sello informativo y propagandístico, al verse incapaz de competir con las radios de grupos privados o empresariales, las cuales, si bien en general se mostraron favorables a las autoridades, se diferenciaban de la emisora estatal por su capacidad de inversión y de entregar un contenido más diverso (Marchant, 2001). Aunque para aquel entonces el gobierno ya había subastado una serie de empresas culturales, como la Editora Nacional Gabriela Mistral (Jara, 2011), las autoridades prefirieron mantener la emisora. Fue este el momento en el cual “el criterio de privatización chocaba nuevamente con el peligro de que un medio de comunicación cayera en manos inapropiadas” (Cavallo, Salazar & Sepúlveda, 2008, p. 207). Así, el interés del gobierno por mantener su presencia en ciertos medios de comunicación fue más significativo que sus precauciones sobre estas y otras empresas culturales (Errázuriz & Leiva, 2012) o los consejos de los economistas respecto a estas (Donoso, 2019). La importancia de mantener un control sobre la información, tanto en su circulación como contenido, seguía siendo algo fundamental para el gobierno, el cual, por medio del cerco impuesto a la vida pública, buscaba mantener la gobernabilidad y no ahondar en sus problemas de legitimidad.

Radio Nacional de Chile logró ampliar su red a 44 emisoras en 1978 distribuidas en 11 ciudades a lo largo del país: 11 filiales en AM y 3 en FM, y 30 asociadas, las cuales transmitían en forma conjunta los informativos y programas especiales (Gobierno de Chile, 1978, p. 572). Además, adquirió los derechos exclusivos de las transmisiones radiales de la Copa Mundial de Fútbol de Argentina en 1978. Aunque ya había producido y transmitido por su cuenta programas⁵, comenzó a hacer transmisiones en conjunto con Televisión Nacional de Chile, específicamente de dos series que buscaban captar una mayor sintonía: “La Canción de Todos los Tiempos” y “La Gran Canción” (Gobierno de Chile, 1978, p. 572). Por su parte, “La Voz de Chile”, aunque no mostró ningún progreso respecto a su impacto en el extranjero, logró mantener sus transmisiones y salir con el mismo número de idiomas que el año anterior, mientras Radio Colo

Colo subió levemente sus cifras de asistencia social, con atenciones “a un promedio de 500 personas diarias” (Gobierno de Chile, 1978, pp. 572-573).

Pese a estos y otros esfuerzos realizados por el gobierno en la radioemisora, esta fue cuestionada. Carlos Figueroa, entonces ex presidente de la Asociación de Radiodifusoras de Chile (ARCHI), advirtió que “es discutible la conveniencia de que un Estado subsidiario tenga en su poder un número tan importante de estaciones de radio”. A su juicio, el gobierno tenía “un criterio francamente estatizante en todas las políticas conocidas y en las acciones que se pretende implementar en el campo de las comunicaciones sociales en Chile” (*El Mercurio*, 8 de marzo de 1978, p. 23). Esta contradicción pareció agravarse en 1979, cuando ante el surgimiento de otras radioemisoras en el dial, Radio Nacional de Chile entró en un “período de racionalización”. Mostró retrocesos como, por ejemplo, en asistencia social, la cual disminuyó de forma dramática. Debido a esto, el gobierno informó que “un grupo de expertos” estaba abocado a la tarea de confeccionar un programa financiero para la radioemisora, “a fin de evaluar más eficientemente los recursos disponibles para su autofinanciamiento, y lograr de ellos una rentabilidad” (Secretaría de Relaciones Culturales, 1979, p. 9). La primera medida entonces fue cambiar la programación, para conseguir el apoyo de otras instituciones, como la Secretaría de Relaciones Culturales del Ministerio Secretaría General de Gobierno, la cual comenzó a transmitir dos programas a través de esta radio: “Secuencias de la Literatura Chilena” conducido por Efraín Szmúlewicz y “Lo que Cantan las Canciones” dirigido por Germán Becker (Secretaría de Relaciones Culturales, 1979, p. 9). A esto le sucedieron una serie de cambios en el organigrama de la radioemisora, así como el anuncio de una “Política de Radio Nacional de Chile”, la cual “sugerirá las medidas que se estimen más adecuadas para el logro de los fines propuestos” (Gobierno de Chile, 1979, pp. 630-631).

El “período de racionalización” se convirtió así en uno de decadencia. A modo de justificación, aunque surgió producto de la expropiación, esta radioemisora declaró públicamente ser “heredera de un cuantioso déficit de instalación y operacional”. Este si bien había “ido disminuyendo en el período de forma tal que es posible prever un saneamiento definitivo en el mediano plazo”, significaría

“la venta de algunos activos que no son propios de la función radial” (Gobierno de Chile, 1981, p. 714). Radio Nacional de Chile mostraba señales claras de decaimiento, viéndose incapaz de competir en el dial durante la década de 1980, tanto frente al surgimiento de otras radioemisoras como ante el crecimiento de la frecuencia modulada.

La radioemisora se sometió así a una serie de cambios para mantenerse como un medio de comunicación útil para el gobierno. Signo de esto fue su cambio de imagen en 1983, cuando, en la búsqueda de generar un impacto entre su público, cambió el logo de la radioemisora, asemejándose bastante al de la estación de radio estadounidense WJLA-TV de 1971⁶. A esto se sumaría en 1985 el cambio de su nombre a Radio Sistema Nacional —el cual no duró mucho, volviendo al original en 1987— como también sus dependencias. Luis Antonio Gamboa fue el locutor quien inició las transmisiones desde el segundo piso de calle San Antonio N° 220, Santiago. Durante ese mismo año se le entregaría una nueva concesión a la radioemisora en regiones, con el objetivo de llenar un vacío y fortalecer la presencia de los medios de comunicación estatales fuera de la capital (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, 1985). Asimismo, tan solo unos meses después, se promulgó su nuevo estatuto orgánico (Ministerio de Defensa Nacional, 1985) y se comenzó a transmitir semanalmente, con el apoyo de la Secretaría de Relaciones Culturales, el programa “Contacto con el arte y la cultura” (Gobierno de Chile, 1985, p. 538). Estos cambios no parecieron suficientes, y al año siguiente se promulgó un nuevo reglamento de servicio de bienestar para el personal de la radioemisora (Ministerio del Trabajo y Previsión Social, 1987) con lo que se inició un proceso de cambio de programas y de sus contenidos.

Si bien ya había intentado transmitir una programación más juvenil en el 94.5 MHz en 1977 —cambiando al 88.9 MHz en 1981—, fue recién el 22 de mayo de 1986 que se iniciaron las transmisiones de Radio Futuro⁷. Esta fue una filial de la Radio Nacional de Chile, abocada a una programación juvenil y musical, más adecuada para competir con sus pares en el dial. Fue este el comienzo en la radiofonía nacional para figuras como Fernando Solís, Karin Yanine y Ricardo Cubillos, con José Luis Córdova, como director responsable, y Patricio Livingstone, como director musical.

Para 1987, Radio Nacional de Chile —volviendo a su nombre original— transmitió, otra vez con el apoyo de la Secretaría de Relaciones Culturales, un ciclo de programas especiales para conmemorar la vida y obra a 150 años de la muerte de Diego Portales. Esta colaboración se repetiría en 1989 con el programa “Entre artistas”, tribuna importante para artistas e intelectuales proclives a la dictadura (Gobierno de Chile, 1989, p. 471). Este sería el último esfuerzo del gobierno, o al menos el último del que se tiene registro, para salvar a esta radioemisora.

Radio Nacional de Chile, así como todos sus programas y filiales en el dial, fueron incapaces de competir sin contar con un apoyo más decidido por parte del gobierno. Aunque algunos programas como “Más Deporte” —transmitido desde 1983 en reemplazo del conocido “Chile Deportivo”— llegaron a ser líderes en sintonía y lograron popularizar deportes como el fútbol en los estratos socioeconómicos altos y medios de la población, gracias a la dirección de Milton Millas. Pese a esto la radioemisora ya estaba condenada a su desaparición.

Con la vuelta a la democracia el 11 de marzo de 1990, el gobierno de Patricio Aylwin pareció estar más cómodo tomando distancia respecto a la que había sido la radioemisora de la dictadura. No se planificó ninguna estrategia de aprovechamiento y/o reestructuración de este medio de comunicación. Relegada así durante años, con la llegada del gobierno de Eduardo Frei se anunció su licitación y posterior venta en 1995 a Santiago Agliati Gambino, quien era dueño de una empresa de vidrios. Esto marcó el paso al olvido de Radio Nacional de Chile.

4.2. La radiofonía en dictadura, conflictos y tensiones

El análisis sobre el desarrollo de Radio Nacional de Chile permite plantear una serie de supuestos respecto a la relación que el gobierno mantuvo con las comunicaciones y, en particular, con la radiofonía durante la dictadura.

En primer lugar, el control sobre las comunicaciones fue estricto e irrestricto. Esto tanto por las estrategias bélicas convencionales, como también por una cuestión de legitimidad. Si bien la Junta había llevado a cabo un golpe de Estado contra

un gobierno cuestionado, este había sido elegido democráticamente por los ciudadanos y posteriormente fue ratificado por el Congreso Nacional. La Junta, por el contrario, no contaba con la misma legitimidad. Por ello fue fundamental mantener un control de las comunicaciones, con el objetivo de esparcir un solo mensaje: que este acto había sido necesario para salvaguardar la integridad del país (Jara, 2011).

En segundo lugar, y en relación con lo anterior, el control de las comunicaciones se debió también a una cuestión de imagen, no solo nacional sino también internacional. La Junta, si deseaba dar esa impresión de salvadora del país, necesitaba el apoyo de las naciones extranjeras. Aunque esto no fue lo único que las autoridades realizaron para buscar simpatías fuera de Chile, lo cierto es que sí fue importante. Dar una buena impresión en el extranjero y luchar contra los dichos de los exiliados en distintos países, se volvió algo fundamental para el gobierno (Varas, 2012).

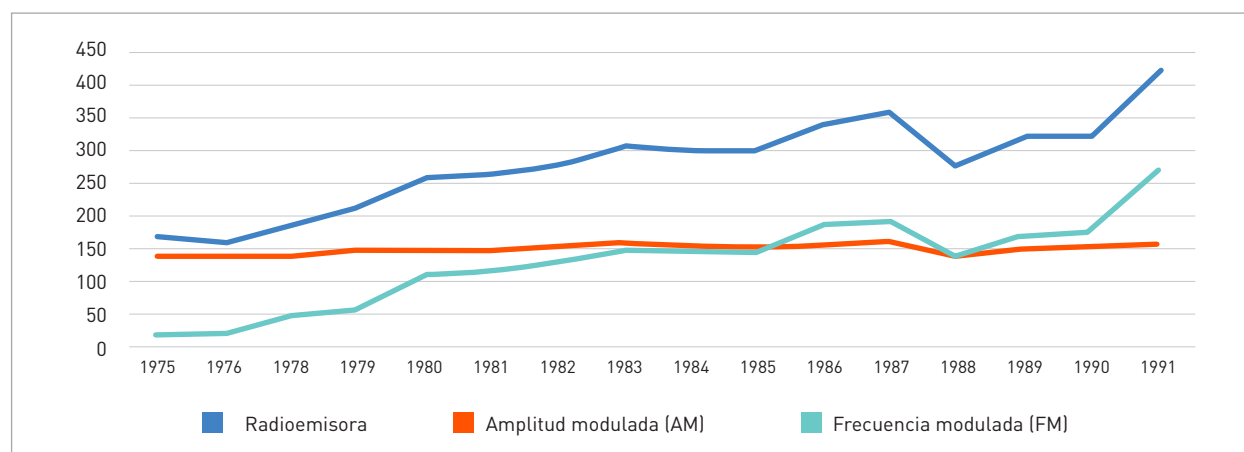
En tercer lugar, lo sucedido con Radio Nacional de Chile da cuenta del choque que existió entre distintos modelos económicos y sociopolíticos durante la dictadura. Aunque en un inicio la Junta se sentía más cómoda con un corporativismo de cuño nacionalista, esto fue cambiando a lo largo de la década de 1970. En particular, después de 1975 y 1977, cuando nuevos asesores, conocidos como Chicago Boys, asumieron importantes puestos dentro del gobierno y aplicaron políticas neoliberales, con una lectura particular del principio de subsidiariedad (Gárate, 2012). Para las empresas culturales, esto se tradujo en la pérdida de apoyos por parte del gobierno y luego su privatización o, en el peor de los casos, desaparición. No obstante, Radio Nacional de Chile, aunque sí fue perdiendo el interés de las autoridades, se mantuvo en sus manos como herramienta política y comunicacional.

En cuarto lugar, y tal como se aprecia en el **Gráfico N° 1**, Radio Nacional de Chile atestiguó cómo cambiaban las preferencias en el dial y se sumaban nuevos competidores en este. Fue durante estos años que la primacía pasó progresivamente de la Amplitud Modulada (AM) a la Frecuencia Modulada (FM), la que llegó a sumar nuevos competidores ávidos por captar publicidad. Radio Nacional de Chile, aunque intentó adaptarse a esta realidad, quedó obsoleta ante las cambiantes necesidades

del mercado, como sucedió durante estos años con buena parte de las radioemisoras AM. La radiofonía sufrió un crecimiento significativo durante el periodo 1975-1990, específicamente, la cantidad de radioemisoras en el dial se incrementaron en un 255,4%. Aunque no fue algo continuo, ya que existieron años a la baja, lo cierto fue una tendencia al alza durante todo el período de la dictadura, con varias radioemisoras que se sumaron a competir por publicidad y la atención de los radioescu-

chas. Por otro lado, la inversión de preferencias, desde la AM a la FM, se da como hecho desde mediados de la década de 1980, cuando el interés y el financiamiento a través de la publicidad se trasladaron a esta banda. Este cambio se acentuó durante los últimos años de la dictadura, debido a la privatización de los medios de comunicación y a la confianza depositada por las autoridades en las políticas de *shock*.

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia en función de la información entregada por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE).

5. Conclusiones

Radio Nacional de Chile fue una de las pocas empresas culturales que se mantuvo durante la dictadura cívico-militar chilena, la que ha sido casi dejada de lado por buena parte de las investigaciones académicas. Sin embargo, los alcances de este artículo van más allá, ya que como se propuso, el estudio de esta radioemisora permite entender de mejor manera el uso que hizo el Estado de las comunicaciones y, en particular, la influencia que tuvo dentro de la radiofonía nacional. Esta radioemisora demuestra muy bien las tensiones que se vivieron en el dial, con presiones e intereses cruzados, tanto de parte del gobierno como de privados.

Aunque Radio Nacional de Chile puede catalogarse como una excepción, lo cierto es que también se vio afectada por la desaparición y despreocupación del aparato estatal. Esto ocurrió producto de las políticas de *shock* y las propuestas neoliberales que dejaban a las empresas culturales en manos del mercado. No obstante, esto podría proporcionar una visión parcial de lo ocurrido, puesto que

las autoridades de aquel entonces no abandonaron a su suerte a esta radioemisora como sí lo hicieron con otras empresas culturales, que no eran de su simpatía. Aunque algunas empresas culturales como la Editora Nacional Gabriela Mistral o Chile Films sí fueron abandonadas, Radio Nacional de Chile, por su propia naturaleza de radioemisora y su efectividad para llegar a toda la población, tanto dentro como fuera de las fronteras nacionales, fue más bien uno de los canales principales del discurso oficial de la dictadura.

Es posible afirmar que, aunque la influencia del neoliberalismo desempeñó un papel fundamental y gravitante en la esfera cultural, incluyendo en esto a las comunicaciones, esta no fue absoluta. La Junta se mantuvo presente en esta y otras empresas culturales que eran de importancia. Esto le permitía buscar no solo la simpatía de la población o el control de la información circulante por aquel entonces, sino también ofrecer un discurso que le diera legitimidad y gobernabilidad del país.

Notas

1. Radio Balmaceda fue clausurada finalmente en 1977 y Radio Chilena pasó a ser opositora al igual como ocurriría con Radio Cooperativa. Además, cabe aclarar que en el caso de Radio Bío-Bío, esta es una radio regional nacida en 1966.
2. Según el autor, durante la década de 1960 la radio se extendió por todo el territorio nacional. Asimismo, destaca que en aquel entonces es posible distinguir tres hitos relevantes: el lanzamiento al mercado de los radiorreceptores transistorizados, el comienzo de las transmisiones en frecuencia modulada y, finalmente, la aparición de la televisión. El lanzamiento de los nuevos receptores de bajo costo permitió aumentar a 750.000 el número de aparatos existentes, lo cual marcó su expansión hacia todos los sectores de la sociedad. Adicionalmente, se modificaron los hábitos de consumo, pasándose de un consumo familiar en torno al gran receptor, hacia otro más individual. De igual modo, el 1 de marzo de 1962 ocurre un hecho histórico para la radiodifusión chilena. Ese día nace Radio El Conquistador, la primera estación de frecuencia modulada del país. Con la llegada de esta emisora se marca la división entre dos formatos radiales, claramente establecidos. Por un lado, uno más popular y masivo, con énfasis en lo informativo, a cargo de las emisoras de la banda AM; y, por otro, uno orientado a un público más reducido o selecto, con una programación cuidada y casi enteramente musical, con predominio de música clásica y orquestada, en la FM. Ese año también encuentra al país enfervorizado con la organización de la Copa Mundial de Fútbol. Este acontecimiento marca la aparición de la televisión en Chile, al menos masivamente, con su ascenso paulatino pero constante, el cual le valió una baja gradual en el liderazgo que ostentaba la radio como medio predilecto de comunicación por aquel entonces.
3. Como propone el autor, la pluralidad de Radio Portales se perdió cuando la familia Hirmas vendió sus acciones, a muy bajo valor, al gobierno de Salvador Allende. Desde entonces, se fuerza a la estación a tomar una línea de apoyo a la Unidad Popular y finalmente termina siendo una de las 14 emisoras que integraban la red "La Voz de la Patria", afirma el entonces director.
4. Según recuerda el autor, el programa era escuchado por detractores, "pero también lo oían los pinchetistas que hervían de rabia. 'Es la hora del sartal de mentiras. A ver qué van a decir los bandidos', decían".
5. Nos referimos al programa "Poemas de Neruda en la Radio Nacional", transmitido durante 1976.
6. Se pasó de un logo en blanco y negro, de una estética muy simple y sin ninguna proximidad con la población en general, a un logo tricolor, el cual empleaba justamente los colores de la bandera nacional, buscando así un impacto y sentido de pertenencia más grande.
7. Radio Futuro, filial de Radio Nacional de Chile, no guarda relación alguna, salvo la coincidencia de nombres, con la emisora Radio Futuro que inició sus transmisiones el 17 de julio de 1989 y que actualmente es parte de Iberoamericana Radio Chile.

Referencias

- Aróstegui, J. (1995). *La investigación histórica: teoría y método*. Crítica.
- Balandier, G. (1994). *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Ediciones Paidós.
- Bravo, A. (1986). *El Mercurio: un discurso sobre la cultura (1958-1980)*. CENECA.
- Cáceres, L. (2008). La verdadera historia del rescate del último discurso de Salvador Allende. *CIPER Chile*. <https://bit.ly/3UHkcYf>.
- Campos, S. (2016). *La voz de la radio está llamando. Mis memorias*. Aguilar.
- Catalán, C. & Munizaga, G. (1986). *Políticas culturales estatales bajo el autoritarismo en Chile*. CENECA.
- Cavallo, A., Salazar, M. & Sepúlveda, O. (2008). *La historia oculta del régimen militar*. Uqbar Editores.
- Donoso, K. (2019). *Cultura y dictadura. Censuras, proyectos e institucionalidad cultural en Chile, 1973-1989*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- El Mercurio* (1978, marzo, 8). Preocupa criterio estatizante en política de comunicaciones.
- Errázuriz, L. H. & Leiva, G. (2012). *El Golpe Estético. Dictadura Militar en Chile 1973-1989*. Ediciones Ocho Libros.
- Fernandois, J. (2004). *Mundo y fin de mundo. Chile en la política mundial 1900-2004*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Gárate, M. (2012). *La revolución capitalista de Chile (1983-2003)*. Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Gazmuri, C. (2012). *Historia de Chile, 1891-1994. Política, economía, sociedad, cultura, vida privada, episodios*. RIL Editores.
- Gobierno de Chile (1976). *Mensaje Presidencial*. Santiago. <https://bit.ly/3SZwMkh>.
- Gobierno de Chile (1978). *Mensaje Presidencial*. Santiago. <https://bit.ly/3g60WDR>.

- Gobierno de Chile (1979). *Mensaje Presidencial*. Santiago. <https://bit.ly/3rQkXki>.
- Gobierno de Chile (1981). *Mensaje Presidencial*. Santiago. <https://bit.ly/3Cw70gj>.
- Gobierno de Chile (1985). *Mensaje Presidencial*. Santiago. <https://bit.ly/3yCXYwZ>.
- Gobierno de Chile (1989). *Mensaje Presidencial*. Santiago. <https://bit.ly/3RXq4Kg>.
- Gutiérrez, P. & Munizaga, G. (1983). *Radio y cultura popular de masas*. CENECA.
- Jara, I. (2011). Graficar una 'segunda independencia': el régimen militar chileno y las ilustraciones de la Editorial Nacional Gabriela Mistral. 1973-1976. *Historia*, 44 (1), 131-163. <https://doi.org/10.4067/S0717-71942011000100004>.
- Junta Militar de Gobierno (1973). Bando N° 1. Santiago.
- Lasagni, M. C., Edwards, P. & Bonnefoy, J. (1987). *La radio en Chile (historia, modelos, perspectivas)*. CENECA.
- Mandoki, K. (2007). *La construcción estética del Estado y de la identidad nacional*. Siglo XXI Editores.
- Marchant, R. (2001). *La radio en Chile: a todo volumen. En sintonía con los nuevos tiempos*. s.n.
- Marcuse, H. (1979). *The aesthetic dimensión*. The Macmillan Press.
- Ministerio de Defensa Nacional (1985, septiembre, 10). Decreto N° 44. *Diario Oficial de la República de Chile*. <https://bcn.cl/2gv95>.
- Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones (1985, mayo, 15). Decreto N° 20. *Diario Oficial de la República de Chile*. <https://bcn.cl/382gy>.
- Ministerio del Interior (1974, enero, 14). Decreto-Ley N° 258. *Diario Oficial de la República de Chile*. <https://bcn.cl/382g0>.
- Ministerio del Trabajo y Previsión Social (1987, enero, 28). Decreto N° 47. *Diario Oficial de la República de Chile*. <https://bcn.cl/382gt>.
- Ministerio Secretaría General de Gobierno (1996). Perspectivas de la radio en Chile. *Reseña de Medios* (32).
- Munizaga, G. (1983). *El discurso público de Pinochet. Un análisis semiológico*. CLACSO.
- Navarro, A. (2014). *Cultura ¿Quién paga?*. RIL Editores.
- Paredes, R. (2012). *Chile cuando era radio, 1922-1944*. Editorial Académica Española.
- Pross, H. (1980). *Estructura simbólica del poder. Teoría y práctica de la comunicación pública*. Editorial Gustavo Gili.
- Qué Pasa* (1973, noviembre, 2). Radio Nacional. Servir las 24 horas del día. 132.
- Qué Pasa* (1974, mayo, 31). 'Voz de Chile' en diez idiomas. 162.
- Rivera, C. (2008). La verdad está en los hechos: una tensión entre objetividad y oposición. Radio Cooperativa en dictadura. *Historia*, 41 (1), 79-98. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-71942008000100004>.
- Secretaría de Relaciones Culturales. (1979). Boletín, 7 junio de 1979.
- Serrano, B. (2013). *Exhumación del olvido. Cronología de la Dictadura, 1973-1989*. Ceibo Ediciones.
- Silber (1990). *Guía Silber. Directorio de instituciones de Chile*. Silber Editores.
- Sparks, C. (1996). The evolution of cultural studies... En Storey, J. (Edt.), *What is Cultural Studies? A Reader*. Arnold.
- Tarud, R. (2002). *Historia de una vida*. Editorial Planeta.
- Teitelboim, V. (2001). *Noches de radio*. (Escucha Chile). LOM Ediciones.
- Varas, J. M. (2012). *Escucha Chile. Radio Moscú*. LOM Ediciones.
- Velasco, J. (2015). *Violencia, medios de comunicación y estado securitario en Chile, 1977-1988* (Memoria para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales). Facultad de Derecho de la Universidad de Chile.

- Sobre el autor:

Matías Alvarado Leyton es Doctor en Historia por la Universidad San Sebastián. Magíster y Licenciado en Historia por la Pontificia Universidad Católica de Chile. Investigador de la Universidad San Sebastián.

- ¿Cómo citar?

Alvarado-Leyton, M. (2022). Radio Nacional de Chile. La apuesta radiofónica de la dictadura cívico-militar chilena. *Comunicación y Medios*, 31(46), 109-119. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66031>

El contenido radiofónico por otros medios. Estrategias de distribución y comunicación en redes de actores radiofónicos argentinos (2019-2020)

Radio content throughout other platforms. An analysis of the distribution and communication strategies of content on social media and platforms by different radio producers in Argentina (2019-2020)

Agustín Espada

Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, Argentina

aeespada@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2002-6844>

Resumen

La radio multiplataforma incorpora a su universo artístico y comercial nuevos canales de comunicación y contacto con sus audiencias: plataformas de distribución audiovisual como Spotify, YouTube y agregadores radiofónicos, en combinación con redes sociales digitales. Este artículo analiza las decisiones que toman las radios (*online* y hertzianas) para gestionar las plataformas externas a los canales propios. En particular, compara 30 emisoras, en cuatro ciudades argentinas, a través de un análisis de contenidos y entrevistas semiestructuradas y propone una clasificación de estas estrategias multiplataformas. Estas plataformas de distribución de contenidos son concebidas como espacios de competencia y no de complementación por parte de las emisoras más importantes. Las redes sociales aparecen como una faceta de extensión de la vida y la narrativa de las emisoras, por lo que las estrategias informativas y promocionales son las más utilizadas. La "socialidad" de las radios en internet, en las redes sociales en particular, se encuentra marcada por la verticalidad de origen del proceso comunicativo.

Palabras clave: Radio argentina; redes sociales; multiplataforma; internet; contenidos

Abstract

Multi-platform radio incorporates new channels of communication and contact with its audiences within its artistic and commercial universe: streaming such as Spotify, YouTube, and radio aggregators, combined with social media. This article analyzes the decision-making process of radio stations (*online* and hertzian) to manage their services of streaming, external to their own channels. Particularly, the study compares 30 stations, located in four Argentine cities. We conducted a content analysis and semi-structured interviews with key sources. We suggest how to classify such multiplatform strategies. The most important broadcasters conceived these platforms as tools for competitive but not complementary purposes. Digital media appear as an extension of radio stations' lives and narratives. Consequently, both informative and advertising strategies are the ones radio stations deployed the most. The "conviviality" of digital radio stations, particularly in their social media, is still framed by a top-down approach of communication.

Keywords: Argentine radio; social networks; multiplatform; internet; content

1. Introducción

En el ecosistema de la radio en internet se encuentran las radios tradicionales y otros actores emergentes, como emisoras *online*, productores de *podcasts* y plataformas de terceros (como las de agregación y publicación de contenido y las redes sociales) (Barrios & Gutiérrez, 2016). Este marco propone un régimen de adaptación que incluye la competencia y complementariedad con actores, con diversas lógicas, obligaciones y objetivos en un ecosistema diversificado (Espada, 2017).

El entorno multiplataforma permite a la radio diversificar las formas y los contenidos con los que llegar a sus audiencias. El diseño de un sitio web, la publicación de notas sobre la programación o la gestión de redes sociales amplían sus capacidades como centro productor de contenidos radiofónicos (Van Haandel & Ramos, 2015).

La masificación de internet y, posteriormente, de las redes sociales y plataformas digitales de distribución de contenidos produjo lo que se conoce como cuarta generación de oyentes de radio (Bonini & Monclús, 2015): la audiencia en red. Las emisoras, los programas y las figuras de la radio suman a su trabajo (y a sus vidas) la gestión de cuentas y perfiles en redes sociales digitales como una tarea adicional. Estas plataformas contribuyen a generar audiencias, promover marcas, producir contenidos y fortalecer la relación con los radioescuchas.

En Argentina, la penetración de estas plataformas es masiva: Facebook es usado por el 82% de la población conectada a internet; Instagram, por el 55%; Twitter, por el 22%; YouTube, por el 71% y Spotify, por el 25% (Mitchelstein & Boczkowski, 2022). Estudiar las estrategias y decisiones de emisoras de radio (tradicionales y *online*) para publicar contenidos y relacionarse con usuarios en espacios digitales resulta, por lo tanto, relevante para analizar el actual modelo productivo. Este trabajo describe, clasifica y analiza las prácticas de distribución y re-distribución para estas plataformas desplegadas por 30 emisoras argentinas. Las hipótesis del estudio es que los actores emergentes del mundo digital no priorizan los espacios de propiedad propia a favor de la multicanalidad, mientras que las radios tradicionales privilegian

la circulación de sus producciones en sus páginas *webs* y aplicaciones. Las emisoras musicales y juveniles, en tanto, potencian las funciones interactivas de las redes sociales y cuentan con mayor actividad en Instagram, mientras que las radios de corte informativo-noticioso hacen un uso acorde a esa línea artística y priorizan Twitter.

2. Pensar y definir el escenario multiplataforma de la radio

El modelo de negocios (Campos, 2010) tradicional de la radio, componente necesario de su proceso de valorización del capital (Zallo, 1988), consiste en ofrecer unos contenidos que se combinan en programas y se agregan en programaciones a unas audiencias que los consumen gratuitamente. Estas son comercializadas en el mercado publicitario, principal fuente de ingreso de la industria (Fernández & Peinado, 2012). El control de los emisores sobre la plataforma de distribución (el espectro radioeléctrico), a través de las concesiones entregadas por los Estados, cierra el ciclo de negocio.

El mercado radiofónico está en un momento de transición multicanal donde proteger las audiencias tradicionales en el canal hertziano lineal es tan relevante como alimentar nuevas plataformas en las cuales se encuentran nuevos oyentes. Se trata de un escenario sin un canal dominante nítido, donde es necesario buscar oyentes en distintos conductos (García, 2012). Esto requiere revisar los modelos productivos para incluir nuevos hábitos de escucha y usos de los contenidos en redes y plataformas de terceros. Las emisoras deben romper el modelo rudimentario de explotación de esos espacios para retomar el control de la distribución y comercialización de sus contenidos.

La búsqueda de audiencias debe darse en canales tradicionales y otros virtuales donde también circulan y se encuentran "incidentalmente" con el contenido (Martínez Costa & Prata, 2017; Mitchelstein & Boczkowski, 2018). Otros autores han discutido la necesidad de mejorar la oferta personalizada y sindicada de contenidos radiofónicos (Cea-Esteruelas, 2013; Martínez *et al.*, 2012; Pedrero *et al.*, 2014).

El auge de la cultura digital, las redes sociales y dispositivos como los *smartphones* se combinan con la radio en la llamada “cuarta era de la escucha radiofónica” (Bonini & Monclús, 2015, p.16). En este momento, los oyentes son más “ruidosos” que antes, están más interconectados y potencialmente disponibles para la generación de comunidades virtuales de audiencia, con un alto valor publicitario (Bonini & Gazi, 2018). La aparición y masificación de lo que se denomina “plataformas de radio social” (Kischinhevsky, 2017, p.113) y de un tipo de oyente “híbrido y multiplataforma” (Videla-Rodríguez & Piñero-Otero, 2017, p.1439; Martínez & Prata, 2017, p.124) reconfiguran la radio, principalmente, en su etapa de distribución.

Es necesario adoptar una definición de plataforma y diferenciar redes sociales de redes mediáticas. Por plataformas nos referimos a sitios o aplicaciones web. Se denomina plataformas de mediatización a “complejos sistemas *multimodality* de intercambios discursivos mediatizados que permiten la interacción o, al menos, la copresencia entre diversos sistemas de intercambio discursivo mediático” (Fernández, 2018, p. 30). La diferencia radica en que las redes sociales no siempre son mediáticas.

La gestión de la hibridez del consumo, la diversificación de canales de contacto con audiencias y la multiplicación de ventanas de expendio de los productos radiofónicos implica la toma de diversas decisiones (Berry, 2013). La inclusión de espacios no-propios, como perfiles en redes sociales y plataformas audiovisuales dentro del proceso de valorización y del modelo de negocio radiofónico, complejiza la gestión, la tensiona e incluye nuevos lenguajes y actores con los cuales relacionarse. Este artículo aborda este problema crítico del modelo de negocio radiofónico a través de un estudio comparado de casos.

3. Estudiar el contenido radiofónico multiplataforma: Una estrategia metodológica

Abordamos las distintas decisiones que adoptan los proyectos radiofónicos para gestionar la multicanalidad de sus producciones (Cebrián, 2011).

Así, se aborda esta práctica a través de dos conjuntos de plataformas (Kischinhevsky, 2017): las de agregación de contenidos, como YouTube, Spotify y las radiofónicas (RadioCut, Tuneln, las más utilizadas por emisoras y usuarios), y las redes sociales digitales (Twitter, Instagram y Facebook).

El diseño es cualitativo y comparativo (Ragin, 2004; Lijphart, 1971), exploratorio y descriptivo, bajo una perspectiva de la economía de los medios, particularmente en línea con el estudio de la gestión de medios (Albarrán, 1998). Combinamos métodos: Uno correspondió al análisis cualitativo de contenido a los perfiles y publicaciones de los casos estudiados en dos períodos de tiempo (octubre y noviembre de 2019 y febrero y marzo de 2020). El otro, consistió en realizar 48 entrevistas semiestructuradas con distintos informantes clave entre agosto de 2019 y marzo de 2020 (ver **Tabla 1** en Anexos). Los entrevistados corresponden a trabajadores de los departamentos digitales de producción, comercialización y de dirección estratégica de las emisoras.

Construimos una muestra intencionada de 30 emisoras en AM, FM y exclusivamente digitales. Las emisoras AM en Argentina explican el 30% del consumo de radio y Radio Mitre, la segunda más escuchada del país, utiliza esta tecnología (Kantar Ibope Media, 2020). Consideramos radioemisoras basadas en las cuatro ciudades más pobladas de Argentina (Buenos Aires, Córdoba, Rosario y Mendoza) y que respondieran a tres criterios: audiencias (las más escuchadas, según Kantar Ibope Media), la pertinencia para la investigación (radios que no fueran las más escuchadas pero sus estrategias eran pertinentes para este estudio) y estrategias de negocios (que permitía considerar radios exclusivamente *online*, para las cuales no hay mediciones de audiencia, pero tienen indicadores de producción e inserción comercial). La muestra intencionada quedó finalmente conformada por 30 radioemisoras, de las cuales siete transmiten en AM; 16, en FM; 3, en ambas, y 4, exclusivamente *online*. 19 están localizadas en Buenos Aires; tres, en Córdoba; tres, en Mendoza, y cinco en Rosario (ver **Tabla 2** en Anexos).

Para comparar, consideramos dos dimensiones sobre la fase de distribución de los contenidos: la gestión de los canales de terceros y la comunica-

ción en redes. Se analizaron dos grandes dimensiones: Gestión de canales digitales y comunicación pública de redes. Los aspectos que observamos para cada una de ellas y en cada plataforma y caso analizado, son¹:

Dimensión 1: Gestión de canales digitales

Se construye sobre la base de tres conceptos clave: “Multiplataforma” (Edmond, 2014; Cebrián, 2011; Videla-Rodríguez & Piñeiro-Otero, 2017; García, 2012), “Crossmedia” (Martínez Costa et al., 2015; Cordeiro, 2012; Martínez Costa & Prata, 2017) y “Coopetición” (Kischinhevsky, 2017). Para cada uno de ellos, se observaron aspectos específicos, en plataformas particulares.

Para el caso de “multiplataforma”, se observó el tipo de contenidos publicados (programados, originales, en video, solo audio, duración), en particular en YouTube. Para “crossmedia”, se observaron aspectos como la realización de transmisiones en vivo (total, parcial, evento externo o programación), con énfasis en plataforma Spotify. En el caso de la herramienta “agregadores”, observamos la relación de los contenidos con el aire de la emisora (publicación de escenas fuera de aire, eventos no ligados al aire, contenido extra), que operacionaliza el concepto de “coopetición”.

Dimensión 2: Comunicación pública en redes

Explora tres modelos: de distribución informativa, promocional y el interactivo y participativo (Avilés, 2017). Para el caso del primero, observamos las transmisiones en vivo, enlaces de actualización noticiosa que redirigen a la web de la emisora, transcripción de fragmentos de contenidos del aire, enlaces para re-escuchar audios, información-servicio y coberturas en tiempo real de lo que sucede en vivo. El énfasis está en Twitter. En el segundo modelo, observamos la publicación en Facebook de información institucional, anuncios de programas, anuncios de conductores o figuras de la grilla. Finalmente, donde Instagram emerge como relevante, observamos mensajes que convocan a concursos o lanzan consignas para la integración de los comentarios de los seguidores en el programa (o no), encuestas o votaciones y los mensajes de respuesta desde las cuentas institucionales (emisoras) a seguidores.

La codificación de los aspectos observados fue realizada por el autor del artículo. Las estrategias identificadas se clasifican en tres categorías creadas previamente para este estudio:

- a. **Centralizada:** el emisor tiene el completo control y propiedad de los canales por donde circulan los contenidos y no permite que plataformas de terceros tomen su contenido, así como tampoco los publica en ellas.
- b. **Descentralizada:** donde el emisor pone a circular sus contenidos por una amplia variedad de canales y plataformas.
- c. **Multiplataforma:** donde los contenidos, además de ser distribuidos en diferentes espacios digitales, adoptan formatos específicos y cuentan con distintas formas de monetización, las plataformas de terceros son vistas como complementarias y no como competencia.

4. Resultados

4.1 Gestión de canales digitales de terceros: YouTube y Spotify

YouTube es la tercera plataforma digital más utilizada en el país, solo superada por Google y Facebook. En ese escenario los radios se encuentran con otro problema para definir su propuesta: la conceptualización de YouTube como una plataforma de *streaming* audiovisual. Sin embargo, los datos de consumo musical (IFPI, 2020) muestran que es utilizada para “escuchar” contenidos. Por tanto, la necesidad de complementar el audio con una imagen de fondo o video se convierte en una de las trabas para decidir si avanzar o no en la oferta de contenidos allí.

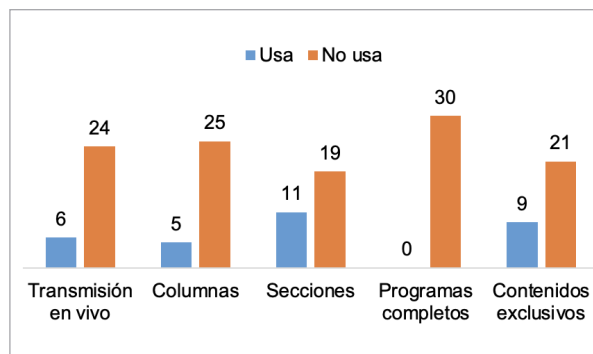
El panorama general de explotación de los canales de YouTube por parte de los casos estudiados muestra que es más habitual la utilización de esta plataforma para ofrecer contenidos de manera desprogramada que para transmisiones en vivo. La mayor parte de los casos concentra su oferta entre columnas y secciones. Habitualmente se publican con una placa de fondo, lo que transforma al

audio en el único atractivo del contenido. Son pocos los casos que publican estos cortes en formato video y tienen que ver con la transmisión: La 100, Vorterix y Metro.

Poco más de la mitad de las radioemisoras estudiadas (16) tiene un canal propio en YouTube. Vorterix es el caso con más suscriptores y es el único que utiliza este servicio como su principal canal de transmisión (por encima de su propia web, según los entrevistados). Las 24 horas de su programación se transmiten en esa plataforma. Además, ninguna de las emisoras estudiadas localizadas en ciudades distintas a Buenos Aires utiliza esta plataforma de manera activa.

La Red destaca en cuanto al promedio de vistas por video. Ello se explica por los contenidos deportivos y su popularidad en esta plataforma. Esto alumbra un problema: muchos programas o fragmentos de programas de la programación de La Red son subidos por usuarios y escapan a la contabilidad del canal oficial, incluso algunos videos tienen más vistas que los “oficiales”.

Gráfico 1. Uso de los canales de Youtube



Fuente: Elaboración propia.

Destaca, también, el número de casos que producen contenidos exclusivos para esta plataforma. En especial, La 100, Mitre y FutuRock muestran gran cantidad de producciones en vídeo relacionadas a contenidos periodísticos vinculados temáticamente al canal tradicional (los primeros dos casos) o producciones ligadas a la cultura (el último).

Entre las emisoras *online*, solo FutuRock utiliza este canal cuando se podría suponer que la conceptualización “multicanal” se incorpora como una característica fundamental de estos casos. Por último, las emisoras FM de Buenos Aires son más

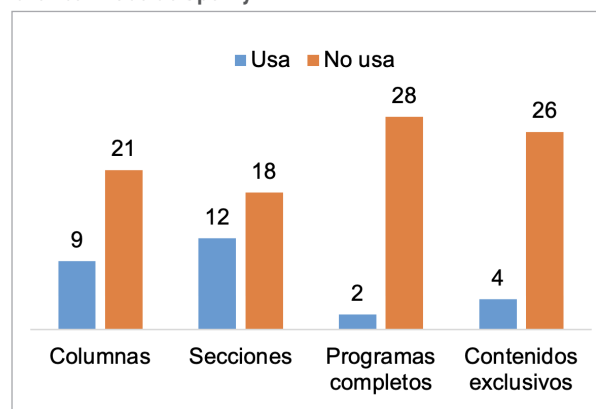
afines a utilizar de distintas formas este servicio que las emisoras de AM, aunque algunas radios informativas son las que mejor rendimiento tienen.

La visualidad de YouTube aparece como una discusión interna o general al momento de tomar esta plataforma como un canal para dotar de contenido. YouTube como una plataforma de video y no para “escuchar” contenidos predomina entre los casos analizados. Utilizar, aunque sea de manera precaria y económica, cámaras para mostrar lo que sucede en estudios se entiende como una estrategia apropiada para YouTube. Sin embargo, podría significar una pérdida de oportunidades para conectar con nuevas audiencias que busquen contenidos en esta plataforma acordes a las lógicas artísticas y estéticas del soporte.

4.2 Spotify

Spotify es cada vez más importante en el mercado de audio digital porque ha incorporado, crecientemente, contenidos “hablados”. Detrás de México y Brasil, Argentina es el tercer país más importante en la región para la plataforma: El 90% de los oyentes de *podcast* en Argentina lo hace a través de Spotify (Podcasteros, 2021) y captura el 55% de las escuchas de música digital (Carrier, 2022). Más allá de la naturaleza “sonora” de Spotify, las emisoras que utilizan este espacio para redistribuir sus contenidos son menos (sólo 12) en comparación con las que usan YouTube y lo hacen para publicar secciones o fragmentos de programas. Apenas dos publican programas completos y cuatro, *podcasts* de producción específica para el digital (no exclusivos para Spotify).

Gráfico 2. Uso de Spotify



Fuente: Elaboración propia.

Solo dos de los 12 casos de emisoras que utilizan Spotify para redistribuir sus contenidos son radios AM (la 750 y Radio Nacional). Las radios FM que publican allí son las más “habladas” (Radio Con Vos, Pop, Metro y Vorterix). Destacan dos emisoras con producción de podcasts originales, La 100 y Aspen, que no emiten por este servicio. Todos los casos de radios *online* estudiados se suman a Spotify para subir sus contenidos.

El caso de Congo FM es, quizás, el más exitoso en el uso de este soporte con volúmenes de audiencia comparables entre Spotify y transmisión oficial. Su director, Clemente Cancela, explica que la audiencia más joven de la emisora los encuentra ahí y que “llegan mensajes de oyentes que nos conocieron por Spotify, por columnas o entrevistas que encontraron por búsquedas ahí”².

La experiencia de El Destape es similar. Su director, Mariano Moggi, explicita los criterios para diferenciar los contenidos que pueden colocarse en Spotify y los que no³. El trabajo, cuenta, implica identificar dentro de cada programa qué formatos de mejor perdurabilidad, con duración de entre 20 y 30 minutos, pueden ser subidos a esa plataforma. Así, las entrevistas, editoriales y formatos documentales son considerados como los más apropiados para emitirlos en la plataforma.

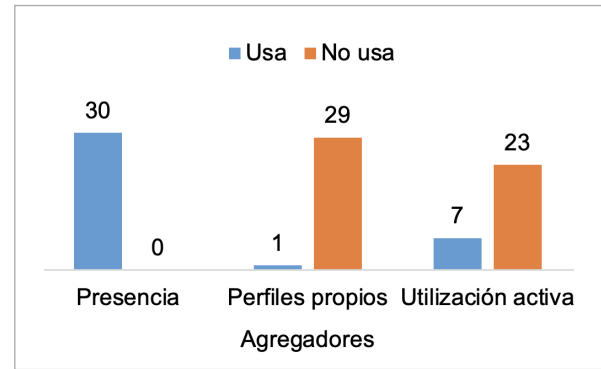
4.3 Agregadores radiofónicos

Los agregadores radiofónicos son sitios y plataformas donde los usuarios acceden a una amplia diversidad de *streamings* en vivo de distintos radios. Todos los casos estudiados se suman a distintos agregadores radiofónicos. Sin embargo, casi ninguna publica o actualiza los perfiles individuales. En el caso de la utilización activa de estos agregadores, la referencia es directa sobre la explotación y generación de cortes en RadioCut (Espada, 2020)⁴ por parte de las emisoras. De esta manera, siete emisoras recortan parte de sus contenidos en esta plataforma y, además, los ofrecen en sus perfiles de redes sociales para un acceso más rápido a contenidos emitidos recientemente (principalmente, Twitter).

Entre los casos analizados, existe un grupo que no se encuentra en RadioCut. Estos son Radio Mitre, La 100, Cadena 3, FM Popular y Metro. Los pri-

meros cuatro casos se deben a un enfrentamiento con la plataforma por la gestión de las marcas y su comercialización digital. Metro, en tanto, abandonó la plataforma meses antes de lanzar su propio navegador temporal en su propia *web* (Metro On Demand).

Gráfico 3. Uso de agregadores radiofónicos



Fuente: Elaboración propia.

La búsqueda de las emisoras que deciden no participar de estos espacios consiste en centralizar en plataformas propias las reproducciones de sus audios (en vivo o a demanda). Pero, por otro lado, también aflora el problema de compartir espacio en igualdad de condiciones con un gran número de emisoras, que sus radioescuchas pueden encontrar y descubrir en espacios tan abiertos. Entonces, participar de esas plataformas no incrementaría su audiencia, sino que arriesga a quienes ya los escuchan. Esta es una de las principales causas por las cuales Marcelo Bakalián (Metro)⁵ y Rubén Corda (Mitre y La 100)⁶ consideran que, más allá del buen servicio y la utilidad de las plataformas, resulta inconveniente económicamente para sus radioemisoras compartir sus contenidos allí. Destacan, finalmente, las emisoras habladas-informativas de FM y las *online* son las que utilizan más activamente la plataforma RadioCut, más allá de estar presentes con sus *streamings* en el resto de los agregadores.

4.4 Planificación y uso de redes sociales

Las comunidades que las emisoras han construido en las redes sociales estudiadas son numerosas, aunque las de Facebook suelen ser las más pobladas. Esto puede deberse a la presencia de estas emisoras en esa red social desde hace, por lo me-

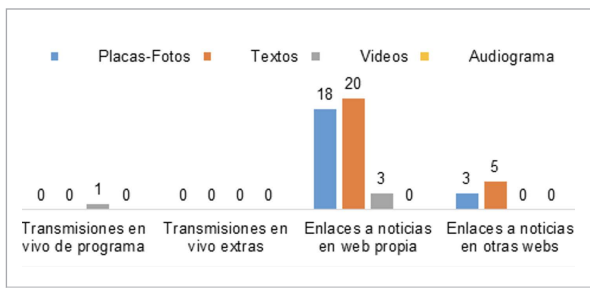
nos, diez años. Existe, también, una relación entre el número de seguidores en Twitter y en Instagram, según si la emisora es hablada-informativa o musical. Por último, destaca también que, en el caso de las comunidades digitales de los proyectos nativos digitales, no registramos casos donde Facebook sea la red social más relevante.

La actividad diaria promedio en cada una de las redes indica que las emisoras habladas cuentan con más actividad en Facebook y Twitter. Esto se debe principalmente a dos cuestiones: la transcripción de eventos que suceden al aire de la radio, como entrevistas, y la recomendación o invitación a visitar o leer distintas notas de los sitios webs. En las emisoras de FM de corte musical no existe tanta diferencia en el tratamiento y el trabajo en redes sociales e, incluso, Instagram se transforma en el principal canal de comunicación social entre historias y posteos.

4.4.1 Twitter

El uso de Twitter dentro de los casos estudiados de emisoras (tradicionales y *online*) es centralmente con dos objetivos: dar seguimiento al vivo de la emisora y replicar contenidos publicados en los sitios digitales. El uso de enlaces para redirigir el tráfico a la *web* propia es de las estrategias más usadas (Gráfico 4). Para eso, las emisoras utilizan una doble táctica de *tuits* escritos combinados con fotos. Se nota una ausencia total de estrategias de transmisión en vivo a través de esta red social.

Gráfico 4. Tipos de uso informativo de Twitter



Fuente: Elaboración propia.

En línea con el uso informativo de esta red social, los casos estudiados no suelen utilizar ni replicar contenido de sitios ajenos. Asimismo, casi la totalidad de emisoras habladas utilizan sus perfiles de

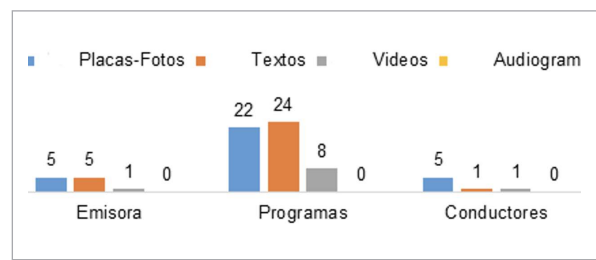
Twitter para transcribir extractos textuales de entrevistas en piso. Los gestores de estos espacios destacan que Twitter es el medio más instantáneo después de la radio y de ahí su afinidad.

En pocos casos estas transcripciones se realizan sobre declaraciones, editoriales o columnas de los integrantes estables de los equipos de los programas. Y todos los casos que realizan una transcripción de contenidos del vivo lo hacen por la vía textual, aunque también se encuentran estrategias multimedia: placas con imágenes de los personajes citados con una cita de lo que dijeron, video de esas declaraciones y audiogramas, aunque en menor medida. Destacan, además, las emisoras de corte periodístico informativo que realizan una cobertura más abundante de lo que sucede en el aire de las emisoras.

Por último, buena parte de los casos estudiados publica en redes sociales información de servicio sobre, por ejemplo, el estado del tránsito, la temperatura o las últimas noticias. Principalmente, utilizan fotos o placas gráficas para comunicar estas cuestiones.

El tipo de emisora condiciona la actividad en redes sociales. Y los usos informativos e interactivos, así como la relevancia de la función promocional para esos espacios, marca, en muchos casos, si se está frente a una emisora joven o adulta, musical o informativa.

Gráfico 5. Tipos de uso promocional de Twitter en las emisoras estudiadas



Fuente: Elaboración propia.

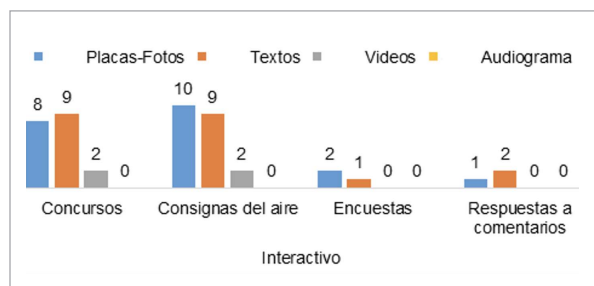
La función promocional en esta plataforma implica un menor caudal de publicaciones y *tuits* de las emisoras estudiadas. Sí se destaca que lo que las emisoras buscan con esta función es anunciar o promocionar programas de su parrilla. Si bien los anuncios incluyen fotos de los integrantes, no es

habitual promocionarlos directamente más allá de, por ejemplo, incluirlos en una foto grupal o arrojarlos en redes sociales.

Otro rasgo destacable es que esta red social no se usa para realizar una comunicación de la marca de la emisora, ni con esloganes, logos o mensajes institucionales. Las acciones de *marketing*, si pueden denominarse así, quedan supeditadas a la construcción de la marca de la emisora a través de los programas de la grilla de aire.

Finalmente, un último aspecto del uso de Twitter en los casos estudiados se relaciona con las capacidades interactivas de esta red. Este espacio es utilizado más que nada para reproducir consignas y concursos que tienen una réplica o provienen del aire. Se recogen testimonios y respuestas a esas consignas, que después son respondidas al aire. De esta manera, Twitter se muestra como un espacio epidérmico de la radio donde los oyentes también tienen la posibilidad de salir al aire a través del envío de respuestas.

Gráfico 6. Tipos de uso interactivo de Twitter en las emisoras estudiadas



Fuente: Elaboración propia.

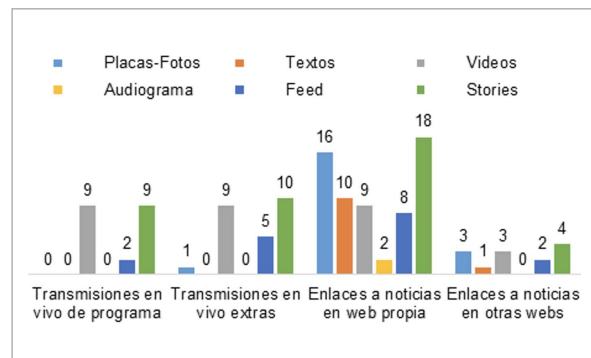
A pesar de esta porosidad, la estrategia diseñada sigue siendo unidireccional. No se registraron respuestas a comentarios de usuarios, respuestas a consignas, consultas sobre distintas cuestiones u otro tipo de diálogo entre la emisora y sus audiencias a través de esta plataforma. Esto disminuye mucho la noción de interactividad y participación que puede construirse en redes y la verticalidad de la comunicación aparece como una constante. La tracción de visitas hacia los sitios *webs*, como comenta Adrián Montesanto de Metro⁷, es casi la única estrategia. Aunque como indica Gustavo Bastías de LV10 y Estación del Sol de Mendoza, las radios deben estar en las redes sociales porque

allí están sus audiencias (presentes y futuras)⁸. Para los proyectos exclusivamente digitales se transforma en el principal canal de comunicación de sus audiencias, como indica Facundo Soler de Congo⁹, y también un lugar en el cual buscar y tomar recursos creativos y artísticos, como comenta Mario Pergolini¹⁰.

4.4.2. Instagram

El uso informativo de Instagram para los casos analizados (principalmente las emisoras habladas) cuenta con varias características interesantes. En primer lugar, y por una cuestión de funcionamiento y capacidades diseñadas por la plataforma, todo lo relacionado con enlaces a noticias en la *web* propia, a *webs* de terceros y para audios de la programación se publican en las *stories* de los perfiles ya que en el *feed* o inicio del perfil no es posible incluir enlaces.

Gráfico 7. Uso de función informativa en Instagram en las emisoras estudiadas



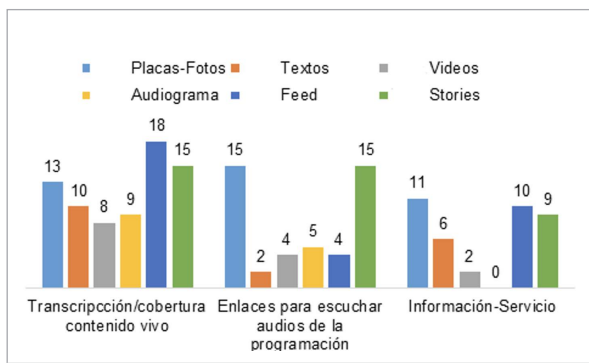
Fuente: Elaboración propia.

El uso de transmisiones en vivo es mucho más habitual en esta plataforma que en Twitter. Las transmisiones en vivo, que no suceden con contenidos que salen, al mismo tiempo, al aire de la emisora, son más archivadas en el *feed* que las transmisiones exclusivas. Esto es así ya que Instagram da la posibilidad de archivar los “vivos” o descartarlos una vez realizados. Los entrevistados para este trabajo resaltan las capacidades creativas que permite Instagram y su visualidad, que habilita mayores interacciones.

Los enlaces a entradas en la *web* propia componen la segunda capacidad más utilizada en los casos

estudiados. Esto se realiza, principalmente, a través de placas o fotos de los eventos que sucedieron en el aire con un breve texto que lo comenta e invita a deslizar hacia arriba (*swipe up*) la historia para acceder a la nota en el sitio *web*. Son muy pocos los casos de placas que reproducen textualmente las notas. Esto suele encontrarse en las placas o imágenes que se publican en el *feed* para difundir una entrevista realizada. Para redirigir el tráfico al sitio, se coloca la leyenda “link en bio” donde, por unas horas, se encuentra disponible el enlace a la *web*).

Gráfico 8. Uso de función informativa en Instagram en las emisoras estudiadas



Fuente: Elaboración propia.

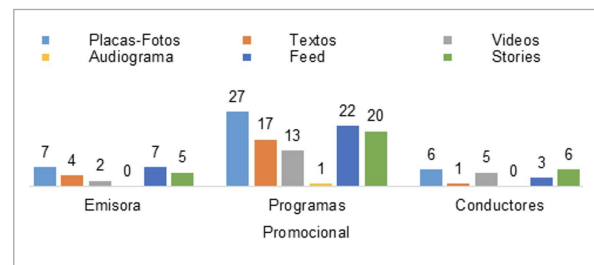
La funcionalidad informativa más utilizada es relatar en Instagram lo ocurrido al aire de la emisora. En ese sentido, el *feed* y las *stories* se reparten casi equitativamente la publicación de placas o fotos con fragmentos textuales de entrevistas, editoriales o columnas. En este espacio se usan frecuentemente, también, audiogramas. Principalmente en el *feed* de los perfiles, los audiogramas quedan así como un archivo “sonoro” de lo sucedido al aire y sirven para marcar y mostrar la agenda y tono de la emisora y sus programas. Las radios AM son las que utilizan más intensivamente los audiogramas, incluso más que las FM y las emisoras *online*. Se advierte, nuevamente, una estrategia menos multimedia de las emisoras localizadas en Mendoza y Santa Fe, mientras que las de Córdoba no utilizan este tipo de recurso.

Los enlaces para escuchar audios de la programación se publican casi exclusivamente en las *stories* y no siempre redirigen a los sitios *webs*, sino que muchas veces se utilizan *links* de Spotify, YouTube o RadioCut para derivar de manera directa a la escucha del contenido. Por último, en el caso de la

publicación de información de servicio nuevamente destacan las AM sobre el resto de los casos estudiados. Placas y textos con información del clima o últimos momentos informativos son un recurso habitual en las emisoras de perfil informativo-periodístico y generalista.

El uso promocional de Instagram es mucho más intenso que el de Twitter. Incluso para promocionar institucionalmente a las emisoras. Al ser una plataforma con una lógica de contenido más visual, las imágenes y videos son más usados que los contenidos textuales. Casi la totalidad de las emisoras estudiadas utilizan Instagram para promocionar sus programas. El uso diario de las *stories* para anunciar el comienzo de programas es habitual, principalmente en las emisoras de FM. En el caso de las publicaciones en el *feed*, los anuncios y publicaciones no son diarios.

Gráfico 9. Uso de función promocional en Instagram en las emisoras estudiadas

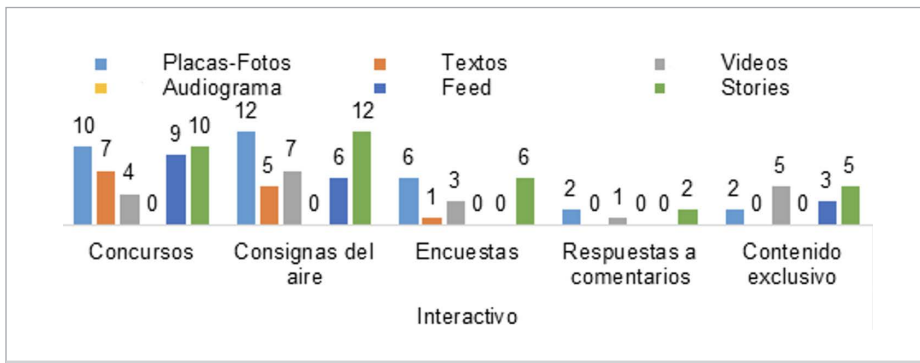


Fuente: Elaboración propia.

Los conductores de los programas, en tanto, cuentan con más espacio que en Twitter, principalmente en las *stories*, para anunciar el comienzo de sus programas y comentar la agenda. Para ello, el formato más utilizado es el video, que suele ser breve por los condicionamientos que establece la plataforma y grabado personalmente por el conductor en modo *selfie*.

La forma de presentar el contenido define la estrategia. Pero también la inclusión o no de mensajes que animen a la interacción, que cuenten con anzuelos para la participación de oyentes y brinden “experiencias” que colaboran con el enriquecimiento de estos espacios. Instagram y Twitter encuentran, así, un camino de retroalimentación con el aire de la emisora, a través de los contenidos en tiempo real o de cuestiones que suceden en el canal tradicional y son apalancadas por los canales digitales.

Gráfico 10. Uso de función interactiva en Instagram en las emisoras estudiadas



Fuente: Elaboración propia.

El último aspecto en cuanto a la explotación de Instagram en las emisoras estudiadas se refiere a su función interactiva. Así, se repite lo que sucede en Twitter donde el espacio es utilizado para lanzar concursos o consignas, que provienen o tienen su réplica en el aire de la emisora. Esa cercanía con lo que sucede en la programación hace que sea más habitual que las consignas se publiquen en la *stories* mientras los concursos cuentan con una publicación en el *feed* que queda fijada y publicaciones diarias en las *stories* para reiterar su existencia. Al igual que las consignas, las encuestas que realizan distintos programas (casi nunca “anunciadas” por la emisora sino por un programa también se encuentran en las *stories*).

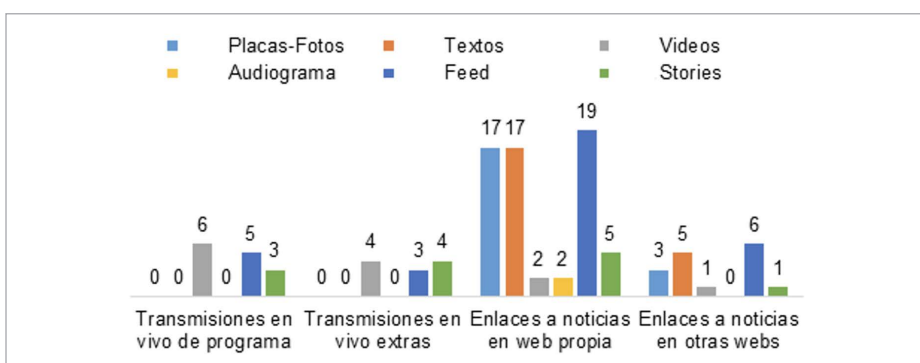
Como sucede en Twitter, la socialidad de este espacio tiene la limitación de no ser usado como un canal de diálogo sino de comunicación “unidireccional”. Nuevamente, casi ningún caso estudiado responde comentarios de sus seguidores. Se destaca que, a diferencia de lo que sucede en Twitter, el uso de la función interactiva en Instagram no tiene diferencias en el origen geográfico de las

emisoras sino más bien en el tipo de las mismas: las emisoras de AM no hacen uso de esta función que sí es más habitual en las FM y en casi todas las emisoras *online*.

4.4.3. Facebook

El uso de Facebook en los casos estudiados es más similar al de Instagram que al de Twitter. Esto, entre otras cosas, porque la gestión de Instagram y Facebook se puede realizar en modo espejo, es decir, republicando de una red en la otra. Se advierte, así, una similitud entre ambas plataformas en cuanto a las transmisiones en vivo, los contenidos generados y los enlaces compartidos. Las principales diferencias entre el uso de ambos espacios son dos. La primera es que en Facebook se usan más contenidos textuales y fotográficos que en Instagram —donde videos y audiogramas tienen alta participación—. La segunda es que el espacio donde más contenidos se publican en los casos estudiados es el *feed* y no las *stories* (espacios compartidos por ambas plataformas).

Gráfico 11. Uso de la función informativo en Facebook en las emisoras estudiadas



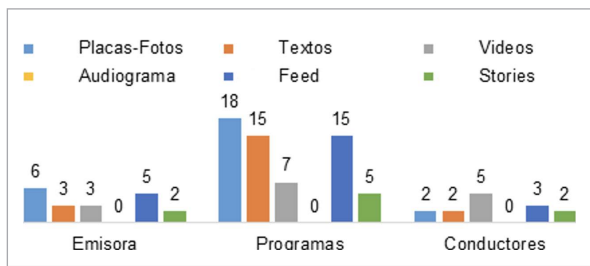
Fuente: Elaboración propia.

El análisis de los perfiles de Facebook estudiados marca que esta es la red social, de las tres estudiadas, menos utilizada y con menos actualización. La mayor parte de estas actualizaciones están ligadas a compartir enlaces para escuchar audios o acceder a contenidos de la página web. Estos enlaces en muchas ocasiones están acompañados con textuales o transcripciones de notas en vivo. Este tipo de actividad –cobertura de lo que sucede en el aire– se realiza definitivamente en el *feed* y no en las *stories*. Los audiogramas y videos compartidos con este objetivo son los mismos que se diseñan y comparten en Instagram.

La publicación de información de tipo de servicio es la estrategia que más similitudes encuentra con Twitter. Se encontró que las informaciones compartidas son las mismas, aunque en Facebook siempre se comparten a través de imágenes en todos los casos.

La explotación promocional de Facebook es idéntica a la de las otras redes sociales: los programas de las emisoras y sus integrantes son los protagonistas de esta estrategia. Destaca un uso más frecuente de videos para comunicar el comienzo o lo sucedido en los programas. Pero, a diferencia de Instagram, la mayoría de las emisoras estudiadas utiliza el *feed* de Facebook para comunicar el inicio o la agenda de los programas y no las *stories*. En ese sentido, la utilización de esta red social se parece más a la de Twitter que a la de Instagram.

Gráfico 12. Uso de función promocional en Facebook en las emisoras estudiadas

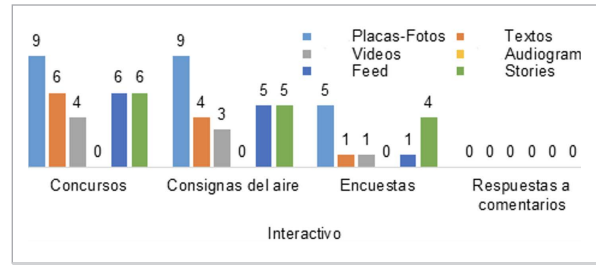


Fuente: Elaboración propia.

El uso interactivo de Facebook marca similitudes con otras redes sociales. Las emisoras publican concursos y consignas que provienen del aire de las programaciones. A diferencia de otros tipos de contenidos publicados en esta red social, los con-

ursos y consignas sí se publican por igual en el *feed* y en las *stories*. Por último, se vuelve a recoger una infrautilización de las capacidades de las redes sociales para establecer un diálogo o un canal bidireccional de vinculación con los oyentes y seguidores. Ninguna de las emisoras estudiadas responde a comentarios, consultas o requerimientos que los oyentes realizan en este espacio.

Gráfico 13. Uso de función interactiva en Facebook en las emisoras estudiadas



Fuente: Elaboración propia.

La concepción de Facebook como una red social en retirada se repite en distintas entrevistas. Por un lado, los entrevistados señalan que el algoritmo de recomendación de contenidos de la plataforma modificó la forma de acercar publicaciones de medios a sus usuarios desde 2017 en adelante y eso privó a las radios, entre otros factores, de un mayor volumen de visitas a sus sitios. Ese cambio de reglas desalentó la inversión de recursos (materiales, temporales y humanos) en esta red social. Los usuarios, en tanto, también envejecieron, disminuyeron su tiempo de permanencia y se mudaron hacia otros espacios, por lo que fue necesario diversificar esfuerzos.

5. Discusión y conclusiones

Este estudio identifica una dicotomía entre una concepción de las plataformas digitales (YouTube y Spotify, principalmente) como aliadas o como enemigas. De esta conceptualización hecha desde la gestión, parten las estrategias de distribución asociadas.

En cuanto al uso de plataformas, como YouTube y Spotify, advertimos una diferencia entre los casos nativos digitales y los provenientes del mercado

Figura 1. Clasificación de las estrategias de distribución de las emisoras estudiadas



Fuente: Elaboración propia.

tradicional. Los primeros reconocen la importancia de estas plataformas al momento de acercarse a sus audiencias y tratan de contemplar de la manera más completa posible estos espacios para redistribuir sus contenidos e, incluso, para producir algunos de manera específica.

Para las emisoras tradicionales esto es difícil de gestionar y aceptar. Mientras en las emisoras fuera de Buenos Aires existe una negación a redistribuir los contenidos por Spotify o por YouTube, las AM y FM porteñas encuentran y diseñan formas para colocar allí sus contenidos, aunque no de manera masiva.

En cuanto al uso de redes sociales, a mayor promedio de edad de la audiencia y mayor carácter informativo de las emisoras, mayor actividad y presencia en Facebook y Twitter. A menor rango etario y más "musicalidad" de las emisoras, mayor actividad en Instagram. Destaca, también, que las emisoras estudiadas no empujan acciones de comunicación o promoción de las "marcas-emisoras-productoras", sino que construyen su imagen

de marca a través de los programas y contenidos elaborados. Por último, la mayor parte de las experiencias estudiadas desestima la capacidad de estos espacios de generar diálogo con sus audiencias y romper las limitaciones de la participación de la comunicación radiofónica. La interacción con los oyentes y seguidores no es explotada en ninguna de las redes sociales estudiadas.

Así, bajo la categoría de estrategias centralizadas, en las cuales los productores sostienen el control de los contenidos, no tienen una actividad significativa en redes sociales ni una producción específica para cada una de ellas, hay pocos casos. Sin embargo, la mayoría de ellos están fuera de Buenos Aires: Boing, Vida, Estación del Sol, La Popular, LV10, Cadena 3, Radio 2 y Nihuil.

Bajo la categoría de estrategia descentralizada se agrupa el grueso de los casos estudiados ya que republicar los contenidos en otros espacios no conlleva gran trabajo, como tampoco transcribir contenidos del vivo en redes o compartir enlaces a webs.

En esta categoría se cuentan: Radiofónica, Club 947, Oktubre, Radio Con Vos, Mega, Pop, Los 40, Aspen, La 100, Comunidad Fan, Nacional, Continental, la 750, Mitre, La Red, El Destape y Radio 10.

Finalmente, la categoría de estrategias multiplataforma considera espacios digitales como complementarios y se realizan producciones acordes y específicas para cada uno de ellos. Acá se cuentan: Gamba, Vorterix, Metro, FutuRock, Congo FM y Nacional Rock.

Las redes sociales aparecen como un espacio de extensión de la vida y la narrativa de las emisoras: de sus programas, sus programaciones, sus figuras y sus marcas. Ese reflejo hace que las estrategias informativas y promocionales sean las más utilizadas. Las radios no pierden su característica central de medios de comunicación masiva, aunque no explotan las funciones interactivas de las plataformas, desaprovechando una parte fundamental de los medios digitales. La mayoría de los

empresarios, gerentes y directores entrevistados sobre plataformas agregadoras, como YouTube, Spotify o RadioCut, es reacia a aceptar el ingreso de un nuevo eslabón en la cadena de valor del producto que ellos gestionan. El problema del control editorial y, principalmente, de la monetización de los mismos asoma como uno de los principales argumentos para mostrarse conservadores al momento de pensar estrategias para esos espacios.

La multicanalidad y multimedialidad que facilitan los espacios estudiados quedan subsumidos a su clasificación como competencia comercial en buena parte de los casos. La búsqueda de construir comunidades, acercar la "institución-radio" a sus seguidores y horizontalizar el proceso comunicativo no está considerado en estos casos. La radio se vuelve textual y visual pero no social. La "socialidad" de las radios en internet, en las redes sociales en particular, todavía se encuentra marcada por la verticalidad de origen del proceso comunicativo.

Notas

1. Ver en Anexos las grillas de estudio y observación de la actividad de cada uno de los casos estudiados en ambas dimensiones.
2. Entrevista realizada el 22 de octubre de 2019.
3. Entrevista realizada el 11 de octubre de 2019.
4. RadioCut es una plataforma con web y aplicación móvil que permite el acceso a las programaciones en vivo de cientos de emisoras argentinas. La principal novedad de RadioCut consiste en las capacidades que incorpora para que el usuario seleccione contenidos de manera atemporal, desprogramada y personalizada. Además de habilitar la reproducción en vivo, RadioCut permite que el usuario seleccione el día y horario de la programación que desea escuchar y además genere recortes de los mismos para viralizar y compartir.
5. Entrevista a Marcelo Bakalian, Gerente de Marketing de Radio Metro, realizada el 3 de octubre de 2019.
6. Entrevista a Rubén Corda, Gerente General de Radios del Grupo Clarín, realizada el 21 de octubre de 2019.
7. Entrevista a Adrián Montesanto, Director de Contenidos Digitales de Radio Metro, realizada el 20 de noviembre de 2019.
8. Entrevista a Gustavo Bastias, Director de LV10 y Radios de Cuyo, realizada el 26 de noviembre de 2019.
9. Entrevista a Facundo Soler, Encargado de Redes Sociales de Congo FM, realizada el 3 de diciembre de 2019.
10. Entrevista a Mario Pergolini, Director de Vorterix, realizada el 23 de octubre de 2019.

Referencias

- Albarrán, A. (1998). Media economics: Research paradigms, issues, and contributions to mass communication theory. *Mass Communication and Society*, 1(3-4), 117-129. <https://bit.ly/3qR1D5P>
- Avilés, C. (2017). La radio enredada. Tipologías de uso de las redes sociales en las radios informativas. En C. Arueta, & C. Labate (coomps). *La comunicación digital*. Fadeccos. <https://bit.ly/3S9hHLT>
- Barrios, A., & Gutiérrez, M. (2016). Migración de la estrategia radiofónica colombiana: del sonido a las pantallas sociales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 1243-1260.
- Berry, R. (2013). Radio with pictures: Radio visualization in BBC national radio. *The Radio Journal-International Studies in Broadcast & Audio Media*, 11 (2), 169-184.
- Bonini, T., & Monclús, B. (Eds.). (2015). *Radio Audiences and participation in the Age of Network Society*. Routledge.
- Bonini, T. & Gazi, A. (2018). `Haptically Mediated` Radio Listening and its Commodification: The Remediation of Radio through Digital Mobile Devices. *Journal of Radio & Audio Media*, 25 (1), 109-125. <https://bit.ly/3qJ54LQ>
- Campos, F. (2010). Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 13-30. <https://bit.ly/3f1Djfe>
- Carrier, E. (29 de julio de 2022). "Concentración musical" en *Comentarios: Información, Análisis y Opinión*. <https://bit.ly/3Tqg1Ou>
- Cea-Esteruelas, M. (2013). Economía de los cybermedios: modelos de ingresos y fuentes de financiación. *El profesional de la información*, 22 (4), 353-361. <https://bit.ly/3Lp72Le>
- Cebrián, M. (2011). La radio en el entorno de las multiplataformas de comunicaciones. *Radio-Leituras*, 2, 31-68.
- Cordeiro, P. (2012). Radio becoming rãdio: Convergence, interactivity and broadcasting trends in perspective. *Participations, Journal of Audience and Reception Studies*, 9 (2), 492-510. <https://bit.ly/3eZhs88>
- Edmond, M. (2014). All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement. *New Media & Society*, 17(9), 1566-1582. <https://bit.ly/3eZl9L3>
- Espada, A. E. (2017). Ecosistema radiofónico online en Argentina. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4(8), 54-62. <https://bit.ly/3dj3zB2>
- Espada, A. (2020). Plataformas digitales de radio social: el caso RadioCut.: Personalización, recomendación y big data en el viaje online radiofónico. *Revista Argentina De Comunicación*, 7(10), 106 - 148. <https://bit.ly/3LmWMTJ>
- Fernández, M., & Peinado, F. (2012). La empresa radiofónica actual. En I. Gallego, & T. García (Coords). *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Instituto RTVE.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas: elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Crujía.
- García, J. (2012). Del modelo productivo de la era analógica al de la radio multicanal. En I. Gallego, & T. García (Coords.), *Sintonizando el futuro: Radio y producción Sonora en el siglo XX* (pp.167-188). Instituto RTVE.
- International Federation of Phonographic Industry (IFPI).(2020). *Music Listening 2019: Una mirada a la forma en que se disfruta la música grabada alrededor del mundo*. IFPI. <https://bit.ly/3fYcmVx>
- Kantar Ibope Media. (2020). Panorama radial 2020. Centro de Información de Publicidad. <https://bit.ly/3EctgfX>

- Kischinhevsky, M. (2017). *Radio y medios sociales: mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. Editorial UOC.
- Lijphart, A. (1971). Comparative politics and the comparative method. *The american political science review*, 65(3), 682-693.
- Martínez, M.P. & Prata, N. (2017). La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. *Revista Intercom*, 40 (3), 109-128. <https://bit.ly/3dk0h0x>
- Martínez Costa, M., Moreno, E., & Amoedo, A. (2012). The development of the news-information production model on general-interest radio in Spain: the case of Cadenaser. com. *In Radio Evolution: Conference Proceedings*. CECS.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2018). Juventud, estatus y conexiones. Explicación del consumo incidental de noticias en redes sociales. *Revista mexicana de opinión pública*, (24), 131-145. <https://bit.ly/3ScByKa>
- Mitchelstein, E. & Boczkowski, P. (2022) "Capítulo Argentina". En Reuters Institute (Ed.), *Digital News Report 2022*. Universidad de Oxford. <https://bit.ly/3hxAnYF>
- Pedrero, L., Pérez, A. & Sánchez, C. (2014) "Desafíos de la industria radiofónica española en el entorno digital: hacia la redefinición de su modelo de producción, comercialización y difusión". Conferencia presentada en el XV Foro de investigación en comunicación. El nuevo diálogo social: organizaciones, públicos y ciudadanos, Pontevedra (España), 6 y 7 de febrero.
- Podcasteros. (2021). "EncuestaPod 2021", AdondeMedia y Podimo. <https://bit.ly/3ElnGsW>
- Ragin, C. C. (2004). Turning the tables: How case-oriented research challenges. En H.E. Brady & D. Collier (Eds.), *Rethinking social inquiry: Diverse tools, shared standards* (p. 123). Rowman & Littlefield Publishers.
- Van Haandel, J. & Ramos, F. (2015) "The use of transmedia storytelling in the radio universe". En Oliveira, M. & Ribeiro, F. (Eds.), *Radio, sound and Internet, Proceedings of Net Station International Conference* (pp.168-187). CECS.
- Videla-Rodríguez, J. J., & Piñeiro-Otero, T. (2017). La radio online y offline desde la perspectiva de sus oyentes-usuarios. Hacia un consumo híbrido. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(2), 1437-1455. <https://bit.ly/3RT4jMf>
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura*. Akal.

- Sobre el autor:

Agustín Espada es Doctor en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires), Magíster en Industrias Culturales (Universidad Nacional de Quilmes) y Licenciado en Comunicación Social (UNQ). Es investigador del Centro en Industrias Culturales y Espacio Público de la UNQ y escribió distintos artículos sobre la convergencia digital en la radio, políticas públicas de comunicación y economía de medios.

- ¿Cómo citar?

Espada, A. E. (2022). El contenido radiofónico por otros medios. Estrategias de distribución y comunicación en redes de actores radiofónicos argentinos (2019-2020). *Comunicación y Medios*, 31(46), 120-134. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.66863>

Radios libres y normalización del catalán: medios comunitarios en la recuperación de una lengua minorizada

Free radio and standardization of the Catalan language: The role of community media in the reinvigoration of a minority language

Eloi Camps-Durban

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España

eloi.camps@upf.edu

<https://orcid.org/0000-0001-7729-6055>

Resumen

Las minorías lingüísticas desarrollan medios de comunicación propios en su lengua, ante la insuficiencia de las políticas públicas y del escaso interés del sector mediático privado. Este artículo explora el rol de las radios comunitarias en la normalización de una lengua minorizada. Se toma como caso de estudio las radios libres en el espacio catalán de comunicación, durante las primeras etapas de la recuperación de la lengua. Se configura una muestra de emisoras territorialmente representativa, para el período entre 1977 y 1989, y se aplicó un cuestionario a miembros activos de esas estaciones durante esos años. El análisis de los datos pone de relieve que estas radios tuvieron una actitud favorable a la normalización lingüística, si bien el uso del catalán no fue homogéneo entre los territorios ni en los subtipos de radio.

Palabras clave: Radiodifusión comunitaria; sociolingüística; minoría lingüística; normalización lingüística; catalán.

Abstract

Linguistic minorities develop media in their own language facing the inadequacy of public policies and the lack of interest of the private media sector. This article explores community radio's role in normalizing a minority language. We take free radios in the Catalan space of communication during the early stages of language recovery as a case of study. A sample of territorially representative stations is set up for the period 1977-1989 and a questionnaire was applied delivered to active members of those stations during those years. Analysis of the data shows that these radios favored linguistic normalization, although the use of Catalan was not homogeneous among territories and subtypes of radio.

Keywords: Community radio; sociolinguistics; linguistic minority; linguistic standardization; Catalan language.

1. Introducción

Los medios de comunicación son un elemento crucial para la conservación y la promoción de las lenguas minoritarias (Riggins, 1992). En Europa, el crecimiento de tendencias regionalistas y federalistas ha dado un impulso a la protección de la diversidad lingüística, también en la provisión de medios de comunicación en lenguas minoritarias (Núñez del Prado, 2003). En este escenario, los medios comunitarios se revelan como “instrumentos remarcables para la diversidad cultural y lingüística”, contribuyendo a la revitalización de lenguas minoritarias (Lema-Blanco & Meda-González, 2016, p.29).

Desde hace dos décadas, la relación entre comunicación social y lenguas minoritarias ha atraído un creciente interés investigador (Zabaleta *et al.*, 2014). Las referencias a la relación entre medios comunitarios, minorías lingüísticas y extensión de sus lenguas se tratan en obras generalistas sobre la comunicación alternativa (Atton, 2015; Fuller, 2007; Rennie, 2006) y en estudios que versan sobre lenguas minoritarias y medios (Fernández-Ferrer & Retis, 2019; Lema-Blanco & Meda-González, 2016; Ramallo, 2017; Riggins, 1992).

Este artículo analiza qué papel juegan las radios libres —un modelo comunicativo enmarcado en la comunicación comunitaria (García, 2017)— en el proceso de normalización lingüística del catalán. Pese al notable desarrollo de la investigación, tanto en comunicación como en sociolingüística en el ámbito lingüístico catalán, el estudio de la vinculación entre la comunicación comunitaria y la normalización de la lengua es inédito hasta ahora. La radiodifusión libre y comunitaria sí ha sido relativamente tratada (Bassets, 1981; Camps, 2019; Clua, 2010; Deó *et al.*, 1985; Fleischman, Reguero & Sáez, 2009; Prado, 1980; Terrón, 1993), pero todavía no se ha abordado específicamente la variable lingüística.

El objetivo principal de la presente investigación es describir cómo las radios libres contribuyeron, entre 1977 y 1989, a la extensión de la lengua catalana en los medios de comunicación después de décadas de diglosia y ausencia de política lingüística. El objetivo principal se plantea lograr a través de cuatro objetivos secundarios: 1) averiguar si estas radios fueron pioneras en la recuperación del catalán en las ondas, 2) delimitar las actitudes hacia la norma-

lización lingüística entre estas emisoras, 3) cuantificar la presencia del catalán en sus emisiones y 4) determinar su relación con actores institucionales y cívicos de la normalización lingüística.

2. Marco teórico

2.1. Lenguas minoritarias y medios de comunicación

Las lenguas minoritarias son el vehículo comunicativo de las minorías, grupos que comparten etnia, religión o lengua dentro de un determinado país, donde además tienen una posición no dominante y numéricamente inferior respecto al grupo dominante (Fernández-Ferrer & Retis, 2019; Riggins, 1992). Los medios en lenguas minoritarias posibilitan la plena participación de las minorías en la esfera pública contemporánea (Cormack, 2005).

La expansión de los grupos mayoritarios ha resultado históricamente en la minorización lingüística (Ramallo, 2017), lo que supone una amenaza para la ecología cultural, afectada por los procesos de la globalización. Los medios de comunicación de las comunidades lingüísticas mayoritarias han tendido a ignorar las minorías o las presentan como problemáticas, erosionando así la diversidad y manteniendo la subalternidad de los grupos minoritarios (Fernández-Ferrer & Retis, 2019; Riggins, 1992). Para promocionar sus lenguas, las minorías lingüísticas han desarrollado sus propios *media*, sean de iniciativa pública, privada o comunitaria, para intentar lograr la completitud funcional de la lengua (Moring, 2007).

En Europa, la mayoría de las lenguas no son oficiales, ni siquiera en los países donde son habladas (Arntz, 2005): existen 20 lenguas oficiales y 60 lenguas no oficiales (Lema-Blanco & Meda-González, 2016). La Carta Europea de las Lenguas Regionales o Minoritarias (1992) establece una mínima provisión de medios de comunicación de una lengua minoritaria consistente en una radio, una televisión y un periódico (Cormack, 2007). Sin embargo, pocas minorías lingüísticas disponen de tal sistema comunicativo (Zabaleta *et al.*, 2014). En un informe de la European Language Equity Network (ELEN) y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) se constatan las dificultades financieras y

legales que afrontan las radios en lenguas minoritarias en la Unión Europea (Hicks, 2014).

Las lenguas minoritarias representan mercados limitados y poco atractivos en términos comerciales (Ramallo, 2017). Cormack (2005) indica que, por este motivo, en Europa el financiamiento privado ha tenido poco impacto entre estos medios. Pese a la existencia de apoyo estatal, su éxito depende en buena medida de las acciones de las comunidades mismas (Riggins, 1992).

2.2. Radio comunitaria y lenguas minoritarias

Muchos medios en lenguas minoritarias se organizan informalmente, a través del voluntariado, y muchos son inestables y de vida breve, lo que los acerca “a muchos medios alternativos no-comerciales” (Riggins, 1992, p.14). En cualquier caso, estas instancias mediáticas revelan “una consciencia plena del derecho de la comunidad a ser informada en su propia lengua” (Ramallo, 2017, p.455) y albergan un potencial de transformación sociocultural. Combaten las opresiones sociales y lingüísticas, la homogeneización y la marginación socioeconómica de las minorías, al mismo tiempo que les ofrecen contenidos de interés en su propia lengua (Chikaipa & Gunde, 2020).

La radio comunitaria, “debido a su amplio alcance y su capacidad para trascender barreras de alfabetismo”, es un medio idóneo para la promoción de las lenguas minoritarias (Chikaipa & Gunde, 2020, p.2). Además, presenta costes relativamente asequibles, es apta para contenidos de carácter local, y actúa como vehículo para conectar los miembros de una comunidad (Cormack, 2005). Según AMARC, las radios comunitarias se caracterizan por la independencia política y económica; por la implicación de la ciudadanía en su funcionamiento; por su promoción del derecho a la comunicación, y por “proporcionar un derecho de acceso a los grupos minoritarios y marginados, y promover y proteger la diversidad cultural y lingüística” (AMARC, s. f.).

En la Europa occidental, el primer exponente de las radios comunitarias son las radios libres, aparecidas al calor de las convulsiones socioculturales de la década de 1970 (Prado, 1980). García las entiende como proyectos “con un alto componente reivindicativo” y señala que “sus protagonistas principales

son activistas y militantes” (García, 2017, p.5). Según este autor, a partir de los noventa se introduce en España el término “radios comunitarias” para designar las emisoras de impulso ciudadano en general (García, 2017, p.6). Para el presente estudio, que abarca desde finales de los setenta hasta finales de los ochenta, el término preferente es “radio libre”, al ser más específico, entendiendo “radio comunitaria” como concepto genérico.

En algunos casos, las radios libres generan subesferas públicas particulares, fruto del cruce entre activismo lingüístico, subculturas juveniles y movimientos políticos (Urla, 1995). Así ocurre en las emisoras libres de Euskadi que utilizan la lengua propia de la región: el euskera. Los productores de estas radios, en su mayoría jóvenes, reivindican la lengua propia desde posiciones políticas y lenguajes mediáticos contrahegemónicos, generando “un espacio imaginario (...) heterogéneo en contraste con el espacio unitario del nacionalismo” tradicional (Urla, 1995, p.259).

2.3. Lengua y medios en el espacio catalán de comunicación

El espacio catalán de comunicación (ECC) es un concepto acuñado por el catedrático de Teorías de la Comunicación Josep Gifreu, para estudiar las industrias mediáticas de los territorios de habla catalana, los cuales conforman “una comunidad de lengua y cultura” con territorio histórico, rituales mediáticos y referentes simbólicos propios (Gifreu, 2014, p.50). La comunidad lingüística catalana es reconocida como minoría lingüística por las Naciones Unidas (Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, 2020). Una de sus características, que a su vez es una dificultad para la investigación, es la fragmentación entre diferentes estados — España, Francia, Andorra e Italia (Cerdeña)— y en comunidades autónomas en territorio español — Cataluña, Comunidad Valenciana, Islas Baleares, Aragón y Murcia—. El catalán es una lengua mediana, en términos cuantitativos, de la Unión Europea, con unos 10 millones de hablantes (Institut Ramon Llull, s. f.). El ECC se reconstruye a partir de la restauración de la democracia en España con unas políticas de comunicación basadas en “la convicción de que la identidad y la lengua catalanas eran inviábiles desde el único y estricto marco de la libre competencia comercial” (De Moragas, 2005, p.84).

En el ECC se ha dado históricamente una situación de diglosia: entre dos lenguas en contacto, la mayoritaria —castellano, francés o italiano— es utilizada como lengua pública y formal, y la minorizada, el catalán, en contextos privados e informales (Arntz, 2005; Pardines & Torres, 2011). La diglosia es resultado de un largo proceso en el que concurren múltiples factores políticos, legales, demográficos y socioeconómicos (Escribano, 2016) y alcanzó su nivel más intenso en España durante la dictadura franquista (1939-1975). Se prohibió el uso público de las lenguas minoritarias, su enseñanza en el sistema educativo y su presencia mediática, mientras se utilizaban los medios de comunicación estatales para fines propagandísticos y adoctrinadores (Gómez-García, 2011). Los efectos de esta política discriminatoria se prolongan en la planificación lingüística y las actitudes de los hablantes en la democracia (Taylor, 2022).

Con la recuperación de la democracia en España se impulsó, desde los gobiernos autonómicos y la sociedad civil, la normalización lingüística o “recuperación de la lengua dominada tanto en sus aspectos de normativización (...) como en los de la extensión social de su uso” (Vallverdú, 1991, p.37). El nivel de conciencia lingüística entre la población, especialmente en Cataluña, era elevado; pese a que el catalán no fuera la lengua materna de muchas personas, “la actitud general era bastante favorable a la recuperación del catalán” (Marí, 1991, p.89). Por otro lado, Francia ha afianzado históricamente el francés como lengua hegemónica apartando del ámbito público las otras lenguas y minorizándolas en la enseñanza (Leprêtre, 1996, p.49).

La normalización ha seguido ritmos diferentes y ha logrado resultados distintos según el territorio. Bodoque (2011) distingue tres niveles: en Cataluña, la normalización plena, con sucesivos gobiernos favorables a garantizar los derechos lingüísticos y un amplio consenso social; en las Islas Baleares, la recuperación, al existir poca voluntad gubernamental para profundizar en la normalización; y la promoción en la Comunidad Valenciana, con un papel más tibio de la administración y una movilización menos numerosa. En la Franja de Poniente (Aragón), la Cataluña Norte (Francia) y l’Alguer (Italia), la política lingüística es de reconocimiento formal.

En conjunto, el ECC se caracteriza por una gran densidad de medios de comunicación y un equili-

brio, tanto en los principales soportes como en la titularidad, lo que sugiere “un grado notable de normalización” mediática (Zabaleta *et al.*, 2014, p. 282). No obstante, la evolución de cada territorio del ECC ha cristalizado en un desarrollo desigual de los subsistemas mediáticos. Solo en Cataluña se ha logrado que la oferta en catalán pueda competir con la del castellano (Gifreu, 2014, p.222). Este hito se ha logrado en buena medida gracias al papel de los medios de comunicación públicos; la primera emisora en catalán fue Ràdio 4, dependiente de RNE (1976), mientras que la autonómica Catalunya Ràdio (1983) ha sido la emisora líder durante más de dos décadas y ha estimulado la normalización en la radiodifusión (Espinosa-Mirabet & Martí, 2022).

2.4. Radios libres en el ECC

Pese a que en los *radio studies* iberoamericanos las indagaciones históricas se ocupan sobre todo de los inicios del medio (Piñeiro-Otero, 2016), en los últimos años se han publicado diversas investigaciones alrededor de la radio en la transición española y, en concreto, de las radios libres durante ese período (García-Gil, Gómez García & Reguero Sanz, 2018; Pérez-Martínez, 2017 y 2021).

Las radios libres aparecieron en el ECC a finales de los setenta, siguiendo el ejemplo de Francia e Italia (Prado, 1980). Provocaron una disrupción en el panorama radiofónico heredado del franquismo, en el cual la radiodifusión estaba bajo control directo o indirecto del Estado y era moldeada por la censura, la propaganda y el entretenimiento anestésico (Legorburu & Martín, 2018). A partir de 1975, en pocos años, se multiplicaron las experiencias tanto en las grandes ciudades como en ciudades medianas y zonas rurales (Deó *et al.*, 1985). Se mezclaban en ellas el activismo político de izquierda extraparlamentaria, los movimientos sociales, las subculturas y el asociacionismo cívico. Pueden distinguirse dos tendencias: las radios libres epicúreas, que surgen por el placer de emitir y de dinamizar un entorno local, y las sociales, que luchan por la transformación del sistema capitalista y la promoción de la agenda de los movimientos sociales (Pérez-Martínez, 2015).

Desde su aparición, la presencia de radios libres en el ecosistema comunicativo catalán ha sido constante, aunque escasa y con altibajos. Esto se debe

tanto a los flujos y reflujos propios de los movimientos sociales (Tubau & Vallès, 1999), como al marco regulatorio. En España, la situación legal de los medios comunitarios nunca se ha resuelto. En el período estudiado las administraciones persiguieron legalmente estas emisoras. Los principales textos legales en materia comunicativa de aquel entonces, el Plan Técnico Transitorio del Servicio Público de la Radiodifusión en Frecuencia Modulada (1979) y la Ley de ordenación de telecomunicaciones (1987) recogen la existencia de emisoras sin ánimo de lucro, pero no las regulan según sus características, impidiéndoles *de facto* la emisión (García et al., 2012). Legislaciones posteriores, hasta la Ley 7/2010, general de la comunicación audiovisual, han persistido en esta indefinición (Lema-Blanco, 2020). En Francia, la situación de vacío legal terminó en 1981, con la *Loi 82-652* (Doro, 2014).

3. Metodología y muestra

El presente artículo es de carácter cuantitativo, al estudiar hechos observables y medibles utilizando una codificación numérica para su análisis, con el fin de detectar patrones en una muestra que puedan generalizarse a una población (Rivadeneira, 2017). Se trata de una indagación exploratoria, que es “un primer acercamiento al fenómeno” para identificar sus características generales y establecer hipótesis para futuras indagaciones (Romo, 1998, p.6). Para ello se recurre al cuestionario, entendido como “técnica concreta para la producción-recogida de información” que permite “obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos” de la investigación (López-Roldán & Fachelli, 2015, p.8). Con el cuestionario se recaban datos de manera sistemática y ordenada para aprehender aque-

llo que no es observable a través de otros medios (Blanco, 2011). En nuestro caso, esta herramienta es crucial, dada la dificultad de acceso, o la inexistencia, de registros sonoros y/o documentales que den cuenta del proceso.

En la muestra de radios libres del ECC se hallan representadas Cataluña, la Comunidad Valenciana, Islas Baleares, la Franja de Poniente y la Cataluña Norte; en las otras regiones no se han detectado casos. El período de estudio empieza en 1977 y termina en 1989; el año de inicio corresponde a la fundación de la primera radio libre del ECC, *Ràdio Maduixa*, y el de cierre, al inicio de las emisiones de la radiotelevisión pública valenciana, Canal 9, que supone un importante avance para la normalización mediática de la lengua catalana, después de la puesta en marcha de los medios autonómicos catalanes.

Se configura una muestra no probabilística, en base al censo de emisoras libres del ECC de Camps (2019), delimitándolo al período 1977-1989. La población inicial es de 76 radios y se aplican diversos criterios para lograr una muestra manejable. Dada la situación legal y la inestabilidad propia de estas radios, se descartan las que no alcanzaron dos años seguidos en antena, lo que rebaja la muestra a 51 casos. A partir de aquí, se toma en cuenta la representatividad territorial, para reflejar proporcionalmente las regiones incluidas en el estudio y se aplica el criterio de saturación teórica, descartando casos con perfil similar. La muestra queda reducida a 25 radios, cifra que se considera representativa. Se considera un testimonio de cada emisora, que debe tratarse de personas que formaban parte del equipo de la radio libre durante el período que se examina. En ocho casos no se obtiene respuesta, resultando la muestra final en 17 radios (**Tabla 1**).

Tabla 1. Muestra

Territorio	Casos
Cataluña	9: <i>Ràdio Maduixa</i> , <i>Ràdio Calonge</i> , <i>Ràdio Lliure Sant Adrià</i> , <i>Ràdio Baldufa</i> , <i>Ràdio Músic Club</i> , <i>Ràdio PICA</i> , <i>La Campana de Gràcia</i> , <i>Ràdio Ripollet</i> , <i>Ràdio Kaos</i>
Comunidad Valenciana	4: <i>Ràdio Klara</i> , <i>Ràdio Puça</i> , <i>Ràdio Pessic</i> , <i>Ràdio Lliure de Pego</i>
Islas Baleares	2: <i>Ràdio Activitat</i> , <i>Titoieta Ràdio</i>
Franja de Poniente (Aragón)	1: <i>Radio Peña</i>
Cataluña Norte (Francia)	1: <i>Ràdio Arrels</i>

Fuente: Elaboración propia.

El cuestionario se estructura en cuatro bloques, correspondientes a los objetivos secundarios de la investigación, a su vez desglosados en variables (Tabla 2). La mayoría de las variables son dicotómicas, que se entienden como aquellas que se generan en función de la afirmación o la negación de una característica, o politómicas, las cuales “ofrecen diversas posibilidades alternativas de respuesta cuyos matices son fijados” (López-Roldán & Fachelli, 2015, p.19). Para la variable 3.3., dicotómica, se pidió a los testimonios que respondieron afirmativamente una breve descripción del tipo de contenidos. Asimismo, la variable 4.2 se vehicula con una pregunta abierta, cuyas respuestas se codifican y agrupan por similitud, siguiendo un proceso inductivo, hasta resolver en categorías más generales.

Tabla 2. Cuestionario: Categorías y variables

Categorías	Variables
1. Carácter pionero en la recuperación del catalán	1.1. Otras radios presentes en la localidad (Sí/No) 1.2. [Si 1.1=Sí] Lengua utilizada por estas radios (catalán/catalán+otra/otra)
2. Actitud lingüística	2.1. Normalización lingüística como objetivo fundacional (Sí/No) 2.2. Posibilidad de expresarse en catalán en la emisora (Sí/No)
3. Programación	3.1. Programación en catalán (100%; 99-75%; 74-50%, 49-25%, <25%) 3.2. Música en catalán (100%; 99-75%; 74-50%, 49-25%, <25%) 3.3. Programas o secciones sobre lengua catalana (Sí/No + descripción)
4. Relación con otros agentes de la normalización lingüística	4.1. Relación con entidades de activismo lingüístico (Sí/No) 4.2. [Si 4.1=Sí] Modos de relación con el activismo lingüístico 4.3. Relación con la administración pública (Conflictiva/Neutra/Positiva) 4.4. [Si 4.4=Positiva] Relación motivada por la normalización lingüística (Sí/No)

Fuente: Elaboración propia.

Los cuestionarios se respondieron por vía telefónica entre septiembre de 2020 y mayo de 2021. La técnica de análisis para los datos obtenidos es la

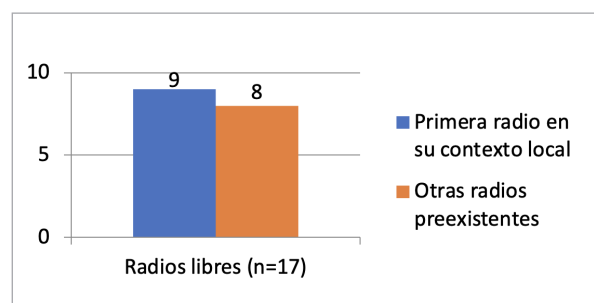
estadística descriptiva, que permite “observar el comportamiento de la población en las variables consideradas, facilitando la interpretación de los resultados” (Masseroni, Domínguez & Libonatti, 2016, p. 25). Específicamente, nos centramos en el análisis univariado, mediante el cual obtener un recuento de frecuencias absolutas y relativas para cada variable (Masseroni *et al.*, 2016, p. 27). Al tratarse de una muestra y un número de variables manejables, se recurre a la codificación y análisis manual de los datos (Blanco, 2011).

4. Resultados

4.1. Carácter pionero en la normalización

Nueve de las diecisiete radios de la muestra (53%) fueron la primera emisora local de su localidad después del franquismo, puesto que todavía no existían allí radios municipales o comerciales. Esto ocurría sobre todo en pueblos y ciudades medianas, donde el catalán estaba presente en semanarios y revistas locales, a menudo por un impulso ciudadano (Guillamet, 1983). Dado que todas las radios tuvieron algún porcentaje de programación en catalán —como se detalla en el apartado 4.3—, puede afirmarse que, en estos nueve casos, la radio libre fue el primer medio audiovisual de proximidad en emitir en catalán. En cambio, Barcelona, Valencia y Palma ya disponían de una oferta radiofónica local cuando nacieron las radios libres, que allí tuvieron un papel complementario (ver Gráfico 1).

Gráfico 1. Carácter pionero en la radiodifusión local

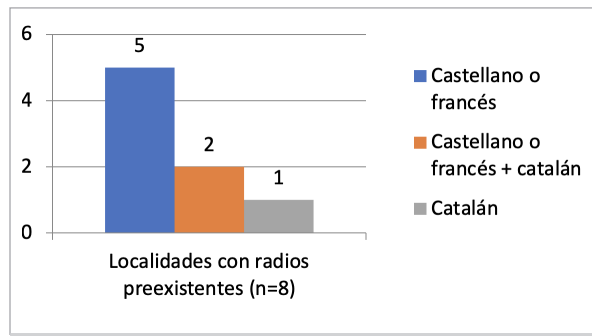


Fuente: Elaboración propia.

Respecto a las ocho radios que aparecieron posterior a otras emisoras en su localidad (47%), también contribuyeron a la normalización. Solo en Palma ya había una radio que emitiese íntegramente en catalán, la también libre Ciutat Ràdio (Camps,

2019), descartada de la muestra porque no alcanzó los dos años de emisión. En los otros casos, o bien había emisoras en castellano o francés que también incorporaban el catalán, o que emitían íntegramente en una de las dos lenguas dominantes en el ECC (ver **Gráfico 2**). Por tanto, las radios libres de estos contextos, al tener un porcentaje de emisiones en catalán, ayudaron también a visibilizar esta lengua en la radiodifusión local.

Gráfico 2. Lengua utilizada por las radios preexistentes



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Actitud lingüística

En 1981 se celebró en Villaverde (Madrid) un encuentro de las radios libres españolas, que ayudó a definir las bases conceptuales de estos medios. Las representantes de las distintas nacionalidades se manifestaron acerca de la cuestión lingüística:

Los colectivos de Radios Libres [sic] de los Países Catalanes, Euskadi y Galicia, respecto a la situación sociolingüística, consideramos prioritaria la utilización de nuestras lenguas respectivas (catalán, euskera y gallego) en las emisoras, ante la imposición de la "lengua oficial" (Deó *et al.*, 1985, p. 27).

Las radios libres del ECC mostraron una actitud favorable a fomentar el catalán en sus emisiones. Sin embargo, los datos generados por esta investigación evidencian que no había unanimidad sobre la normalización lingüística.

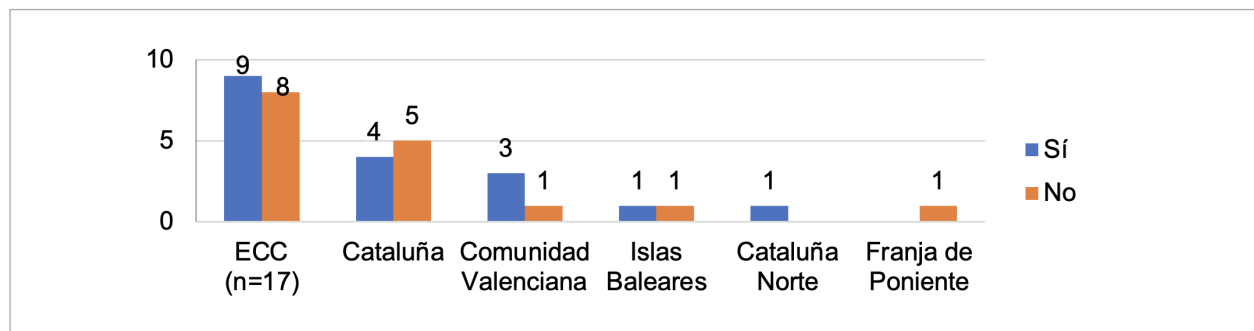
De las radios de la muestra, nueve (53%) declaran tener entre sus objetivos fundacionales la normalización lingüística: cuatro de Cataluña, tres de la Comunidad Valenciana, una de las Islas Baleares y la de Cataluña Norte. Destacan los casos de Ràdio Puça (Valencia) y Ràdio Arrels (Perpiñán), al ser radios con programación completamente en catalán en grandes ciudades sin oferta radiofónica local en esta lengua. También cabe mencionar el de Ràdio Ripollet, cerca de Barcelona, que vivió, como otras ciudades, un boom demográfico a raíz de la inmigración; en su caso, la normalización del catalán entre una población mayoritariamente castellanohablante fue un objetivo fundacional.

En las tres radios con un enfoque más claramente social (según Pérez-Martínez, 2015), Ràdio Klara (Valencia), Ràdio Kaos (Terrassa) y Ràdio Activitat (Palma), la normalización del catalán no constituyó una meta explícita. Tampoco en emisoras de tendencia epicúrea de pueblos y ciudades medianas como Ràdio Maduixa (Granollers), Ràdio Músic Club (Reus), Ràdio Calonge (Calonge), Ràdio Baldufa (Santa Susanna) y Ràdio Lliure de Sant Adrià (Sant Adrià de Besòs).

4.3. Programación

Cinco radios (29%) emitían su programación íntegramente en catalán; se trata en todos los casos de emisoras que se marcaron como objetivo contribuir a la normalización lingüística. En otros tres casos, dos en Cataluña y uno en las Baleares,

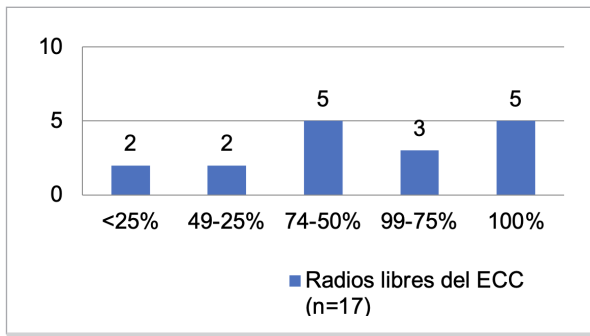
Gráfico 3. Normalización lingüística como objetivo fundacional de las radios libres



Fuente: Elaboración propia.

entre el 75 y el 99% de la programación era en catalán. Otras cinco radios (29%), todas en Cataluña, emitían al menos la mitad de los contenidos en lengua catalana; se hallaban tanto en pueblos, donde eran la única emisora disponible, como en ciudades grandes, donde complementaban la oferta pública y/o comercial (ver **Gráfico 4**).

Gráfico 4. Porcentaje de programación en catalán



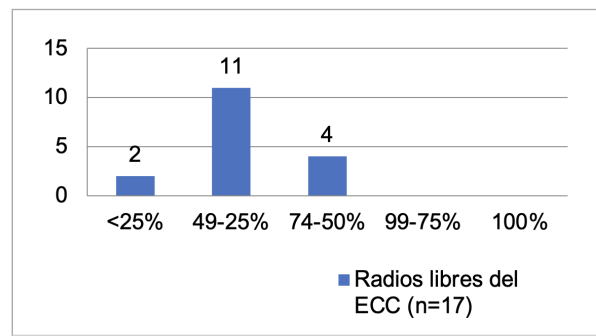
Fuente: Elaboración propia.

De las cinco radios con el 100% de la programación en catalán, tres se hallan en la Comunidad Valenciana, una en las Islas Baleares y otra en Cataluña Norte, lo que sugiere que en estos territorios las radios libres tuvieron mayor peso en el proceso de normalización lingüística que en Cataluña. Las radios que ofrecían menos de la mitad de los contenidos en catalán se ubican sobre todo en grandes ciudades: Barcelona, Terrassa y Ripollet —cercanas a la capital catalana—, València y Palma; el caso restante es en Fraga, en la Franja de Poniente, donde la normalización lingüística alcanza un nivel más bajo. En Barcelona y Valencia coexistían estaciones con una proporción de programas en catalán elevada con otras que registran los niveles más bajos. Esta diver-

sidad podría ser indicativa de cómo la configuración del núcleo impulsor, su procedencia, orígenes familiares y la lengua de uso habitual fueron factores decisivos en la cuestión de la lengua en la programación.

En el período de análisis, la producción discográfica en catalán se hallaba en un *impasse* entre la Transición y el fenómeno del *rock català*, a finales de los ochenta y principios de los noventa, que supuso la popularización de la lengua entre las nuevas generaciones (Hernández, 2008). Este hecho contribuye a explicar que la música en la lengua propia no llegó a la mitad del total de música emitida en trece emisoras (76%) (ver **Gráfico 6**).

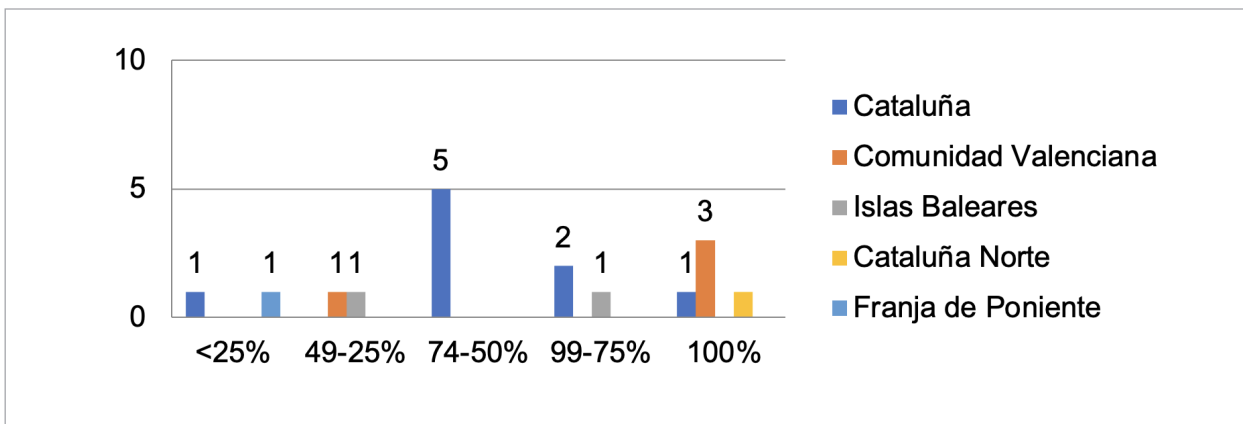
Gráfico 6. Porcentaje de música en catalán



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los programas temáticos sobre lengua, solo se dieron en seis radios (35%), todas ellas del grupo que apostó por la normalización. Se trataba generalmente de cuñas o secciones de corta duración en programas no específicamente lingüísticos, por lo que la lengua como tema ocupó un espacio mínimo.

Gráfico 3. Normalización lingüística como objetivo fundacional de las radios libres



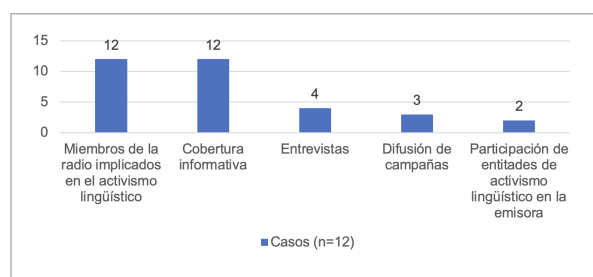
Fuente: Elaboración propia.

4.4. Relación con otros agentes de normalización lingüística

Los principales agentes de normalización lingüística son las administraciones públicas y los grupos de militancia lingüística. Estos últimos consisten en colectivos unidos “por el interés de potenciar la lealtad lingüística y los comportamientos individuales y colectivos afirmativos en favor de la lengua que defienden”, especialmente en sociedades donde se dan procesos de sustitución lingüística (Ruiz, Sanz & Soler, 2001, pp. 44-45).

Los resultados de la encuesta dibujan un panorama ambivalente respecto a la colaboración de las radios libres con los agentes de normalización lingüística. De las diecisiete radios, doce (70%) mantuvieron alguna forma de relación con el activismo lingüístico. Lo más habitual era que algunos miembros del equipo de la radio estuvieran implicados también en alguna entidad en pro de la lengua catalana; también se procuraba dar cobertura informativa a estas organizaciones, como parte de la sociedad civil movilizada a la que apelaban las emisoras libres. Menos frecuente era que en las radios se difundieran campañas publicitarias de las entidades de activismo lingüístico o que se les entrevistara en el estudio.

Gráfico 6. Porcentaje de música en catalán



Fuente: Elaboración propia.

El vacío legal en el que operaban las radios libres en España, sumado a su voluntad de autonomía total, dificultó que pudiera haber una relación normalizada con la administración y, por lo tanto, que hubiese colaboración en materia de promoción lingüística. Nueve radios (53%) indican que tuvieron conflictos con las instancias públicas. De las ocho restantes, sólo 3 (18%) definen como positivo su trato con la administración, sin que en ningún caso se diera una colaboración en materia de normalización lingüística.

5. Conclusiones

Hasta finales de la década de 1970, el espacio catalán de comunicación no disponía de una oferta significativa de medios en lengua propia (Gifreu, 2014). En un contexto de diglosia (Arntz, 2005; Pardines & Torres, 2011), la radio local cobró gran importancia gracias a su capacidad de penetración y a la relativa simplicidad para su puesta en marcha. En el ECC, las radios libres fueron catalizadoras y pioneras de la comunicación de proximidad (Deó et al., 1985; Prado, 1980), pero su papel en la normalización lingüística no había sido estudiado. Mediante un cuestionario a una muestra representativa de las radios libres del ECC (n=17), el presente artículo supone un primer acercamiento, de tipo cuantitativo, a esta cuestión.

Respecto al primero de los objetivos secundarios, se constata que aproximadamente la mitad de las radios libres analizadas (53%) fueron las primeras en emitir en sus localidades; esta circunstancia, unida a la presencia, más o menos elevada, del catalán en sus emisiones, las convierte en pioneras de la normalización en esos contextos. Las ocho restantes funcionaron en localidades donde la presencia del catalán en las ondas era escasa o inexistente, aunque también contribuyeron a normalizar la lengua minoritaria. Sobre el segundo objetivo, se evidencia que la preocupación por la normalización lingüística no fue unánime ni homogénea. Si bien en Villaverde (1981) las radios libres provenientes del ECC consideraron “prioritaria” la utilización del catalán ante las lenguas dominantes (Deó et al., 1985), solo el 53% de las radios estudiadas definieron específicamente la normalización lingüística como objetivo de su proyecto. Fue en la Comunidad Valenciana, las Islas Baleares y la Cataluña Norte, con un desarrollo tardío y escaso de los medios en catalán, donde las radios pro-normalización tuvieron más peso. En cambio, en Cataluña, con un marco institucional y social más favorable, menos de la mitad de las emisoras investigadas —cuatro de nueve— se propusieron contribuir a la extensión pública de la lengua. En relación con la programación, trece de las diecisiete emisoras estudiadas (76,5%) ofrecían al menos la mitad de su programación en catalán. De estas, cinco (29%) eran íntegramente en catalán y otras tantas llegaban al 75% del tiempo de emisión. Así pues, el catalán tuvo una presencia notable en el

movimiento de las radios libres del ECC durante la década larga en la que empezó a recuperarse la lengua en el espacio público. La música en catalán no fue demasiado frecuente —solo en cuatro casos (23,5%) alcanzaba o superaba la mitad de la música emitida—, aunque cabría relacionar este dato con la escasa producción discográfica en catalán de esos años (Hernández, 2008). La lengua catalana como tema fue anecdótica, limitándose a pequeños espacios en poco más de un tercio de las estaciones. Finalmente, en cuanto al cuarto objetivo, una parte mayoritaria de las radios libres (70%) se relacionó con entidades cívicas que promovieron la normalización lingüística, si bien esta relación se limitó, generalmente, a la “doble militancia” de algunos miembros de las radios libres y a la cobertura informativa del activismo lingüístico en tanto que movimiento social. La colaboración con el otro principal agente de normalización, la administración pública, fue virtualmente inexistente.

En conjunto, los datos concuerdan con las observaciones de Xambó (2002) y Delgado (2002) sobre las radios libres. En los territorios con una política lingüística más limitada, como son la Comunidad Valenciana, las Islas Baleares y la Cataluña Norte (Bodoque, 2011), la ciudadanía tuvo un papel más destacado en el proceso de normalización, y una vía para hacerlo fue la creación de radios libres. En cambio, en Cataluña hubo más disparidad de criterios. Sin embargo, esta relación —a más dificultades contextuales para la normalización lingüística, mayor implicación entre las radios libres para contribuir a ella desde la sociedad civil— debe entenderse más como una hipótesis que como una conclusión.

A la luz de los resultados y con relación al objetivo principal del estudio, se puede afirmar que las radios libres del ECC contribuyeron, entre finales de los setenta y finales de los ochenta, a la extensión del uso público del catalán en los medios. Sin embargo, no puede hablarse de un posicionamiento unificado respecto a la cuestión lingüística: unas radios apostaron por la normalización, mientras que otras dejaron que el uso del catalán se ajustara a la realidad sociolingüística de su localidad (Xambó, 2002, p.207). El mínimo común denominador fue la libertad de expresión lingüística, de manera que quien quisiera pudiese participar en las emisiones en catalán, abriendo así un espacio a la lengua minorizada.

Las radios libres del ECC satisficieron parcialmente las necesidades de una minoría lingüística como la catalana (Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, 2020), reforzando el papel de la iniciativa ciudadana en la recuperación (Riggins, 1992; Lema-Blanco & Meda-González, 2016). Contribuyeron a preservar la diversidad lingüística, fomentando a su vez la descentralización, el pluralismo y los valores democráticos (Ramallo, 2017). Además, como sus homólogas vascas, trazaron un camino autónomo hacia la normalización (Urta, 1995), que no se imbricó con el llevado a cabo por las administraciones y los medios de comunicación públicos promovidos por estas (Espinosa-Mirabe & Martí, 2022; Gifreu, 2014).

Este trabajo constituye una aportación inédita al estudio de la lengua y las radios libres en el ECC, un fenómeno del cual no se disponía de datos para situarlo y definirlo. Además, el artículo se suma a la renovada corriente de investigación en torno a la radiodifusión libre en la Transición española (García, 2017; García-Gil *et al.*, 2018; Pérez-Martínez, 2017 y 2021). Asimismo, contribuye a la investigación sobre medios en lenguas minoritarias y a la comprensión del rol de la comunicación comunitaria en procesos de recuperación lingüística. Sin embargo, presenta diversas limitaciones. Al tratarse de un estudio exploratorio, se ha trabajado con una muestra limitada y con una sola técnica, de tipo cuantitativo, y basada en testimonios personales. En este sentido, los resultados pretenden señalar los puntos clave y las complejidades que pueden abordarse en trabajos venideros en relación con el tema.

Futuras investigaciones deberían adoptar una metodología mixta y ahondar en el análisis de los contenidos y en las ideologías lingüísticas de los colectivos impulsores de las radios libres. Asimismo, es necesario un esfuerzo por localizar documentación de estas emisoras en archivos públicos y particulares, para obtener una imagen más precisa del factor lingüístico de la programación. Otra línea pertinente es la comparación entre las emisoras libres, públicas y privadas del ECC de esa época, en relación con la normalización lingüística, y también con las radios libres de otros territorios.

Referencias

- AMARC. (s. f.). Carta de AMARC. *AMARC-Europa*. <https://bit.ly/3ziEld4>
- Arntz, R. (2005). Minories i llengües minoritàries a l'Europa plurilingüe. *Anuari de l'Agrupació Borriana de Cultura*, (16), 7-14. <https://bit.ly/3vx2dsu>
- Atton, C. (Ed.). (2015). *The Routledge companion to alternative and community media*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315717241>
- Bassets, L. (Ed.). (1981). *De las ondas rojas a las radios libres*. Gustavo Gili.
- Blanco, C. (2011). *Encuesta y Estadística. Métodos de Investigación Cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación*. Brujas. <https://bit.ly/3zoQgGn>
- Bodoque A. (2011). El model valencià de política lingüística. *Revista de llengua i dret*, (56), 143-171. <https://bit.ly/3000DsX>
- Camps, E. (2019). *Fem-nos escoltar! Història de les ràdios ciutadanes de l'espai català de comunicació (1977-2017)*. Gregal.
- Chikaipa, V., & Gunde, A. M. (2020). The Role of Community Radio in Promotion of Indigenous Minority Languages and Cultures in Malawi. *Journal of Radio & Audio Media*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/19376529.2020.1751633>
- Clua, A. (2011). "Els mitjans comunitaris. La lluita pel reconeixement de les ràdios i televisions de base social". En M. Moragas, M. Civil, & I. Fernández, J.J. Blasco, & B. López, (Eds.). *Informe de la comunicació a Catalunya 2009-2010* (pp. 307-314). Institut de la Comunicació - Universitat Autònoma de Barcelona i Generalitat de Catalunya. <https://bit.ly/3vrIRFa>
- Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas. (9 de marzo de 2020). *Visita a España. Informe del Relator Especial sobre cuestiones de las minorías*. Naciones Unidas. <https://bit.ly/3BwV5zR>
- Cormack, M. (2005). The cultural politics of minority language media. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 1(1), 107-122. <https://doi.org/10.1386/macp.1.1.107/1>
- Cormack, M. (2007). Introduction: Studying Minority Language Media. En M. Cormack, & N. Hourigan (Eds.). *Minority Language Media. Concepts, Critiques and Case Studies* (pp. 1-16). Multilingual Matters. <https://doi.org/10.21832/9781853599651-001>
- De Moragas, M. (2005). El Informe MacBride: su huella en Cataluña. *Quaderns del CAC*, (21), 83-86. <https://bit.ly/3oKKx8S>
- Delgado, M. (2002). El cas de les Illes Balears. En Tubella, I. (coord.). *El català en els mitjans de comunicació: situació actual i perspectives* (pp. 175-188). Societat Catalana de Comunicació.
- Deó, J. F., Dolç, M. & Sanchis, V. (1985). *Les ràdios lliures: una pràctica alternativa*. Terra Verda.
- Doro, R. A. (2014). Il movimento delle radios libere in Francia. Della repressione alla regolamentazione. *Zapruder: rivista di storia della conflittualità sociale*, 34, 88-101. <https://bit.ly/3vov7z1>
- Escribano, D. (2016). Perspectiva històrica del conflicte lingüístic al domini territorial hispànic del català. *Treballs de Sociolingüística Catalana*, (26), 231-247. <https://bit.ly/3oLpH9u>
- Espinosa-Mirabet, S. & Martí, J. M. (2022). La creació d'una audiència inexistent. La ràdio de la normalitat lingüística a Catalunya. *Comunicació: revista de recerca i d'anàlisi*, 39(1), 61-80. <https://bit.ly/3cVZLFb>
- Fernández-Ferrer, A. & Retis, J. (2019). Ethnic minority media: Between hegemony and resistance. *Journal of Alternative & Community Media*, 4(3), 1-13. https://doi.org/10.1386/joacm_00054_1
- Fleischman, L., Reguero, N., & Sáez, C. (2009). *Políticas de comunicación y sustentabilidad del tercer sector de la comunicación: el caso catalán en el contexto español y europeo* [presentación en congreso]. VII Congreso Internacional de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC), Madrid, España. <https://bit.ly/3elYjDW>
- Fuller, L. (Ed.). (2007). *Community Media: International Perspectives*. Palgrave Macmillan.
- García, J. (2017). Transformaciones y aprendizajes de las radios comunitarias en España: hacia un modelo de radio inclusiva. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 10(1), 30-41. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.4535>

- García, J., Reguero, N. & Sáez, C. (18-20 enero de 2012). *Radios y televisiones del tercer sector de la comunicación en la historia de la legislación española: ¿un proceso reversible?* [presentación en congreso]. III Congreso AEIC - Tarragona 2012: Comunicación y Riesgo, Tarragona, España. <https://bit.ly/32J7x08>
- García-Gil, S., Gómez-García, S. & Reguero-Sanz, I. (2018). Espacios alternativos de libertad durante la Transición. Breve historia de las radios libres en España (1976-1983). *Revista Latina De Comunicación Social*, (73), 1179-1210. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1302>
- Gifreu, J. (2014). *El català a l'espai de comunicació. El procés de normalització de la llengua als mitjans (1976-2013)*. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra y Publicacions de la Universitat de València.
- Gómez-García, S. (2011). Adoctrinando el futuro: las emisiones infantiles y juveniles de Radio Nacional de España durante el primer franquismo. *Zer: Revista de estudios de comunicación/ Komunikazio ikasketen aldizkaria*, (30), 135-152. <https://doi.org/10.1387/zer.4797>
- Guillamet, J. (1983). *La premsa comarcal: un model català de periodisme popular*. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
- Hernández, J.M. (2008). *El rock català: 1980-1994*. Ara Idees.
- Hicks, D. (2014). (Ed.). *Radio Broadcasting in Regional or Minority Languages. Conference report*. ELEN, EUROLANG y European Free Alliance in the European Parliament. <https://bit.ly/3nOQkuW>
- Institut Ramon Llull. (s. f.). *Llengua* [página web]. Centre de Recursos Pedagògics – Institut Ramon Llull. <https://bit.ly/3tRy5WH>
- Legorburu, J. M. & Martín, B. (2018). La osadía de la "Cadena SER"; frente a la censura radiofónica del franquismo: 'Hora 25' y 'Matinal'. *Historia y Comunicación Social*, 23(2), 371-387. <https://doi.org/10.5209/HICS.62263>
- Lema-Blanco, I. (2020). La deficiente regulación en España de los medios de comunicación comunitarios: el caso de Cuac FM. *Quaderns del CAC*, 23(46), 57-64. <https://bit.ly/3bfg60v>
- Lema-Blanco, I. & Meda-González, M. (2016). Linguistic diversity and communication rights: the role of community media in the promotion of regional or minority languages in Europe. *Radio, sound & society journal*, 1(1), 26-41. <https://bit.ly/3BBtL3P>
- Leprêtre, M. (1996). La Catalunya Nord. La situació sociolingüística als territoris de llengua catalana (III). *Llengua i ús: revista tècnica de política lingüística*, (6), 48-56. <https://bit.ly/3JlnKdg>
- López-Roldán, P. & Fachelli, S. (2015). La encuesta. En P. López-Roldán & S. Fachelli. *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona. <https://bit.ly/3dOWGaL>
- Marí, I. (1991). La política lingüística de la Generalitat de Catalunya. En J. Martí (Ed.), *Processos de normalització lingüística: l'extensió d'ús social i la normativització* (pp. 85-101). Columna.
- Masseroni, S., Domínguez, V. & Libonatti, J. (2016). *Análisis de datos cuantitativos en ciencias sociales: etapas, posibilidades, e información*. Mnemosyne. <https://bit.ly/3R21qrF>
- Moring, T. (2007). Functional Completeness in Minority Language Media. En Cormack, M. & Hourigan, N. (Eds.). *Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies* (pp. 17-33). Multilingual Matters Ltd.
- Núñez del Prado, S. (2003). Minorías nacionales y medios de comunicación: una visión de Europa. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (9-10), 9-30. <https://bit.ly/3BFmgBM>
- Pardines, S. & Torres, N. (2011). *La política lingüística al País Valencià. Del conflicte a la gestió responsable*. Fundació Nexa.
- Pérez-Martínez, J. E. (2015). ¿Se nos oye? Mujeres y radios libres durante la Transición española (1976-1986). En P. Folguera, J.C. Pereira, C. García, J. Izquierdo, R. Pallol, R. Sánchez, C. Sanz, & P. Toboso (Coord.). *Pensar con la historia desde el siglo XXI: actas del XII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea* (pp. 3553-3570). Universidad Autónoma de Madrid. <https://bit.ly/3zKqVYG>
- Pérez-Martínez, J. E. (2017). ¿Por qué las radios libres invadieron nuestro dial? Reflexiones sobre el concepto de anomia comunicacional como origen de proyectos de comunicación alternativa (1976-1989). *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 519-534. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55611>

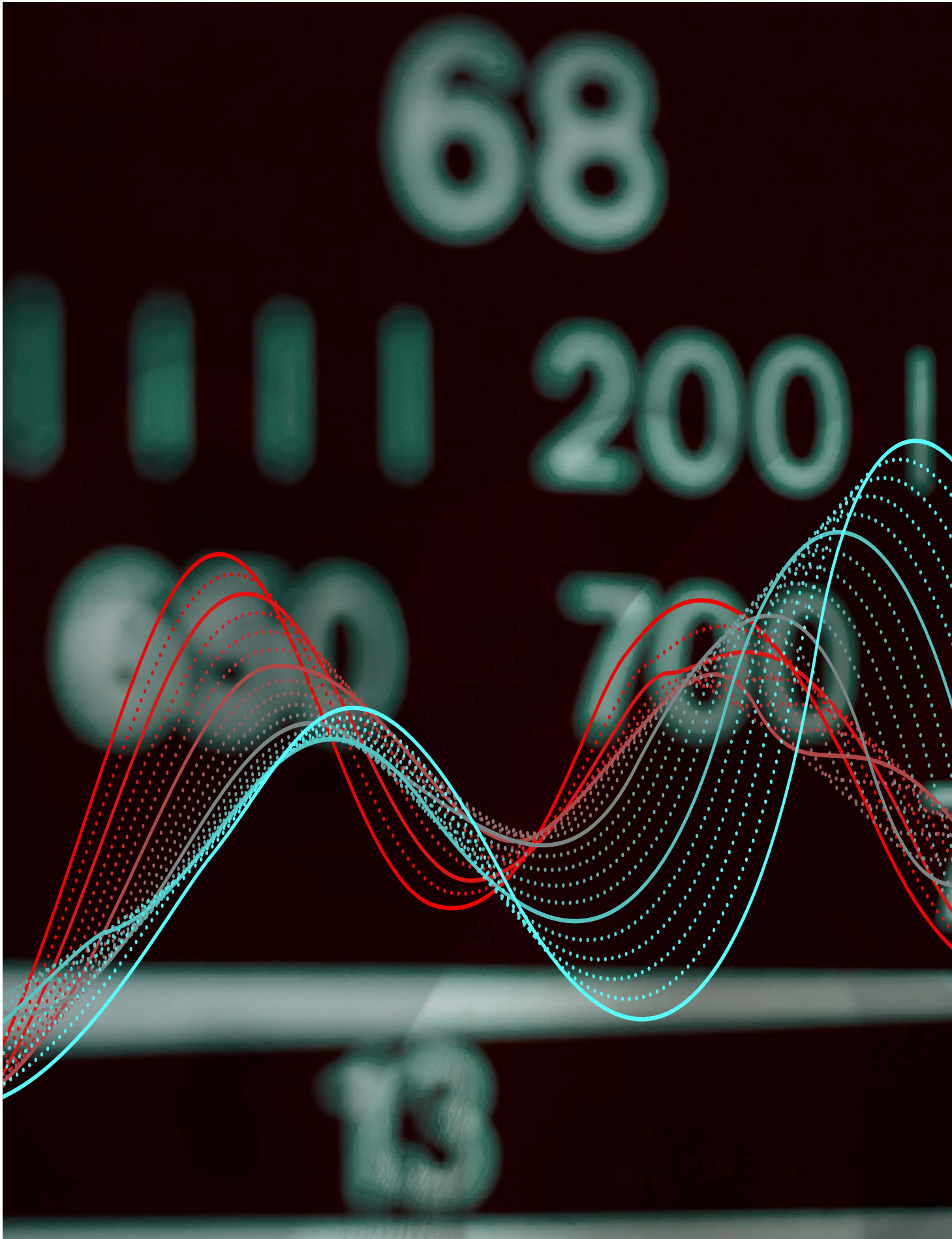
- Pérez-Martínez, J.E. (2021). ¡Queremos las ondas! Una breve historia del movimiento de radios libres en España, de la transición a los primeros gobiernos socialistas (1976-1989). *Historia Actual Online*, (54), 131-142. <https://bit.ly/3Bs6zot>
- Piñeiro-Otero, T. (2016). La radio en la investigación comunicativa en España: una línea minoritaria para un medio mayoritario. *Signo y Pensamiento*, 35(69), 30-48. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-69.rice>
- Prado, E. (1980). El desenvolupament de les ràdios lliures a Espanya. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 1, 155-167. <https://bit.ly/3cVDnvE>
- Ramallo, F. (2017). Minority Languages in Media Communication. En Bediys, K. y Maaß, C. (Eds.). *Manual of Romance Languages in the Media* (pp. 453-470). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110314755-020>
- Rennie, E. (2006). *Community Media: A Global Introduction*. Roman & Littlefield.
- Riggins, S. H. (Ed.). (1992). *Ethnic Minority Media. An International Perspective*. SAGE.
- Rivadeneira, E. M. (2017). Lineamientos teóricos y metodológicos de la investigación cuantitativa en ciencias sociales. *In Crescendo*, 8(1), 115-121. <https://doi.org/10.21895/incre.2017.v8n1.11>
- Romo, H. L. (1998). La metodología de la encuesta. En Galindo, L. J. (Coord.). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* (p. 33-74). Logman. <https://bit.ly/2JtHENs>
- Ruiz, F., Sanz, R. & Solé, J. (2001). *Diccionari de sociolingüística*. Enciclopèdia Catalana.
- Taylor, M. L. (2022). La Diversidad Lingüística Durante y Después del Franquismo en España. *The Review: A Journal of Undergraduate Student Research*, 23(1), 1-12. <https://bit.ly/3ONrl4l>
- Terrón, J.L. (1993). Ràdios lliures: 15 anys recurrent el buit. *Annals del periodisme català*, (23), 134-141. <https://bit.ly/3zjd2zr>
- Tubau, F. & Vallès, J. (1999). Emili Prado: "La ràdio municipal ha de recuperar la capacitat dinamitzadora que es buscava en el seu origen". *Antena local*, (9), 14-17.
- Urla, J. (1995). Outlaw language: Creating alternative public spheres in Basque free radio. *Pragmatics*, 5(2), 245-261. <https://doi.org/10.1075/prag.5.2.09url>
- Vallverdú, F. (1991). La noció de normalització lingüística als Països Catalans. *Treballs de sociolingüística catalana*, 9, 137-139. <https://bit.ly/3JjkfUy>
- Xambó, R. (2002). El cas del País Valencià. En I. Tubella (Coord.). *El català en els mitjans de comunicació: situació actual i perspectives* (pp. 189-220). Societat Catalana de Comunicació.
- Zabaleta, I., Ferré-Pavia, C., Gutiérrez, A., Fernández, I., & Xamardo, N. (2014). European minority language media and journalism: Framing their marginal reality. *International Communication Gazette*, 76(3), 275-295. <https://doi.org/10.1177/1748048513516907>

- Sobre el autor:

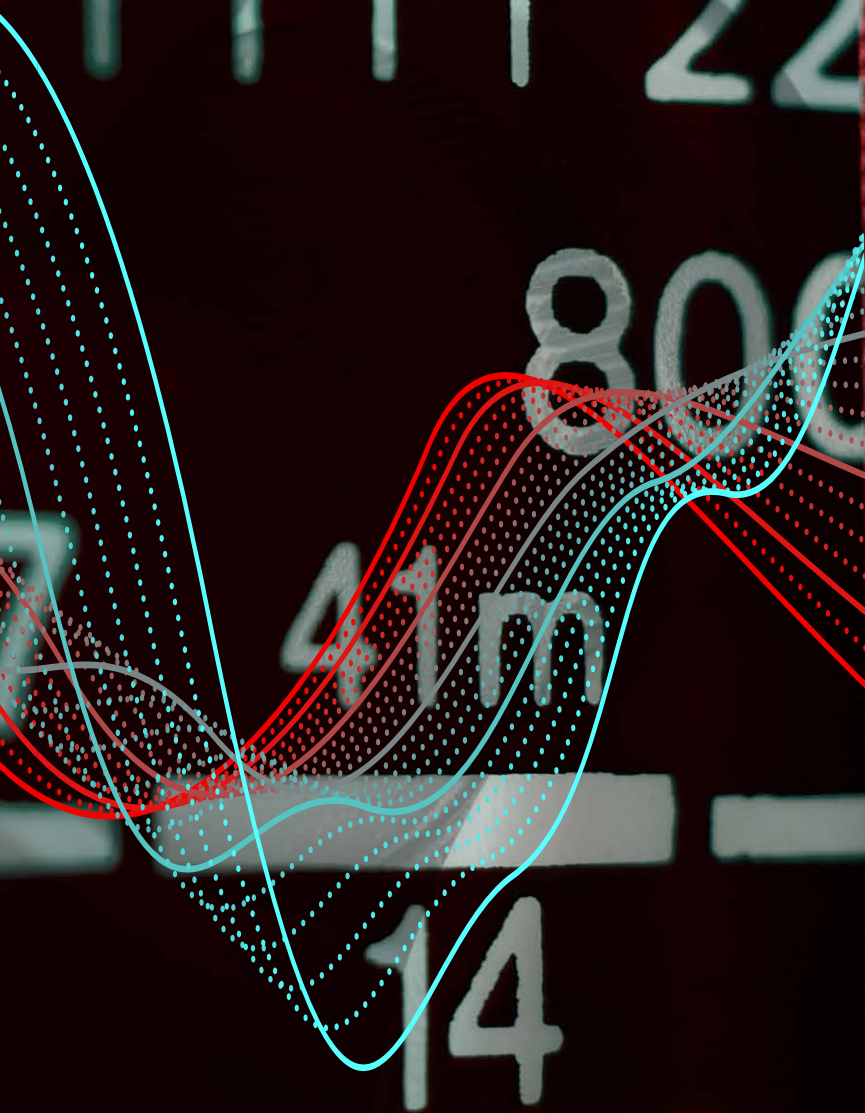
Eloi Camps-Durban es periodista y comunicador. Graduado en Comunicación Cultural (Universitat de Girona) y máster en Humanidades (Universitat Oberta de Catalunya). Actualmente es investigador y docente en formación en la Universitat Pompeu Fabra, con una tesis sobre las cooperativas de prensa en Cataluña. Sus intereses de investigación incluyen la historia del periodismo y de la prensa, la comunicación local y los medios alternativos.

- ¿Cómo citar?

Camps-Durban, E. (2022). Radios libres y normalización del catalán: medios comunitarios en la recuperación de una lengua minorizada. *Comunicación y Medios*, 31(46), 135-147. <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2022.65956>



DOCUMENTOS



100 años de la radio en Chile

El 19 de agosto de 2022 se conmemoraron los 100 años de la primera transmisión radial en Chile. Un siglo antes, académicos de la Universidad de Chile consiguieron comunicarse entre la casa central de esa casa de estudios, ubicada hasta ahora en plena Alameda, con el edificio que entonces albergaba al diario *El Mercurio*, en la esquina de las calles Compañía con Morandé, en el centro de Santiago. Esa conexión marca el nacimiento de la radiodifusión en Chile. Qué mejor excusa para la publicación de *100 años de la radio en Chile (1922-2022)* (LOM Ediciones), editado por el profesor Raúl Rodríguez, editor invitado de este número especial. El volumen colectivo va acompañado del sitio web 100añosradio.cl, un sitio patrimonial, sonoro, que visibiliza y difunde la memoria de la radio y su importancia en la sociedad chilena.

Con ocasión del lanzamiento del libro y del portal digital, la Universidad de Chile conmemoró el centenario de la radio en Chile en una ceremonia en su casa central. En ella, voces y actores que revitalizan hoy los esfuerzos colectivos de antaño en esta revolución de las comunicaciones, honraron esta tradición. En la ceremonia, participaron y reflexionaron sobre los desafíos y proyección de este medio la Subsecretaría General de Gobierno de Chile, Valeska Naranjo; la vicerrectora de Extensión y Comunicaciones de la Universidad de Chile, Pilar Barba; el decano de la Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas (FCFM), Francisco Martínez; el jefe de Educación UNESCO Santiago, Valtencir Mendes; el Premio Nacional de Periodismo y voz del Diario de Cooperativa, Sergio Campos; la presidenta del directorio del Centro Cultural Palacio la Moneda, Antonella Estévez; el director de Radio Universidad de Chile, Patricio López; y Marcelo Comparini, periodista de Canal 13, Radio Oasis y Emisor Podcasting. En esta ocasión, reproducimos íntegramente dos de los discursos que se pronunciaron en la conmemoración de los 100 años de la radio en Chile: El de la rectora de la Universidad, Dra. Rosa Devés, y el de Silvia Aguilera, editora de LOM Ediciones. La presente versión fue editada para su lectura fluida, lo que incluyó los títulos y subtítulos.

La radio en la Universidad de Chile: Amalgama de invención, cooperación e impacto social

Rosa Devés Alessandri

Rectora de la Universidad de Chile

Un gusto grande tengo de participar en esta celebración de los 100 años de la radio. Es un orgullo rendir homenaje a quienes aportaron tan significativamente a este desarrollo tecnológico de grandes implicancias sociales desde la Universidad de Chile, así como a quienes hoy hacen radio en el país.

Los inicios de la radio en Chile representan la esencia de esta Universidad: la creatividad, el conocimiento y el oficio de sus integrantes, con la voluntad de aportar al país con trascendencia y la capacidad de articular redes nacionales e internacionales. La primera transmisión fue una muestra del espíritu innovador y de la constante búsqueda de progreso científico y tecnológico que la Universidad siempre ha tenido como sello.

El joven ingeniero agrónomo, Enrique Sazié, quien, apasionadamente, trabajó con el profesor Arturo Salazar (también reconocido por su aporte a la electrificación del país y la radiología en Chile) para desarrollar la tecnología y realizar la primera transmisión entre la Casa Central y el diario *El Mercurio* (ubicado a unas pocas cuadras de distancia), son ejemplos de esta amalgama de inven-

ción, formación, oficio puro y duro, cooperación e impacto tecnológico y social, característico de nuestra institución.

El libro *100 años de la radio en Chile (1922-2022)* (Rodríguez, 2022) cuenta estos inicios y resalta ese espíritu.

Brindamos un saludo muy afectuoso a todas y todos quienes hacen radio hoy y que han ayudado y ayudan a descentralizar y a democratizar Chile. Vaya mi saludo especial a las radios universitarias y a las radios comunitarias.

Agradecemos la contribución que realizan nuestras propias radios: la Radio Universidad de Chile, la Radio Juan Gómez Millas y nuestros egresadas y egresados y, por cierto, nuestra Facultad de Comunicación e Imagen que participa hoy con compromiso en el convenio con la Secretaría General de Gobierno “Más amplitud, más voces, más democracia” colaborando para establecer las bases para la creación de una política pública que fortalezca la creación de medios de comunicación, con características de diversidad y descentralización.

Y, por cierto, agradecimientos a Raúl Rodríguez y el proyecto 100 Años de la Radio en Chile. No solo por el libro *100 años de la Radio en Chile*, sino también por el sitio: 100añosradio.cl que tanta promesa nos trae.

Con esta celebración reafirmamos nuestro compromiso con el rol público de la comunicación y del periodismo, cuya función social debe seguir siendo, como hace cien años, la de fortalecer la democracia y fomentar un debate ciudadano informado.

Muchas gracias a todas y todos.

Referencias

Rodríguez, R. (ed.) *100 años de la radio en Chile (1922-2022)*. LOM Ediciones.

Una memoria social y emotiva sobre la radio en Chile

Silvia Aguilera

Directora editorial de LOM ediciones

¡Hoy estamos de fiesta! Celebramos los 100 años del nacimiento de la radio en Chile. Ese artefacto mágico que hizo estallar las comunicaciones, acortando las distancias y el tiempo de los acontecimientos, y nos vinculó con otros seres humanos del propio territorio y de lugares más lejanos, nos ha hecho vivir experiencias y emociones diversas a través de las voces que venían desde lejos.

Quisiera manifestar la enorme alegría que nos da festejar este significativo evento en la Casa Central de la Universidad de Chile, lugar desde donde se realizó la primera transmisión radial de nuestra historia, que hizo soñar e imaginar a muchos y que desbarató la incredulidad de otros tantos.

Mi primer recuerdo de la radio, cuando estaba en pleno apogeo y ocupaba un lugar central en la mayoría de las casas populares de Chile, fue cuando, un día, una tía llegó a nuestra casa con una pequeña radio que funcionaba a pilas, desde la cual ella escuchaba uno de los radioteatros que se transmitían en la época. Mi hermano chico, unos pocos años menor que yo —quien quedó muy asombrado con ese pequeño artefacto del que salían voces y música—, permaneció un buen rato observando el rectángulo sonoro, sin siquiera acercarse. De pronto, miró a la tía y le preguntó: ¿son muy chiquititos los hombres que están ahí adentro?

Así como ese niño, los adultos de ese 1922 no lo grababan comprender cuál era la magia, o la técnica, que hacía posible tal maravilla. Fue la pasión, la obsesión y la curiosidad del joven ingeniero agrónomo Enrique Sazié Herrera —egresado de esta casa de estudios—, quien, con la audacia de sus 25 años, se aventuró a investigar y experimentar en otro campo del que se había formado, para poner en marcha el sistema de transmisión sin hilos, es decir, las comunicaciones inalámbricas. Sazié con-

feccionó su primer receptor a válvula, lo que más tarde significaría una transformación en las comunicaciones de larga distancia y una revolución por su alcance masivo.

Pero como toda gesta nunca es producto de los afanes de una sola persona, Sazié contó con la colaboración, mano a mano, de su maestro, Arturo Salazar, profesor de electrotecnia, también de la Universidad de Chile, y así como de varios otros que se fueron incorporando en esta fascinante hazaña.

Pero lo que movía a Sazié no era solo la afición por la técnica, sino “la misión mía era poder llegar lo más lejos posible y transmitir noticias y hacer todo esto por radio”, señalaba en una entrevista que concedió varias décadas más tarde al programa Radio Club. Sin duda había en él esa intuición o mirada, una dimensión pública de las comunicaciones.

Con el correr de las décadas, este medio se ha visto modificado, transformado y enriquecido debido a diversos cambios tecnológicos, económicos y sociales. Éstos, a su vez, han dado forma a diversos tipos de radios; entre ellas, las radios comunitarias y las radios universitarias, las que siguen bregando con fuerza por la vocación pública de este medio, cuya misión es informar de manera plural, veraz y oportuna.

Sin ningún afán de autorreferencia, quisiera compartir con ustedes un segundo acontecimiento que, en lo personal, marcó mi relación con la radio, hasta hoy. Esta vez, yo ya tenía diez años: mi familia reunida en torno de una radio, una extraña mañana de un martes del mes de septiembre de 1973. El encuentro tenía algo de solemnidad, en medio de la tristeza y la sensación de abandono que veíamos en los mayores, los cigarrillos encendidos y unas lágrimas que surcaban el rostro de algunos de ellos. Escuchábamos las palabras del presidente de la República, Salvador Allende Gos-

sens. Yo tenía clara conciencia que aquello estaba ocurriendo en ese mismo momento, en un lugar físico distante de donde estábamos, y que se trataba de la despedida del presidente que había creído en los pobres, en el pueblo, en nosotros. Y sentí que nos habló a los que allí nos reuníamos alrededor de la radio, cuando dijo: “Me dirijo a ustedes, sobre todo, a la modesta mujer de nuestra tierra, a la campesina que creyó en nosotros, a la madre que supo de nuestra preocupación por los niños (...).” Luego, la radio se apagó.

En este siglo de historia de la radio son muchos los personajes, hombres y mujeres, que han dado forma y sentido a la radio, así como han sido muchos los acontecimientos que esta ha dejado grabados en la memoria de la ciudadanía. Y no me cabe duda que así seguirá siendo, ya que la radio es uno de los medios de comunicación que cuenta con la mayor confianza de la ciudadanía, en un escenario de descrédito de muchas instituciones, entre ellas también algunos medios de comunicación.

Ad portas de importantes cambios para nuestra sociedad, que han de significar la profundización democrática, el reconocimiento en la diversidad, la descentralización política y del poder, entre otros, la radio tiene enormes desafíos por delante, los que se relacionan también con la democratización del control de los medios y, con ello, la desconcentración de la palabra, y no nos cabe duda que sabrá estar a la altura de tales desafíos.

Agradezco a Raúl Rodríguez, artífice principal de este proyecto editorial.

Agradezco a cada una de las y los autores, así también nuestro reconocimiento al Fondo de Apoyo a la Producción Académica 2021, de la Facultad de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Y a la Casa Central de esta Universidad por acogernos. Gracias.



RESEÑAS

Radio y salud mental en América Latina

Tito Ballesteros López y Sara Makowski. (2021). *Radio y salud mental en América Latina*. Buenos Aires: TeseoPress. 225 págs. ISBN: 9786072928633

RADIO Y SALUD MENTAL EN AMÉRICA LATINA

TITO BALLESTEROS LÓPEZ
SARA MAKOWSKI



Los roles de la radio van más allá de los que impone la industria. No se trata solamente de hacer productos atractivos que generen un negocio. Las múltiples y diversas experiencias de radio social, sobre todo en América Latina, demuestran que hay proyectos importantes por otros motivos: porque son lugar donde se ejerce la libertad de expresión, porque son espacios de encuentro, que generan comunidad, que resuelven problemas, que contribuyen a enfrentar las injusticias. En ese sentido, las radios al servicio de la salud mental son un fenómeno rico, creativo y alentador.

En el libro de Tito Ballesteros y Sara Makowski se explora la relación entre radio y salud mental para co-

nocer este escenario pequeño, pero importante. Un modelo de radio que no entiende su razón de ser por la cantidad de escuchas. Un modelo de radio que se abre camino a pesar que, como señalan los autores, no es una figura formal en ninguna legislación.

En la investigación se revisan trece experiencias latinoamericanas de Argentina, Chile, Uruguay, Brasil, México y Costa Rica. Se incluyen emisoras con antena y emisoras en línea, pero también programas de radio especializados y *podcast*, y no de forma pura, pues la hibridación, síntoma de la época, es una característica de estos proyectos. Es decir, la emisora por antena también tiene emisión en línea, los programas no se emiten en una sola emisora y las radios en línea emiten sus contenidos también en radios por antena, entre otras superposiciones.

Todas ellas, consignan los autores, se reconocen a sí mismas como radio, más allá de si técnicamente lo son o no. Al respecto, se incluye una definición inicial que es útil para ubicar el objeto del libro, a pesar de cada particularidad: “se trata de experiencias radiofónicas o canales alternativos que usan espacios sonoros como dispositivos para la libre expresión, la comunicación, la visibilidad y la desestigmatización de personas escasamente valoradas y reconocidas por la sociedad como lo son quienes sufren algún padecimiento mental” (Ballesteros & Makowski, 2021, pp. 22-23).

El libro narra el contexto en que surgen este tipo de experiencias, que comienza en la década de 1970 a discutir algunos de los postulados tradicionales de los tratamientos para personas con problemas de salud mental y reclamar para los pacientes un trato digno e inclusivo, el ejercicio de sus derechos y el uso de la expresión como una herramienta

terapéutica. En 1989 aparece la primera experiencia de este tipo: en Brasil, el programa Radio Tam Tam se produjo y emitió durante nueve años. En 1991, con el proyecto de La Colifata en Argentina, se abrió con fuerza la posibilidad de un nuevo modelo radiofónico pensado para fines de salud mental. Por esto, La Colifata es tomada como una experiencia señera en la materia, un punto de inflexión.

La Colifata es la primera FM del mundo nacida dentro de un hospital neuropsiquiátrico y es la primera de las trece experiencias aún vigentes que el libro describe. Impulsada por Alfredo Olivera, transmite los sábados desde el neuropsiquiátrico Borda, en el barrio de Barracas, en la Ciudad de Buenos Aires, y las transmisiones son una suerte de radio abierta también, por cuanto se puede presenciar personalmente.

Como bien se precisa en el libro, esta experiencia es adelantada en entender a la expresión como una herramienta de la salud mental, y poner a los mal llamados locos en posición de enunciación, en una sociedad que suele silenciarlos y ocultarlos: “esas voces confinadas al silencio comenzaron a ser escuchadas por la sociedad, a dialogar con otras y a ser reconocidas por lo que podían aportar desde su condición de diferencia” (Ballesteros & Makowski, 2021, p. 62). Así, esas personas lograron recuperar su condición de tales, su capacidad narrativa, su comunicación, su incidencia en lo social y cultural. Según su creador, se trata de un “proyecto psicoterapéutico, estético y político” (Ballesteros & Makowski, 2021, p. 70).

El “éxito” inicial de La Colifata se debió a que los micros que producían eran difundidos en otras emisoras, y algunos radialistas importantes del ámbito comercial, o emisoras comunitarias como FM La Tribu, les dieron

un espaldarazo para difundir lo trabajado, que redundó en un fortalecimiento de los objetivos del proyecto. Mediaba la década del noventa y no era tan fácil distribuir contenidos sonoros, como lo es hoy con las tecnologías digitales.

Otra experiencia que transmite por antena es la de Radio Vilardevoz en Montevideo, Uruguay, emisora nacida en el Hospital Psiquiátrico Vilardebó en 1997, que cuenta con licencia desde 2010. Entre sus particularidades está que implementa lo que han denominado como “desembarco”, que consiste en llevar a diferentes espacios públicos la radio, realzando así el valor comunicativo, participativo y comunitario de la experiencia.

Cuando se habla de la posibilidad de que estos medios, y con ellos los pacientes, tengan incidencia en lo público, la historia de Vilardevoz nos recuerda que esto es posible: la radio fue importante para la construcción de la Ley de Salud Mental que se sancionó en Uruguay en 2017. Del mismo modo, la emisora se sostiene gracias a un club de socios que hacen un aporte mensual.

La tercera experiencia de antena es Radio Paranoia del Subcentro de Salud Mental de Melipilla, Chile. Como en general sucede con los casos descritos por el libro, todos parten como talleres de radio, que resultan terapéuticos y hacen posible el ejercicio de la *voz propia*. Y en todos los casos, luego se completa con la puesta al aire o emisión de esas voces, para completar el circuito del derecho a la libertad de expresión, que no solo consiste en poder decir, sino que ese decir sea escuchable por un otro.

Radio Paranoia transmite música las 24 horas y tiene dos espacios semanales con programas de producción propia. Se trata de un trabajo que además de las dificultades

propias de un proyecto de este tipo, debe lidiar con lo difícil que resulta encarar un proyecto sin fines de lucro bajo la legislación chilena y en una ciudad que no es de las más importantes del país.

Además, el libro incluye experiencias de radios en línea. Radio Abierta es la primera experiencia mexicana en esta materia, integrada por una de las autoras del libro, Sara Makowski. Esta emisora no se encuentra en un hospital psiquiátrico, sino que se ubica en la Universidad Autónoma Metropolitana, en la Ciudad de México.

La otra experiencia en línea es Radio Maluco Beleza, nacida en 2010 en Campinas, Brasil. Antes de eso ya habían incursionado en diversas actividades de comunicación y desarrollado un espacio radial propio en una emisora FM de la ciudad. Actualmente cuenta con 21 programas.

El libro se completa con la descripción, entrevistas y análisis de programas de radio dedicados a la salud mental (Radio Diferencia de Chile; Caramelos Surtidos, Los Inestables, La Bisagra, Tardes Nuestras y Radio Desate de Argentina; y Podemos Volar de Costa Rica) y una experiencia de podcast (Radio Estación Locura de Chile).

Además de describir los proyectos y abordar las vinculaciones entre radio y salud mental, la publicación revela los obstáculos que presentan proyectos de esta envergadura, mayormente por la desconfianza de las propias instituciones, o las dificultades para gestionar lo necesario para la subsistencia. Otras experiencias, directamente, se sostienen sin depender del ámbito institucional, y son empujadas por organizaciones o grupos de personas que tienen la vocación de transformar la realidad de los pacientes. En todos los casos se señala la precariedad económica como una constante que atraviesa el

trabajo, por lo que el problema de la sostenibilidad no es ajeno al de todos los modelos de emisoras sin fines de lucro.

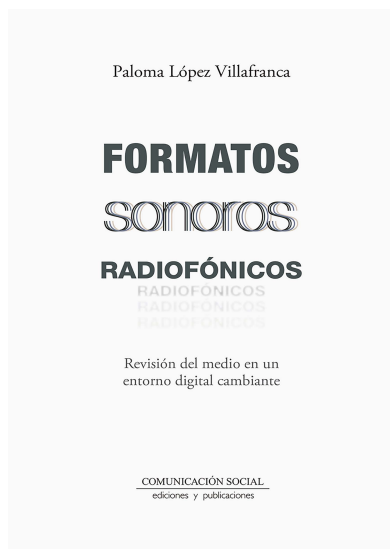
Este libro no solo describe, con mucho detalle, un mundo importante en la radio latinoamericana, sino que demuestra una vez más la capacidad de adaptación y transformación que tiene el medio radiofónico, que va más allá de una definición técnica, adquiriendo diversas formas que no se agotan en la emisora tradicional de onda hertziana ni en el lucro como único objetivo posible, sino que tiene que ver con sus usos y con las significaciones que habilitan. Este libro confirma que, donde hay una necesidad, hay un modelo de radio para ayudar a saldarla.

Francisco Godínez Galay

Director Centro de Producciones Radiofónicas (CPR)
francisco@cpr.lat

Formatos sonoros radiofónicos

López Villafranca, Paloma. (2021). *Formatos sonoros radiofónicos*. Salamanca: Comunicación Social. 204 páginas. ISBN: 9788417600365



Que los medios tradicionales han complejizado sus sistemas de trabajo, transmisión y gestión es una verdad casi sin discusión. La radio de siempre hoy es multimedia, llega a los ahora usuarios por distintos canales y enfrenta el desafío de diversificar sus modelos de negocios, mirando las oportunidades digitales.

En este escenario *Formatos sonoros radiofónicos*, de Paloma López Villafranca, es una respuesta y actualización al mismo tiempo. Definida como un “manual”, esta obra es la continuación en una línea de pensamiento que alimentaron destacados autores, también españoles, como Mariano Cebrián Herreros, Armand Balsebre, María del Pilar Martínez-Costa, Emma Rodero o Miguel Ángel Ortiz, quienes seguramente encuentran su raíz común en el recordado Ángel

Faus Belaus y su clásico *La radio: introducción al estudio de un medio desconocido* (1974).

La obra de Paloma López se sitúa dentro de este universo y reconoce además una inspiración en ellos, pero su propuesta viene dada por una triple apuesta: la historia, la revisión de estudios anteriores y, sobre todo, la actualización a partir de los cambios que el entorno digital ha traído a la producción radial. En esta línea, la autora sostiene que el material busca ser no solo un manual de radio, sino uno que explore también otras narrativas sonoras, resultantes de la convergencia y de la disponibilidad de nuevos soportes.

Virtualmente el texto se divide en dos partes: los tres primeros capítulos destinados a conocer los ingredientes con los que se arma cualquier relato sonoro y los siete restantes nos describen la forma en que se pueden combinar estos ingredientes para generar distintos productos radiales. En concreto, el primer capítulo entrega una necesaria mirada histórica para comprender cómo hemos llegado al punto actual de medios convergentes teniendo a la vista la forma en que los avances tecnológicos han permitido la evolución del medio. Sin embargo, antes del viaje al pasado, la obra establece un par de definiciones que permiten conocer el rumbo que vamos a tomar. López adscribe a lo dicho por García Lastra: “La radio es un producto multimedia basado en el audio que se transporta por cualquier canal y se consume en cualquier dispositivo” (2012) definición que termina siendo una carta de navegación para el resto del texto. Así, en el segundo capítulo, destinado al análisis de los tradicionales elementos del lenguaje radiofónico —es decir, palabra, música, efectos y silencio— la autora aporta matices que enriquecen los conceptos a partir del carácter multimedial de la radio actual, pero siempre con la claridad que el sonido es el centro.

La segunda parte del libro desarrolla sucesivos capítulos destinados a ejes temáticos: la información de actualidad, entretenimiento y *magazine*, la ficción sonora, el deporte, la música y las radio-fórmulas, los formatos publicitarios y un capítulo final destinado, específicamente, a los formatos híbridos, emergentes de la interacción de radio e Internet. En cada uno de estos apartados “temáticos” se aprecia la mencionada propuesta de valor, partiendo por la evolución que dichos ejes han tenido en la historia de la radiodifusión española. En cada capítulo encontramos una actualización de las definiciones, basada en los cambios que el entorno digital genera en la producción sonora. Pero, para proponer esta actualización, es necesario desarrollar una tercera arista, que corresponde a una siempre exhaustiva revisión de lo que ya han señalado otros autores a la hora de ensayar categorizaciones. Y es en este punto donde radica uno de los más valiosos aportes: la autora distingue los conceptos de género y formato y separa estos, a su vez, de la noción de programas. Ya antes, Mario Alcudia (2008) propuso una mirada que buscaba esta amplitud en sus *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*, texto en el que sostiene que los tradicionales reportaje, crónica y entrevista, son insuficientes para mirar el total de la oferta radial y por ello es necesario hacer *zoom back* y analizar lo que llamó “macrogéneros” o áreas temáticas que contienen a distintos “tipos” de programas. López va en esta línea, señalando que los géneros responden a “*formas específicas* de organizar el contenido”, mientras que los formatos son las “*formas generales* que organizan el conjunto de programas y géneros de una misma emisora”.

Informar, acompañar y entretener son los verbos que siguen conjugando hoy la mayor parte de las emisoras del mundo. Respecto del primero de ellos, la radio es un actor central dentro de la industria de medios. En

Chile es consistente su aparición no solo como el medio más confiable, sino también como una de las instituciones más creíbles para la ciudadanía, solo detrás de las universidades y la policía civil, según la encuesta CEP (2022). Buena parte de esta confianza se basa en la cercanía que la radio puede construir con sus auditores, pero también en la credibilidad que sus productos informativos pueden generar. Es por ello que resulta necesario revisar las opciones de la radio para distribuir noticias.

En ese sentido, el cuarto capítulo del texto resulta especialmente valioso al proponerse, bajo el rótulo de géneros, una caracterización de las más tradicionales estructuras que nos permiten informar a la audiencia. Si bien la realidad española descrita presenta espacios que no coinciden con la oferta latinoamericana, los conceptos aquí definidos operan como un principio ordenador. La allí denominada "noticia" puede tomar en las radios chilenas y latinoamericanas distintas características, aunque la que más se le aproxima es aquella que en emisoras nacionales denominamos "despacho", un género que se caracteriza por la inmediatez de la entrega, casi siempre con el periodista en terreno. Estos rasgos son los que, a la larga, permiten sostener la confianza antes descrita. Junto al trabajo de categorización y nomenclatura, la autora no pierde oportunidad de entregar acotaciones que actualizan la vigencia de géneros como el documental, una pieza que por años se ha visto relegada en las radios comerciales tradicionales dado su presunto alto costo, pero que se ha revitalizado con las posibilidades de distribución que ofrecen diversas plataformas de podcasts, donde los formatos narrativos tienen precisamente al documental como uno de sus productos estrella.

Tal vez en los programas informativos es donde la radio se ve hoy en-

frentada a sus mayores desafíos en materia de contenidos. En estos espacios ha debido resolver, de forma concreta, el hecho que medios diversos cuentan hoy con la inmediatez que antes era capital exclusivo de la empresa radial. En otras palabras, ya no basta con el dato, pues este puede llegar a la audiencia antes en forma de *tuit*. Así, los formatos noticiosos han debido actualizar su catálogo de géneros garantizando la presencia de componentes de opinión o interpretación.

Los contenidos informativos, al menos en su soporte sonoro original, no son los más propensos a adquirir una segunda vida, precisamente por la naturaleza de sus asuntos. En cambio, la radio orientada a la entretenimiento sí cuenta con más oportunidades de ser escuchada en horarios distintos a los dispuestos por la programación lineal de la radio tradicional, gracias a su publicación en la web de la emisora. Por esto resulta valiosa, al inicio del capítulo sobre *magazine* y otros formatos de entretenimiento, la reflexión en torno al concepto de programa y la manera en que esta noción se complejiza en sus dimensiones temporales con la existencia de la denominada "radio a la carta".

La ficción sonora, producto estrella en la mitad del siglo pasado, se ha visto revitalizada gracias a la opción de consumo atemporal. López nos ofrece una minuciosa revisión de los tipos de ficciones sonoras clasificadas según sus objetivos, sus temáticas o sus periodicidades y apoyada en abundantes ejemplos vigentes.

Y si hablamos de nuevas especies sonoras, el *podcast* es la estrella. Nombrado así en 2004, pero en auge desde 2013, cualquier intento de clasificación de productos sonoros que prescindiera de ellos es una revisión incompleta. Pero, por otro lado, los intentos actuales por etiquetarlos y categorizarlos corren el riesgo de verse superados por el vértigo de la innovación en tiempo breve. Por esto mismo resulta

valiosa, para cualquiera que pretenda estudiar el mundo del podcast, la categorización que ensaya López: como en el resto de la obra el barrido por otros autores es minucioso y ofrece diversos criterios para entender que el podcast no es un formato sino muchos, donde cada uno cuenta con sus propias reglas de producción.

La masificación de Internet abrió nuevas posibilidades para la creación de contenidos sonoros. No es necesario disponer de una antena y costosos equipos para crear productos y llevarlos a una audiencia. Hoy cualquiera puede hacer un *podcast* o una radio entera en formato *on line*, pero si el objetivo es hacer un buen *podcast*, una buena radio *on line* o incluso un buen programa de radio, es necesario adquirir referencias como *Formatos sonoros radiofónicos*, que es un manual de enorme utilidad para todos, también para profesionales e investigadores, particularmente, por su valiosa capacidad de compilar y de actualizar.

Carlos Montenegro Armijo

Pontificia Universidad
Católica de Chile
cmontene@uc.cl

Referencias

Alcudia, M. (2008). *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*. Fragua.

Centro de Estudios Públicos (CEP) (2022). *Encuesta Nacional de Opinión Pública, Encuesta CEP 86, abril-mayo*. <https://bit.ly/3EpVxkM>

García-Lastra, J.M. (2012).

Del modelo productivo de la era analógica al de la radio multicanal. En Gallegos, I., *Sintonizando el futuro, radio y producción sonora en el siglo XXI*. RTVE.

Café Del Cerro: Miles de voces dirán que no fue en vano

María Eugenia Meza Basaure. (2022). *Café Del Cerro: Miles de voces dirán que no fue en vano*. Santiago: Café del Cerro Ediciones. Tomo I: impreso. 412 pgs. ISBN: 978-956-410-222-1. Tomo II: electrónico. 310 pgs. cafelcerro.cl.



En 1982, en plena dictadura, un nuevo local en Santiago de Chile se convirtió en un centro de actividades culturales alternativas y de resistencia al régimen. El Café del Cerro llegó a ocupar un lugar literal y figurativo importante en el circuito de cultura opositora a la dictadura, junto a la revista *La Bicicleta*, el sello de discos Alerce, la productora Nuestro Canto y otras varias instituciones, tanto efímeras como duraderas. Estas organizaciones se

cruzaban en el camino, colaboraban y compartían público. En conjunto moldeaban el ambiente sonoro de oposición cultural de la época.

Este libro, de la periodista chilena María Eugenia Meza, narra la historia del Café del Cerro. Su subtítulo, "Miles de voces dirán que no fue en vano" —tomado de una canción de Santiago del Nuevo Extremo, un grupo musical muy conocido de la época— sugiere el peso que ejerció el Café durante un período de diez años que empezaron con represión y violencia estatales, crisis económica y cesantía; años que transcurrieron entre protestas, "apertura", Estados de Sitio y paros nacionales; llegaron a campañas para el plebiscito y, luego, elecciones presidenciales y culminaron con la transición a la democracia.

El libro contribuye al esfuerzo de ordenar e indagar las actividades político-socio-culturales durante una época muy distinta a la actual, no sólo en cuanto al entorno político sino que, también, en cuanto a los medios de comunicación disponibles. Aunque parezca obvio, vale destacar que todavía no existía internet y, por lo tanto, la comunicación social requería estrategias diferentes a las de hoy. Convocar a un público amplio o masivo era más difícil y, por parte de las autoridades, ejercer control era más fácil. Los militares establecieron una censura directa e indirecta tanto en los medios masivos de comunicación como en el ámbito del espectáculo (Donoso Fritz, 2019). Debido a la represión feroz, la censura y la resultante autocensura, quedó mucho sin decir en los medios de la época y la tarea de reconstruir la historia, aún habiéndola experimentado, como es el caso de la autora del libro, requiere un esfuerzo transversal.

Desde el retorno a la democracia, libros, documentales y reportajes han narrado y analizado la vida en dictadura y las experiencias de las cuales no se hablaba públicamente en el momento. En cuanto a la cultura de resistencia, ha habido varias clases de publicaciones. Para nombrar sólo algunas, podemos mencionar la memoria de Eduardo Yentzen (2014) —uno de los fundadores de la revista *La Bicicleta*— y la de Jorge Venegas (2010), participante de la grabación clandestina del casete *Camotazo* de música de apoyo a la resistencia poblacional. Están, también, las in-

vestigaciones académicas sobre la Agrupación Cultural Universitaria (Muñoz Tamayo, 2006) o los flujos de la música popular (González, 2017). Entre los tratamientos periodísticos se destacan *El Canto Nuevo Chileno* (Díaz-Inostroza, 2007) y pasajes de *Canción Valiente* (García, 2013) y *La era ochentera* (Contardo & García, 2009). *Ecos del tiempo subterráneo: Las peñas en Santiago durante el régimen militar (1973-1983)* (Bravo Chiappe y González Farfán, 2009) traza las peñas precarias que, entre represión "legal, física, y psicológica" (pp. 92-109), intentaban mantener o resucitar la tradición de música de contenido social durante los primeros años de la dictadura. Al final de ese libro aparece mencionado el Café del Cerro.

Donde termina *Ecos* empieza *Café del Cerro*. El libro posiciona el Café dentro de su momento histórico. "Había miedo," empieza, "Los 80 en Chile ... fueron años duros" (p. 29). Luego, resume las actividades del Café situadas en su contexto. O, más bien, en sus contextos: las condiciones cambiantes de la década.

La propuesta de los fundadores del Café era la de establecer un local con un "modelo de gestión muy diferente a lo que había en esa época" (p. 24): que se operara como negocio formal con todos los papeles en orden, trabajadores asalariados, funciones durante toda la semana, criterios profesionales de sonido, gastronomía y administración, y con la cuidadosa selección de artistas. Es decir, "no ... reemplazó" a las primeras peñas en dictadura, sino que, más bien, "abrió un nuevo espacio" (p. 270).

Ese espacio se convirtió en un lugar apto para presentaciones de una variedad de géneros, primero entre ellos el Canto Nuevo chileno. El Canto Nuevo era el descendiente en dictadura de la Nueva Canción Chilena, la música militante con raíces folklóricas que tuvo su auge durante la presidencia de Salvador Allende y que fue brutalmente silenciada en 1973 con el golpe de Estado. Los pocos músicos de la Nueva Canción que se quedaron en Chile, junto con músicos jóvenes afines, ya no podían cantar "El pueblo unido jamás será vencido", por ejemplo. Inventaron, entonces, maneras de expresar su rabia, su angustia y sus esperanzas con metáforas ela-

boradas y alusiones que pudieran esquivar la censura. Hicieron del Café del Cerro su hogar. Con el compromiso de los dueños de montar un negocio que pudiera “dar cabida a toda esa expresión musical que no tiene un sitio estable” (p. 94), el Café se convirtió también en una fuente de ingresos para los músicos durante un período de alto desempleo.

Entre las funciones casi diarias había poesía, danza, teatro y humor; recitales solidarios varios; lanzamientos de números especiales de la revista *La Bicicleta*; festivales de música joven, cantautores y payadores; y ciclos de diversos tipos de jazz. El Café, también, arrendaba piezas para talleres y salas de ensayo y, a pocos años de establecerse, la cocina, que ya servía durante las funciones de noche, se abría a mediodía para ofrecer almuerzo.

El Café, entonces, era mucho más que una sala de espectáculos. Como comenta un entrevistado, “Fue el lugar de unión de los artistas, músicos y creadores con una sensibilidad y responsabilidad social frente a los momentos críticos que el país vivía” (p. 67). Sin embargo, como revela este libro, el elenco musical fue más allá de lo contestatario. Los Prisioneros, por ejemplo, estrenaron su segundo LP *Pateando Piedras* en el Café y, a lo largo de los años, aparecieron gran cantidad de músicos rock, pop, y hasta salsa y hip hop. Con su “pequeño escenario” y su cabida máxima de unas 400 personas, el Café “se transformó en leyenda” (p. 30).

El Café del Cerro funcionó durante 10 años, hasta 1992. Con la democracia ya instalada en Chile, sus dueños pensaron que “su existencia no sería necesaria” (p. 313) y optaron por “cerrar el ciclo en que inventamos a tientas un lugar para el encuentro” y dedicarse a otros negocios (p. 102).

Este libro examina el lugar en todas sus dimensiones, siendo un aporte significativo a la literatura sobre la vida cultural en dictadura. Cuenta una historia panorámica del Café como negocio, centro cultural y también como refugio, “un espacio abierto a la creación, un lugar de libertad en tiempos oscuros, una casa para muchos” (p. 105) y, ahora, un lugar de memoria (p. 25). Empieza con una breve pero nítida reseña del contex-

to histórico-político-social dentro del cual el Café existía. Luego, destrenza los temas y trata por separados los orígenes, la gestión, la programación, los protagonistas, los artistas, el público, las tensiones permanentes con las autoridades, la cobertura periodística de la época y el circuito de cultura del cual el Café era parte clave.

La investigación que hizo la autora abarca diversas fuentes. Éstas incluyen los archivos y bitácoras guardados por los dueños del Café, con recortes, afiches y cifras de asistencia y finanzas; tratamientos contemporáneos e históricos en medios masivos y sociales; escritos académicos y más de cien entrevistas con toda clase de personas relacionadas con el Café, desde los dueños, trabajadores, artistas, y periodistas, hasta miembros de su público.

El libro se presenta en dos tomos, el primero impreso, con los temas ya mencionados, y el segundo en formato electrónico que se puede bajar por el sitio web asociado con el libro, con un examen casi exhaustivo de los artistas que aparecieron en el Café. Mención aparte merece el aspecto visual tanto del libro como del sitio web. Cada elemento está cuidadosamente hecho. Ambos se destacan por su elegante diseño y su riqueza de fotografías. Del Tomo I, el libro físico, sobresale la impresión de lujo, con papel de alta calidad y fotos a colores. Es una obra de arte integral que yo no quise dañar con la práctica habitual de subrayar frases o anotar en las páginas. El archivo en pdf del segundo tomo se baja con código QR proveído en el primer tomo, pero el sitio web cuenta además con clips, blog y playlist Spotify disponibles para todas y todos. El libro es comprensivo, con la intención declarada de no omitir a ningún participante. Así, provee datos que servirán a investigadores futuros. Sin embargo, no es tedioso: ambos tomos combinan narrativa, entrevistas y datos de manera ágil y entretenida.

Este libro es un importante documento de historia, con entrevistas con profundidad, un repaso meticuloso de los eventos y, sobre todo, un entrelazamiento magistral de los sucesos del Café con el trasfondo social de la época. Quienes lo lean, por lo tanto, adquieren un entendimiento profundo no sólo de la institución al centro

del relato, sino también del entorno, del ambiente y de la experiencia de haber vivido esos años. En fin, de la historia chilena.

Nancy Morris

Temple University, Estados Unidos
nancy.morris@temple.edu

Referencias

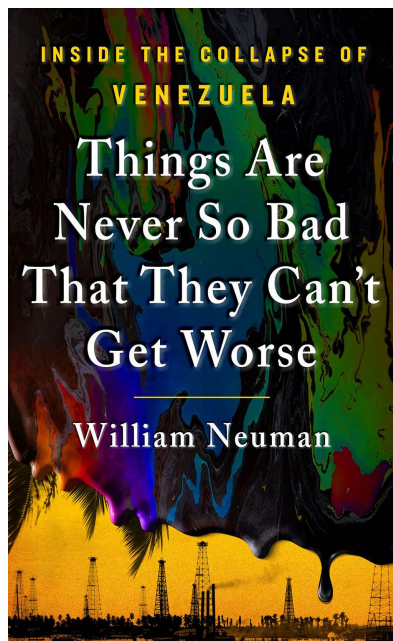
- Bravo Chiappe, G. y González Farfán, C. (2009). *Ecós del tiempo subterráneo: Las peñas en Santiago durante el régimen militar (1973-1983)*. Santiago: LOM.
- Contardo, O. y García, M. (2009). *La era ochentera: Tevé, pop y under en el Chile de los ochenta*. Santiago: Ediciones B.
- Díaz-Inostroza, P. (2007). *El Canto Nuevo Chileno: Un legado musical*. Santiago: Editorial Universidad Bolivariana.
- Donoso Fritz, K. E. (2019). *Cultura y dictadura: Censuras, proyectos e institucionalidad cultural en Chile, 1973-1989*. Santiago: Universidad Alberto Hurtado.
- García, M. (2014). *Canción Valiente 1960-1989: Tres décadas de canto social y político en Chile*. Santiago: Ediciones B.
- González, J. P. (2017). *Des/Encuentros en la música popular chilena 1970-1990*. Santiago: Ediciones Universidad Alberto Hurtado.
- Muñoz Tamayo, V. (2006). *ACU: Rescatando el asombro. Historia de la Agrupación Cultural Universitaria*. Santiago: Libros La Calabaza del Diablo.
- Venegas, J. (2010). *Camotazo: Un canto en rebelión popular*. Cartagena, Chile: Microeditorial Comunitario Cartagena Joven.
- Yentzen Peric, E. (2014). *La voz de los setenta: Un testimonio sobre la resistencia cultural a la dictadura, 1975-1982*. s/editorial. Santiago.

Things are never so bad that they can't get worse. Inside the collapse of Venezuela

William Neuman (2022).

Things are never so bad that they can't get worse. Inside the collapse of Venezuela [versión kindle].

EE.UU.: St. Martin's Press, 336 págs.
ISBN: 1250266165.



"Ojalá pudiera creer en algo como el socialismo, o como Dios", anotó en su libreta William Neuman, corresponsal de *The New York Times* en Caracas entre 2012 y 2017, tras su primera conversación con Antonio Martini. En esa ocasión este último, de profesión ingeniero, le comentó: "Si Venezuela cae en esta lucha de transformación, entonces toda América Latina caerá con ella. Muchos países y muchos movimientos sociales miran a Venezuela como ejemplo: 'si Venezuela puede hacerlo, nosotros también podemos'. Si Venezuela cae, entonces no hay más modelo a seguir".

El periodista estadounidense fue varias veces a ver a Martini a la oficina que con su esposa, Mercedes, habían arrendado en un centro comercial. La pareja buscaba maneras de ganarse la vida: se habían dedicado al *coaching* profesional y personal, ella hacía algo de diseño gráfico y habían creado una agencia de viajes en línea. "Había que admirar su iniciativa", escribe Neuman. "Ya nadie viajaba. Las empresas que podrían haber necesitado servicios de diseño gráfico estaban cerrando y las perspectivas de entrenar clientes no tenían cómo ser alentadoras".

Martini había tenido cargos de responsabilidad en Corpoelec, la mayor eléctrica de Venezuela, y fue testigo de malos manejos y de corrupción que derivaron en serios apagones de alcance nacional (que la autoridad se apuró a atribuir a atentados de distinta especie). Finalmente, y sin que se le dieran motivos, según cuenta el afectado, lo despidieron de la empresa apenas ésta pasó a ser controlada por el Ministerio de Energía Eléctrica, ya durante la administración de Nicolás Maduro. Así y todo, tras reportarle a Neuman un abanico de pellejerías propias y ajenas, la pareja conservaba la fe: "Le pregunté a Antonio cómo votaría hoy si hubiera elecciones presidenciales. Sin dudarlo, dijo que votaría por Maduro. Mercedes dijo que haría lo mismo. Quedé atónito".

"Envidio la simpleza de la creencia", prosigue Neuman en *Things are never so bad that they can't get worse. Inside the collapse of Venezuela*. La simpleza

"de un mundo ordenado que obedece reglas, sean las de un dios, las del socialismo o las de algún otro *-ismo*. Pero tengo la desventaja ocupacional de un reportero de periódico: sólo creo en la verdad. La verdad de un periodista no es simple. Requiere andar escarbando y hablar con muchas personas que dicen cosas

contradictorias. El mundo es un lugar complejo. El trabajo del periodista, también el del ciudadano, es hacer un gran esfuerzo por entender el mundo como es".

Cierto es que no son ya estos los tiempos en que la verdad, entendida como correspondencia entre la realidad y lo que se dice de ella, se reivindica sin más como un piso de la experiencia compartida y de la función profesional. Así y todo, en general los periodistas siguen —seguimos— creyendo que efectivamente hay tal cosa, teniéndola como una especie de norte. Y si algunos —o muchos— entienden en la infrascrita "verdad del periodista" una aproximación puramente subjetiva si es que no relativizadora y hasta religiosa de parte de Neuman, cabe consignar algo más mundano: "La verdad del periodista" podría no ser, simplemente, el resultado de su trabajo. De su quehacer profesional, con todo lo que esto tenga de aleatorio, de parcial y de inconcluso.

Las disquisiciones formuladas hacia el final de este reportaje contundente y desolador, que bien puede leerse como una novela de no ficción, parecieran explicar en parte su aproximación a un país que no pretende dar por conocido y a una situación multiforme que demanda un abordaje en varios niveles. En buena medida, es lo que acá tiene lugar.

Nada es desdeñable en el esfuerzo del autor por entender a Venezuela desde Bolívar y el siglo XIX; desde las paradojas del crecimiento económico sostenido en el petróleo, a su vez protagonista de un clientelismo que rehúsa decir su nombre; desde las serias dificultades por tener y sostener, de los '50s en adelante, un sistema democrático en forma; desde los bemoles del autoritarismo populista; desde los malabares ciudadanos por la subsistencia en un país que, sin estar en guerra civil, ya superó a Siria como el mayor generador mundial de refugiados.

En calidad de corresponsal para la “región andina”, Neuman llegó a Venezuela en enero de 2012. Era un año clave: tenía lugar la que sería la última campaña presidencial de Hugo Chávez, mientras el precio del petróleo estaba sobre los US\$ 100 el barril. “Uno tenía la sensación de estar en un país lleno de dinero”, contó meses atrás el periodista a La Tercera.

“Pude ver el país en su auge, en cierto sentido, y también ver a Chávez y conocer el país de antes. Después vino la muerte de Chávez, en marzo de 2013, y empezó la era de Maduro. Al año siguiente comenzó a bajar el precio del petróleo y el colapso de Venezuela se inició con dos crisis combinadas: la primera es la muerte de Chávez, que gatilla una crisis política, y la segunda es la crisis económica, que comienza con el desplome del precio del petróleo”.

Después de volver a Nueva York, remata, “seguía regresando a Venezuela, para visitar amigos o para trabajar. En 2018 cubrí la reelección de Maduro. También pasé bastante tiempo en el país en 2019, cuando empecé a trabajar en el libro”.

En tanto reportaje metódico que echa mano a recursos variados para dar cuenta de una multiplicidad de elementos en juego, el libro exhibe sus virtudes: pone al lector en situación, multiplica las dimensiones de la experiencia descrita e inserta esa experiencia en un cuadro mayor. En cuanto a lo primero, asoman esas cualidades que nos hacen sentir parte de lo que se cuenta, sin perjuicio de que el dato duro o la referencia oportuna nos provean el resto. Y eso vale para múltiples usos.

Hay, por ejemplo, escenas que se desarrollan en hogares empobrecidos donde las rutinas cotidianas se tuvieron que acomodar a la acotada disponibilidad de energía eléctrica;

donde tácticas y estrategias para conseguir bienes elementales, en particular comida, van de la mano con el menor número y la peor calidad de las comidas diarias.

Hay, igualmente, “historias humanas” de viejo cuño que, inopinadamente, pasan del sueño semicumplido a la pesadilla consumada. Como la de Margelis Romero, que el jueves 14 de marzo de 2019 llegó hasta el que solía ser su lugar de trabajo desde hacía tres años, el Hotel Brisas del Norte en Maracaibo. Dos días antes, cuando recién terminaba un apagón de seis días y sin que nadie hubiese hecho nada para frenarlo, se produjo el saqueo completo del lugar. La descripción de lo que encontró (“Todas las puertas habían desaparecido de todas las habitaciones. Todo lo que tenía el menor valor había sido arrancado: las tuberías, los cables, cada tenedor y cada cuchara”) da una idea del modo vívido y compasivo con que el autor aborda a sus personajes.

Incluso, como quien hace un guiño a cierto humor negro, cuenta historias increíbles, como la del tren urbano caraqueño que sólo llegó a construirse entre dos estaciones, a costos insólitos, para que Hugo Chávez pudiese ser visto por sus conciudadanos viajando en él, días antes de una elección. Los modos en que el poder político busca reproducirse a sí mismo ocupan, por lo demás, un lugar destacado en esta narrativa.

Es entendido y aceptado que toda tarea periodística —más aún si es de un calado mayor, como ocurre acá— puede verse permeada y, a veces, modelada por las adhesiones, los prejuicios y los intereses de quien ejerce el oficio (y ya que estamos, por su género, su clase y su nacionalidad). No es algo que este volumen esconda. De hecho, si el parecer de Neuman respecto de las autoridades venezolanas no se infiriera del propio título del libro, quedan a lo largo de él repartidos sus juicios, como

cuando afirma que lo que ha habido en el país no ha sido socialismo, sino *showcialismo*. Al mismo tiempo, y ya en sentido contrario, el autor se disculpa con los lectores por ser ciudadano de un país cuyo Ejecutivo, con el argumento de ahogar a un régimen corrupto, sólo consiguió empeorar una situación ya angustiosa para millones. La “política Bolton” fue icónica a este respecto y Neuman provee una entrada reveladora y atrapante.

El punto, finalmente, es si el autor deja de ejercer un periodismo capaz de escrutar y de escuchar, de entender y de explicar. No parece que este último sea el caso. Más bien lo contrario. Por eso su contribución resulta tan valiosa.

Pablo Marín

Universidad de Chile
p.marin@uchile.cl



www.comunicacionymedios.uchile.cl

