

MOVIDITO, MOVIDITO, JUNTITOS TODOS JUNTITOS
Apuntes sobre las estrategias expresivas de emisoras orientadas
a sectores populares de la ciudad de Córdoba

Enrique Santiago Martínez Luque
Universidad Nacional de Córdoba (Argentina)

Introducción

En el presente trabajo desarrollaremos algunos de los principios y de las estrategias expresivas puestas en juego en los discursos de dos emisoras FM de Córdoba, orientadas de manera específica a sectores populares de la ciudad. Particularmente, nos hemos detenido en las propuestas comunicativas de dos iniciativas privadas con fines de lucro que ostentan larga trayectoria e importante incidencia en el escenario radiofónico cordobés, Radio Popular y Radio Suquía.

Estas emisoras se caracterizan por una gestión de tipo empresarial, en el marco de la cual se observa una lógica de fuerte competencia comercial entre las dos instituciones. En términos comunicativos, sus ofertas mediáticas están articuladas sobre la base de los modos marcadamente expresivos de sus conductores, la fuerte presencia del humor y la apelación a la alegría y la diversión permanente ordenados por un ritmo radiofónico constante que propone estar siempre “arriba, arriba”.

A su vez, esta caracterización general requiere decir que la música se construye como el eje organizador de estas programaciones, articulada fundamentalmente en torno al género de producción local de cuartetos. La contundente fuerza de este ritmo, que le ha valido a estas emisoras el mote de *cuarteteras*, no sólo se observa en lo musical sino también en gran parte de las temáticas referidas en los distintos programas y en su marcada presencia en las pautas publicitarias de ambas radios.

Este trabajo forma parte de una investigación más amplia, nuestra ya presentada Tesis final para obtener el título de Magíster en Comunicación y Cultura Contemporánea (CEA-UNC). En dicha indagación nos hemos concentrado en reconstruir y comprender las características de las programaciones y las estrategias discursivas de estas dos importantes emisoras en pos de lograr la adhesión de sus oyentes y su constitución en públicos de estas. En ese camino, desde una perspectiva sociosemiótica de análisis del discurso radiofónico, nos hemos detenido en vislumbrar los dispositivos a través de los cuales estos actores del mercado de medios componen y ofrecen imágenes y figuras de reconocimiento e identificación para los sectores populares de Córdoba, es decir, las prácticas discursivas desde las cuales estas radios *hablan* y *designan* eficazmente a estas heterogéneas franjas de población de la ciudad.

En este marco, nos hemos propuesto aquí exponer los principios de comprensión más relevantes de los diversos recursos expresivos de los ciclos de estas emisoras. En esa línea, si bien lo expresivo en la radio actual es de gran relevancia en términos generales, en tanto se ha constituido progresivamente en un medio que acentúa y avanza en su carácter coloquial, de cercanía y compañía del oyente, en los casos de Radio Suquía y Radio Popular se nos ha

mostrado como un aspecto especialmente ilustrativo del carácter de estas ofertas mediáticas, sus contratos comunicativos y sus propuestas identificatorias.

Asimismo, en otro nivel de lectura, en tiempos en que en nuestro país nos encontramos en procesos de transformación de los regímenes legales y políticos del escenario de medios, así como ante la necesidad de pensar y desarrollar proyectos comunicativos que se muestren como alternativas a los propios del mercado, pretendemos aportar a la construcción de conocimiento productivo para los proyectos comunicativos del sector público y comunitario. En ese sentido, intentamos apuntar aquellas estrategias y recursos expresivos que, aun siendo desarrollados desde estos actores privados, sean posibles de ser comprendidos, revisados, modificados y rearticulados en el marco de otras modalidades discursivas que busquen interpelar y constituir públicos de sectores populares, desde perspectivas que promuevan los valores de la pluralidad y la democracia por encima de los propios impulsados por el mercado comunicacional.

Una perspectiva sobre los discursos radiofónicos y el aspecto expresivo

Entendemos al *discurso radiofónico* (Mata, Scarafía, 1993) como todo aquello que es emitido por una emisora –palabras, música, efectos de sonido y silencio– y las regulaciones que lo constriñen. Estas regulaciones están vinculadas al ámbito social, cultural y discursivo general, por un lado, y a las características del dispositivo tecnológico, por otro lado.

El primer conjunto puede entenderse desde las concepciones de hegemonía y hegemonía discursiva (Portantiero, 2002; Angenot, 1998) que, por cuestiones de extensión, no desarrollaremos aquí. El segundo tipo de regulaciones está vinculado a las posibilidades y a los límites de la radio como tecnología de comunicación. Desde este punto de vista, con Fernández (2004), marcamos que cada medio de comunicación se construye con ciertas potencialidades pero también con determinadas restricciones para su posibilidad discursiva. Es decir, para articular ciertas materias significativas y no otras, en pos de construir expresión y comunicación.

Además de esta serie de regulaciones, lo no dicho, lo excluido también configura el discurso radiofónico, como aspecto que diseña su exterior constitutivo y dibuja sus límites demarcatorios (Hall; 2003) en su capacidad de designar sujetos discursivos y hacer representable lo real.

Este trabajo en particular está asentado, de manera fundamental, en lo que junto con Mata y Scarafía denominamos la dimensión enunciativa de los discursos radiofónicos (1993), es decir, los mecanismos a través de los cuales en un discurso se instaura o se contribuye a instaurar relaciones de carácter específico entre los interlocutores. De esta manera, para nosotros analizar los aspectos expresivos de estas radios no solo provee conceptualizaciones sobre los mecanismos que aportan a que estas propuestas mediáticas sean más claras y atractivas, sino que también aluden a reconocer y comprender las relaciones específicas de comunicación que se proponen entre los sujetos delineados en el discurso, entre enunciadores y destinatarios.

En esa línea, entendemos que lo enunciativo es “el efecto de sentido de los procesos de semiotización por los que un texto se construye en una situación comunicacional a través de dispositivos que podrán ser o no lingüísticos” (Fernández; 2004: 21). Por ello, para el análisis de este aspecto, hemos tenido en cuenta dos tipos generales de recursos expresivos y sus articulaciones. Nos referimos a los de tipo lingüístico, por un lado, y a aquellos que, debido a su vínculo con el tipo de materias significativas que puede albergar de manera privilegiada el medio, hemos denominado específicamente radiofónicos. Es decir, los recursos expresivos que se componen predominantemente de sonidos, efectos sonoros, ráfagas y cortinas musicales, entre otros.

En cuanto al *corpus de análisis* con el que hemos trabajado es necesario decir que ha estado compuesto por dos series de grabaciones de siete diferentes días de la semana de las emisiones de ambas radios. La selección ha sido confeccionada de modo intencional con el objetivo de construir un *corpus semanal compuesto* (Lozano, 1995) que contenga unidades de análisis –emisiones diarias– marcadas por la *regularidad naturalizada* (Mata, Scarafía, 1993) con la que se presenta cotidianamente el discurso radiofónico y otras que nos hablen de la extraordinariedad o la ruptura de lo cotidiano. El conjunto de las emisiones analizadas de ambas radios totalizan trescientas setenta y dos (372) horas de programación radiofónica.

De singularidades y predominancias

Como primera cuestión es necesario señalar que en los discursos de Radio Popular y Radio Suquía los modos en que se construyen los recursos de tipo expresivos ocupan un lugar de extrema relevancia en la configuración de los conductores en tanto enunciadores individuales y singulares. En particular, a través de elementos vinculados con lo lingüístico y otros específicamente radiofónicos, los distintos enunciadores ponen en juego una propuesta que tiende a ser altamente expresiva y que define, a partir de acentos y matices, la singularidad de cada uno. A través de expresiones, chistes, dramatizaciones humorísticas, la entonación de canciones, la utilización de instrumentos musicales y efectos de sonido, entre otros, de manera permanente cada conductor busca proponer una articulación que se muestre como única y reconocible. Así, además de intentar construir ofertas claramente definidas y de mayor atractivo, buscan aportar a delinear las características singulares de cada figura enunciativa y del tipo de interlocución propuesta.

De todas maneras, a pesar de estos nítidos procesos de personalización de los conductores, hemos podido reconstruir una serie de aspectos comunes a ambas emisoras que forman parte de lo que hemos denominado *enunciador dominante*.

Mecanismos lingüísticos y la construcción de pertenencias: lo coloquial y el habla popular cordobesa

Desde lo estrictamente lingüístico, en estas emisoras tiene gran importancia la articulación constante de vocablos, frases, modismos, jergas y expresiones coloquiales de uso cotidiano en nuestra ciudad. Entre el amplio lenguaje coloquial encontramos apelaciones

informales como *carlitos*, *flaquito*, *che*; vocablos como *el flaco*, *el tipo*, y expresiones verbales tales como *le pegamos* (acertamos), *me quisiste hacer entrar*, *no teníamos ni idea*, *se ponen locos* entre muchas otras.

De igual modo, resulta importante la presencia de expresiones, vocablos y apelaciones de uso corriente y específico entre las distintas franjas de sectores populares cordobeses que pretenden brindar un carácter popular a estos discursos (Mata, Scarafía, 1993: 121). Las marcas sociolectales más comunes (Kerbrat-Orecchioni, 1986: 43 y 235 ss.) están vinculadas a nominaciones como *los tipos*, *la muchachada*, *capo*, *papi*, *papá*, *loco*, *guachito*, *guacha* o *perra*; expresiones verbales como *¡taban*, *laburando*, *pirarse*, *les dieron bola*, *meter la pata*; formas adverbiales como *estar atenti*, *ni en pedo*, y también las locales –ya parte de la estereotipada locución cordobesa– terminaciones aumentativas con fines de valoración como *mocazo*, *temazo*, *programón* o *numerasononon* (vinculado a los juegos de azar), entre otras.

Asimismo, si bien con menor presencia, también se articulan vocablos del mal habla o expresiones consideradas como groseras. Hemos podido reconocer, a modo de ejemplo, *me voy a la mierda*, *dejen de romper las pelotas*, *hacer quilombo*, *pelotudo*, *¿a quién le ganaste, otario?*, entre otras (1). Este tipo de expresiones parecen avalar la emergencia, fragmentaria, de un habla cercana a lo *marginal* y opuesto a las reglas de la moralidad que tan fuertemente han marcado los discursos mediáticos.

La alta y continuada presencia de este tipo de expresiones y vocablos de manera naturalizada permite, a un mismo tiempo, proponer ideas, nociones y evaluaciones que se muestran como especialmente cercanas y de fácil comprensión. En todos los casos, estas distintas articulaciones lingüísticas se muestran como naturales, no impuestas y usadas en los contextos adecuados por lo que se construye un enunciador que las utiliza de modo no forzado. El conductor escapa, de esta manera, al riesgo de constituirse en un personaje artificial circunscripto a lo radiofónico: habla así porque es de ese modo. A partir de este y otros elementos los conductores delimitan personajes *accesibles*, *cercanos* y, fundamentalmente, *auténticos*.

A su vez, a través de estos mecanismos lingüísticos básicos, los conductores se erigen en figuras singulares que, al mismo tiempo, son parte de entidades que se expresan de este modo. Forman parte de un *nosotros popular y cordobés* que se propone como colectivo de pertenencia, de identificación para aquellos que están de un lado y del otro del micrófono. Una inclusión que, en tiempos de globalización desespacializadora y disolución de distinciones territoriales, apela a un modo de estructurar lo local pero también a la recuperación de un habla que no encuentra posibilidad de desarrollo y visibilidad en otros espacios mediáticos de relevancia.

El canto, el goce musical y la expresividad individual (al poder)

Otro de los elementos expresivos fundamentales está relacionado con el lugar central de la música en estas propuestas. En esa línea, a partir de la continuada emisión de canciones, especialmente de cuarteto, y la importancia de lo musical incluso como temática referenciada,

emerge la práctica radiofónica del canto y tarareo de distintos temas musicales por parte de los conductores como elemento altamente expresivo.

La presencia y las características de esta práctica de entonación en vivo de temas musicales permite, por un lado, refrendar la centralidad de la música mientras que, por otro lado, indican los modos en que cada uno de los conductores se configura como enunciador particular. En este sentido, con mayor o menor presencia, esta operación de mostración del cariz de la propia voz y de la capacidad vocal individual –que en muchas ocasiones de manera intencionada se valora desde el ridículo– además de denotar un tipo de vivencia de la música, en la mayoría de los casos, se configura como un aspecto único para cada personaje radiofónico. Los conductores de los ciclos matutinos cantan sobre las cortinas musicales de los distintos bloques, pero lo hacen tendencialmente con un estilo acotado, restringido, cercano a lo íntimo. Por su parte, los propios de los ciclos fuertemente musicales, vespertinos o nocturnos, desarrollan estilos mucho más estridentes, inquietos y desenfadados. En algunas ocasiones estos últimos adicionan acompañamientos con instrumentos musicales, el uso de un megáfono y su sirena (*Los Populares*, Radio Popular) o el sonido de aplausos en vivo y gritos de agitación (*Cuartetomanía*, Radio Popular; *A todo Volumen*, Radio Suquía).

Así, el canto agitado, enérgico, fuerte o calmo, pero, en todos los casos, construido vivazmente, se muestra como el eco de unos cuerpos que se expresan desde esa práctica. Es parte de una manifestación que encuentra, en el discurso radiofónico y la percepción acústica, la posibilidad de su potencia: los planos y distancias del sonido, el timbre, los ritmos, los quiebres y la fuerza de la voz construyen la copresencia del enunciador y de su cuerpo expresándose en el movimiento. La voz es *cuerpo presente del emisor*, fragmentado pero plenamente corporal (Fernández, 2006). Opera, de esta manera, como elemento sensible para la definición de la imagen construida de un enunciador que es movilizado por la música que se difunde en su ciclo. Es decir, que está comprometido, mediante la práctica del canto y el baile, con esta.

Ahora bien, este tipo de configuración discursiva involucra también una operación de inclusión de los conductores en entidades de pertenencia compartidas con aquellos que desarrollan una vivencia similar de lo musical. De hecho, esta vivencia festiva, alegre y mediada por lo corporal es reclamada a los destinatarios. Se trata, en esa línea, de poner el cuerpo en movimiento para promover el mismo encuentro con lo musical que desarrollan los conductores. De este modo, el canto se configura como parte de una vivencia de la música entusiasta, activa y corporal que se presupone como común a otros. En esa línea, vale la pena destacar que la tendencia es a que este tipo de construcción del enunciador tenga mayor incidencia en los ciclos en los que se difunde casi exclusivamente música de cuarteto. Por ello, podríamos sostener que la construcción que se desarrolla y propone es la de un tipo de experiencia subjetiva específicamente en relación con esta música: se propone *ser* en relación con la música de cuarteto.

En este marco, la articulación de esta práctica de entonación musical con frases de agitación (2), el toque de instrumentos musicales o el aplauso permanente confirman no solo la

propuesta de *goce activo* de esta música, sino que complementan una *adhesión plenamente corporal al cuarteto*, en continuidad con lo que actores de esta verdadera industria cultural local proponen como sentido de este.

Esta construcción del vínculo con el cuarteto en particular habla con claridad del tipo de vivencia que se propone desde estas emisoras en continuidad con la propia desarrollada desde la esfera de la producción mercantil cuartetera. Pero también parece aludir a un aspecto de estas ofertas mediáticas que busca activar el placer y el erotismo como potentes elementos interpelativos que encuentran en los cuerpos enlazados en la práctica social de la danza su principal base de sustentación imaginaria (Blázquez, 2008).

En otro nivel de lectura, el canto que se desarrolla por *encima* de los temas musicales difundidos supone, a su vez, una apropiación de ese producto cultural que no respeta introducciones, finales, ni segmentos. En otras palabras, que no repara en los límites de la canción como producto extraño, en relación con el cual debería mantenerse una actitud considerada o contemplativa. Por el contrario se proponen sujetos que se apropian del tema musical, lo procesan y lo trituran con sus propias voces desafinadas y chillonas. Así, parecería que en este orden la cuestión primordial es la experiencia activa de la música y no el producto en sí. Solo desde allí la canción tiene sentido, desde su capacidad para movilizar los cuerpos, es decir, desde su valor de uso, y no por su valor de exhibición (Sanmartino, 2008).

En este punto, no podemos dejar de referenciar, a este respecto, la lectura que Jesús Martín-Barbero realizó sobre Walter Benjamin, y las transformaciones del *sensorium* de los sectores populares, en relación con la producción de las industrias culturales modernas. Según este autor, Benjamin entendía que la sensibilidad emergente de las masas, a principios del siglo XX, estaba vinculada con una lógica del acercamiento, del *sentir cerca* aquellos objetos de la cultura –alta– que le fueran inaccesibles. Un modo de recepción de los productos, estrictamente relacionado con la dispersión que, si bien hacía al éxito de las industrias culturales, también mostraba una dimensión desde la cual los sectores populares extraían placer de esos consumos (Martín-Barbero, 1987: 49-56). No pretendemos plantear estas lecturas como estrictamente válidas para nuestro objeto de análisis, pero sí nos permitimos relacionarlas y dejar sentado que entendemos que allí, en estos dispositivos de enunciación, pueden estar aún presentes modos residuales (Williams, 1980) y **eficaces de activar memorias y prácticas**, es decir, experiencias, de los sectores populares en relación con los productos de la industria cultural, como el cuarteto.

En este sentido, en contra de las interpretaciones que derogan las desigualdades culturales (y de todo tipo) y entronan lo *popular* desde un *plebeyismo hegemónico* (Alabarces, 2006), esta lógica del sentir cerca y apropiarse de estos objetos culturales parecen referenciar la pervivencia de una dinámica de la igualdad –dada en el marco de la industria– y, lógicamente, la vitalidad de las marcas que hablan de esferas culturales opuestas que se construyen como superiores e inaccesibles para los sectores populares.

El humor como aspecto de singularización y estrategia central de seducción

El humor es otro rasgo de enorme relevancia en la construcción específica de los enunciadores como figuras individuales y es también central en la configuración de las estrategias de seducción de estas propuestas. En esa línea, desde la articulación de una gama diversificada o relativamente acotada de recursos, cada conductor/a pone en juego distintos tipos de elementos humorísticos a través de los cuales logran inscribirse dentro de los rasgos dominantes de estos discursos, al tiempo que se recortan de manera diferenciada.

En este marco, *el chiste y la broma* (3) adquieren una importante presencia, con especial fuerza en los ciclos centrales de ambas emisoras, como forma predominante de humor. A partir de distintos tipos de manifestaciones y alrededor de diversos temas, los enunciadores dibujan sus diferencias desde los modos en que los producen.

En algunos casos disponen de gran capacidad de repentización ante cualquier vicisitud del desarrollo del programa, en otros la situación humorística se construye en diálogo con sus co conductores para cerrarse con un disparo cómico. Aunque también puede tratarse de reelaboraciones de mensajes atribuidos a oyentes o contenidos previamente producidos.

Ante mensaje de oyente que dice escuchar el programa "a los saltos" por cuestiones de trabajo: "¿Qué? ¿Dónde trabajas? ¿En un pelotero? Ja, ja, ja" (Programa *Para Todos*. Radio Popular. 26-4-2010).

A lo largo de ambas propuestas, aunque con mayor variedad e intensidad en Radio Popular, esta forma de humor está presente transversalmente y funciona como aspecto definitorio de los estilos radiofónicos singulares, de cada particular modo de hacer radio.

Por su parte, dentro de lo humorístico, destaca también lo *burlesco* como aspecto de suma importancia. En esa línea, si bien adquiere especial presencia en determinados ciclos, la burla es parte central del estilo cómico del enunciador dominante de estas radios.

La presencia de esta forma de humor, una de las más primitivas y populares (Flores et ál., 2010: 20-22), se puede reconstruir a partir de las chanzas, las burlas o la puesta en ridículo del otro –coconductores, operadores técnicos, oyentes–, relacionada con situaciones, temas o noticias tratados en los programas –especialmente los deportivos– o movilizadas por mensajes leídos en vivo. Pero también, siguiendo a Flores et ál. (2010), hemos reconstruido la incidencia de lo burlesco desde las operaciones discursivas que incorporan elementos de la parodia como la imitación, la caricatura o la construcción de personajes estereotipados orientados a la ridiculización. Este filón humorístico adquiere densidad desde lo burlesco. Entre otras que revisaremos más adelante, se han podido relevar imitaciones ridiculizantes de personajes de la política, los medios locales y del mundo industrial del cuarteto.

En todos los casos, al igual que sucede con el chiste, las posibilidades y las manifestaciones que adquiere lo burlesco van dibujando marcadamente las particularidades de cada enunciador, tanto en su costado expresivo como en los límites temáticos y morales que está dispuesto a respetar.

En esa línea, el modo en que el conductor Héctor Ciabattoni –Programa *Para todos*, Radio Popular– articula un amplio arco de recursos expresivos humorísticos es especialmente ilustrativo. Particularmente este locutor, quizás el más dúctil y ágil en el manejo del humor, logra conjugar de manera eficiente diversas propuestas cómicas explotando las específicas características de la discursividad radiofónica en pos de constituir una propuesta claramente diferenciada y atractiva. Así, desarrolla un ciclo sobre la base de los recursos humorísticos mencionados, pero también incorpora de manera permanente aspectos de la farsa (Flores, 2010: 64), a través de dramatizaciones humorísticas espontáneas sobre diversas situaciones que muestran fuertes reminiscencias del radioteatro; giros que articulan rasgos de la ironía, el uso del absurdo y también el doble sentido.

Pocos temas parecen merecer el respeto de la *barbarie humorística* de Ciabattoni: el fútbol, el alcoholismo de reconocidos personajes mediáticos, las prestaciones de servicios públicos provinciales y el papel de importantes gremios locales, el estado de calles y paseos de la ciudad o los problemas –delicados o triviales– de los oyentes. Estas amplias y diversificadas posibilidades temáticas y humorísticas lo definen de manera nítida.

Ciabattoni: “Prato, vamos a hacer un programa que se llame tome y traiga. Metemos un trago y seguimos con el programa ¡ah! bueeee... Auspicia Fernet Branca... ¡oh! ¡qué programón!, ¿no? (...)
Prato: Y el primer invitado del programa...
Ciabattoni: el Burrito Ortega, ja, ja, ja”
(Programa *Para Todos*. Radio Popular. 26-4-2010).

Desde este enunciador, pero como lógica general de estas propuestas, todo parece poder ser procesado a través del humor.

Por su parte, también está presente *la gastada*, entendida como una forma de humor que se basa en la degradación de alguien en el marco de una relación de cercanía y confianza. Especialmente como recurso de los enunciadores masculinos, aunque globalmente no adquiera gran relevancia, se desarrolla por medio de formas humorísticas tales que no admitan que el otro se enoje y, por lo tanto, sin poner en riesgo la relación (Blasquez, 2010). Desde esta perspectiva la *gastada* es una operación discursiva humorística que se basa en la equiparación e igualdad entre los protagonistas: los enunciadores se configuran como sujetos involucrados en esos tipos de intercambio con sus destinatarios en igualdad de condiciones. En esta línea, su presencia está vinculada a reproducir la relación desde una ruptura de las jerarquías prácticamente sin lugar para las mismas.

Mensaje de oyente reproducido en vivo: “¿Qué hacé’ Wini Poo de barro? Dejate de jode’ con talleres ¡son todos unos perros!” (En este caso la *gastada* se estructura en torno a las características físicas que se le atribuyen al conductor: excedido de peso y de tez morena. Programa *A todo volumen*. Radio Suquía. 29-06-2011).

Las *gastadas* que reconocemos en estos discursos se desarrollan fundamentalmente desde los oyentes hacia el conductor, pero en muchas ocasiones también encuentran ecos de respuestas en estos. Dicha receptividad sostiene las relaciones de reciprocidad y cercanía que desde la enunciación se proponen con el destinatario.

A este respecto, siguiendo a Blázquez, podemos sostener que en Córdoba, especialmente para las distintas franjas de los sectores populares, aquellos que no aceptan ser *gastados* se imaginan poseedores de un capital simbólico mayor del que su interlocutor está dispuesto a reconocerle. Por ello, el que no respeta las dinámicas de la *gastada* no reconoce al otro como su igual o es caracterizado como un *agrandado* o *carteludo* (2010: 307 y ss.). Este aspecto se muestra como parte de un mecanismo de reproducción de un tipo de vínculo e intercambio de equiparación simbólica y, fundamentalmente, es marca de pertenencia a una(s) comunidad(es) que reconocen estas modalidades de interacción burlesca como válida para sus relaciones comunicativas y fundantes de su sociabilidad.

En este marco, como vemos, de manera predominante, las variantes humorísticas, su presencia y sus características se constituyen en un analizador fundamental de la constitución discursiva de los enunciadores, de la importancia del aspecto expresivo en estos discursos y, fundamentalmente, del contrato comunicativo propuesto. En ese sentido, las diversas formas de humor buscan construir un campo fértil de establecimiento de relaciones próximas y de identificación entre enunciadores y destinatarios. Pero también proponen y construyen un modo de vivencia, asimilación y procesamiento de los distintos temas que se suceden en una sociedad compleja como la cordobesa.

La potencia de lo burlesco: personajes, máscaras y el deslinde de lo propio

Popularcito y yo

En el desarrollo de nuestro trabajo nos ha llamado la atención la presencia de un personaje denominado *Popularcito* en el marco del ciclo *Para Todos*, de Radio Popular. Se trata de una personificación interpretada en vivo por el conductor del programa, a través de un dispositivo tecnológico que le deforma la voz.

Como se podrá imaginar a partir de su designación, la identidad que se le atribuye a esta figura está pretendidamente vinculada a los sectores populares locales. En ese sentido, el desarrollo de *Popularcito* se configura a partir de una serie de equiparaciones, estereotipadas y hasta ridiculizantes, con estas franjas de población: se articulan exageradamente elementos del sociolecto de estos actores, se enuncian continuamente groserías de difícil digestión, como las de orden sexual, y se lo presenta, dentro de los sujetos parte de la propuesta, como aquel que vive de manera más irracional el fútbol. Al mismo tiempo, y de manera fundamental, alrededor de *Popularcito* se construye un espacio especialmente receptivo y productor de *burlas* y *gastadas* con los oyentes. Se conforma, desde allí, como uno de los puntos de condensación de prácticas discursivas cómicas desjerarquizantes.

Mensaje atribuido a oyente: “Está lindo para hacer cucharita con la mama de Popularcito. Popularcito: ia, ia

caiesen. No saben que inventar, ia. Mi mamá no tiene una fábrica de cucharas... no me hablen que estoy caliente" (Programa *Para Todos*. Radio Popular. 26-4-2010).

De modo general, este personaje otorga una base de sustento para el aspecto humorístico y expresivo de la propuesta y brinda mayor variedad de recursos de este tipo. Además, permite constituir una interlocución trazada por la reivindicada calidad *popular plebeya* de este sujeto.

En este marco, nos parece observar que a partir de su carácter burlesco y, en cierta medida, grotesco, *Popularcito* se muestra como una reveladora figura de identificación con lo que se propone como los sujetos *populares cordobeses*. A través de esta suerte de representación prototípica, altamente expresiva, pero no por ello menos efectiva de estos sectores, se pone en funcionamiento un dispositivo de homologación (Mata, Scarafía, 1993: 96) de gran interés para nuestro trabajo. *Popularcito* pretende condensar modos de sociabilidad, de expresión, de comunicación, y de interlocución que, si bien se presentan exagerada y simplificada, adquieren su fuerza en la visibilidad y en la validación mediática de parte de los modos expresivos de los sectores populares locales. Es decir, que se trata de un dispositivo discursivo que recupera estos modos de ser y expresarse como aspectos positivos de identificación y desde allí reniega de las voces prejuiciosas y condenatorias, propias de la Córdoba conservadora, que permanentemente juzgan negativamente a estos sectores.

El operador o cómo escapar al silencio de la técnica

En continuidad con lo anterior, nos interesa marcar la figura del *operador radiofónico* que, con algunas funciones similares, como el enriquecimiento del discurso radiofónico desde el humor, ocupa un espacio de relevancia en los discursos analizados.

Con especial presencia en algunos ciclos, como los programas matutinos y vespertinos más importantes de ambas emisoras, la función circunscripta a la gestión técnica del discurso radiofónico abre paso a la emergencia de un enunciador que se consolida de manera singular explotando el repertorio de materias expresivas que este medio ofrece. Sonidos, voces, expresiones y palabras de otros registradas y disparadas para su reproducción, cortinas específicas y efectos especiales. Todo parece valer como recurso para construir una posición de enunciación en el marco de un discurso que no solo no permite los silencios, sino que se funda en la densidad sonora muchas veces superpuesta, desordenada y excesiva.

El operador que dibuja su personaje desde las *máscaras* que construye con las voces de otros, desde sonidos que él mismo crea al recortarlos de conjuntos más amplios, adquiere entidad por su nombre o apodo particular. Así, desde ese borde, entre lo ajeno y lo propio, se pronuncia *la palabra* de esta figura que se erige en los límites del discurso emitido. Su personalidad se completa, al igual que en el caso de *Popularcito*, con su explícita adscripción a equipos del fútbol local y nacional, y en algunos casos también por su gusto por determinadas bandas o solistas de cuarteto. Este movimiento de explicitación de caracteres singulares que le son propios, lo incorporan en entidades comunes con otros como locutores y oyentes. A partir

de esto queda expuesto y pasa a formar parte del juego. Su posición en el contrato comunicativo propuesto lo permite y lo promueve, es promotor y objeto pasible de recursos humorísticos, de bromas y *gastadas*.

Desde esa posición de enunciación, que necesariamente implica un enunciador sin voz propia o con una de tipo acallada, se pronuncian los aspectos de corte eminentemente humorísticos y sin aparentes reglas más que el respeto por la fluidez, el ritmo de los ciclos y el carácter animado de sus intervenciones. Su presencia desordenada y muchas veces disruptiva, sus *máscaras*, sus burlas –todos elementos que no podemos dejar de vincular a estilos cómicos y ejes expresivos populares (Martín-Barbero, 1987; Bajtin, 1974)– proponen una figura que espera y, en cierta medida, respeta el espacio del conductor, pero que también invade, cuestiona desde el humor y escapa del silencio al que su sitio tecnológico parece destinarlo. Asimismo, es cierto que acompaña, asiente y traza miradas imaginarias cómplices mediante la introducción de silencios absolutos, de tipo picarescos.

En cualquier caso, y de modo más general, aquello que nos interesa subrayar es la importancia de las figuras de *Popularcito* y el *operador radiofónico* como puentes específicos de identificación con los sectores populares de la ciudad como públicos de estas propuestas. En esa línea, a través de sus estilos interlocutivos burlescos, desornados y atropellados, de las temáticas sobre las cuales intervienen así como en la operatividad de las *máscaras* –como marca de las ambigüedades y conflictos identitarios– se construyen nítidos dispositivos de homologación entre estos verdaderos *otros enunciadores* y los delineados *sujetos populares cordobeses*.

De esta manera, si bien a lo largo de toda la propuesta de estas emisoras se construyen permanentemente dispositivos discursivos que buscan anudar a los destinatarios con la imagen simplificada, aconflictiva y folklorizada de los *sujetos populares cordobeses*, en estos personajes dichos procesos de sentido parecen evidenciarse nítidamente, pero también con una especificidad.

Nos referimos a lo que hemos llamado una *homologación de segundo orden*. En ese sentido, en otro nivel de lectura, observamos que estos personajes implican un carácter significativamente metafórico de aquellos sujetos imposibilitados de controlar las condiciones de emergencia de la propia voz. Tanto *Popularcito*, hablado por otro en un explícito mecanismo de ventriloquia, como el *operador*, quien carece de voz propia y se pronuncia desde las máscaras sonoras que construye, están marcados por la desigualdad en el acceso a la palabra pública y la imposibilidad de gestionar su propia representación. Se mueven, en términos de De Certeau, en el terreno de las tácticas con reglas impuestas por otros. Es en este sentido que notamos aquí los ecos difusos, las huellas lejanas de los actores impedidos de regular las condiciones de su propia visibilidad y de su propia representación. Es decir, de las lógicas de la economía simbólica de las culturas populares (Alabarces, 2006).

Así, si aceptamos estas premisas interpretativas, estos personajes implican un conjunto de huellas que aluden a la movilización de la desigualdad simbólica referenciada y, por ello, a un tipo de procesamiento propuesto, vinculado a su fugaz e inofensiva suspensión.

Algunas consideraciones finales

Como hemos señalado, en estas propuestas los enunciadores, desde distintos dispositivos discursivos, se construyen fuertemente en términos individuales y singulares. En este proceso de *personalización de los conductores* la cuestión de la expresividad ocupa un lugar de suma relevancia. Sus usos y sus expresiones verbales pretendidamente coloquiales y populares, junto con la práctica de la entonación musical y las articulaciones humorísticas delinean claramente las modalidades dominantes de la expresividad de estas propuestas comunicativas así como el perfil único de cada enunciador.

En ese camino, las diferentes prácticas cómicas y humorísticas, más allá de los casos particulares, se muestran como dispositivos potentes de expresividad y de construcción de imágenes de identificación en relación con los sectores populares, de modo general. El humor marca, con insistencia, la construcción de una traza identitaria y una política de deslinde de lo propio que se busca asentar en lo que es propuesto como lo *cordobés* y aquello que es delineado como lo *popular*. Se construye y se propone nombrar un campo de identificación que se afinca en estos significantes y que contiene, en relaciones de pretendida simetría, a enunciadores y destinatarios

Por su parte, en estricto vínculo con lo expresivo, en general, y lo humorístico, en particular, la cuestión de la corporalidad, su exposición, movilización, activación y el vínculo con lo musical también parece adquirir importancia de modo transversal. Desde aquí parece emerger la importancia del placer y el erotismo, anudados en la práctica social del baile o en los cuerpos al ritmo de la música, como un aspecto de relevancia que estos discursos buscan movilizar de sus sistemas de interpelación.

Estos dispositivos que tienen al cuerpo como su objetivo se muestran como particularmente relevantes cuando se revisa, desde las perspectivas que indagan las culturas y prácticas populares de nuestro país, la importancia que este adquiere para estos sectores sociales y culturales. En ese sentido, se ha señalado que se observa como característica general un predominio del cuerpo por sobre lo discursivo vinculado a la visibilidad y a tipos de socialidades en constitución (Alabarces, 2006) (4).

Desde otra óptica, la dimensión expresiva de estas emisoras parece buscar movilizar o activar *memorias y experiencias* –de diferentes niveles– que han sido teóricamente relacionadas con los sectores populares desde distintas perspectivas del análisis cultural. Observamos, en esa línea, las mascaradas, lo burlesco, lo irreverencial; los modos en que se propone experimentar lo musical, de apropiación y de abolición de las distancias con el objeto cultural; y los procesos de homologación de segundo orden que, en torno a la constitución de figuras posicionados en los bordes de las posibilidades enunciativas, parecen movilizar la desigualdad y subalternidad simbólica y de representación que condicionan las culturas populares. Todos aspectos que también se constituyen en puntos de apoyo de imágenes identificatorias que se proponen a los oyentes de estas emisoras.

Finalmente, es necesario señalar aquí que estos discursos y sus dimensiones expresivas, en este ambiguo doble movimiento de construcción y de movilización de lo *popular cordobés*, se muestran como producciones de actores plenos del mercado mediático y la hegemonía de nuestra ciudad. Es decir que, si bien podemos reconstruir en estas propuestas marcas de la realidad sociocultural de los heterogéneos y fragmentados sectores populares cordobeses, estas operan, por definición, en el marco de procesos desiguales en la lucha por la designación y el derecho al simbolismo. En otras palabras, estas propuestas mediáticas implican la designación/construcción de la expresividad popular y cordobesa desde articulaciones ideológicas hegemónicas amplias (Laclau, Mouffe, 1985) a partir de las cuales los *sujetos populares* se constituyen en folklóricas, simpáticas y, en muchas ocasiones, caricaturescas figuras. A partir de esta operación de anudamiento, no existen posibilidades de que estos sujetos sean interpelados o emplazados desde la irreverencia, el conflicto y las relaciones opositivas que diversas vertientes de la expresividad y el humor popular han comportado.

Siguiendo a Roberts (1999) reconstruimos aquí una operación propia de una articulación *populista liberal*, a partir de la cual se propone a aquello que se construye como *lo popular* como fuente de legitimación, pero se anuda a los sectores que lo encarnarían a una incapacidad de producir cultura legítima con todo lo que ella implica de disputa, conflicto, cruces y litigio. Es decir, que se elude su identificación como actores activos en la cultura como campo de fuerzas y “espacio de lucha por el sentido” (Grünner, 1990).

Entender estos elementos desde sus enclaves, de todos modos, implica reconocer su actual eficiencia interpelativa y su fuerza demiúrgica y, desde allí, su potencialidad para ser pensados y desarrollados por propuestas que construyan su sentido por fuera de estas lógicas dominantes. Propuestas que no recaigan en maniqueísmos estereotipantes desde las cuales las *figuras populares* son constituidas ya sea en *caricaturas* o en *amenazas*. Nos referimos, de este modo, a la posibilidad, siempre compleja, de que estos elementos puedan ser repensados y rearticulados eficazmente en propuestas mediáticas –públicas o comunitarias– que sean capaces de disputar las adhesiones de los sectores populares de nuestro país, proponiendo modelos de identificación alternativos a los hoy vigentes.

Notas

1) Este tipo de expresiones han sido reconocidas de manera casi exclusiva en los programas *Para Todos y Los Populares*, de Radio Popular y *A todo volumen*, de Radio Suquía.

2) La frase característica del ciclo Los Populares de Radio Popular, es “Acaríciame, Saltame y Bailame”, dando cuenta de modo muy ilustrativo de la relación planteada entre cuerpo, música y baile.

3) Entendemos al **chiste** como una pequeña manifestación de carácter verbal que pretende suscitar la risa y que suele expresarse en prosa. Puede hacer referencia a acontecimientos y preocupaciones de la vida cotidiana, a algún contratiempo o incongruencia llamativa para un grupo de personas (Flores, 2009: 35 y ss.).

4) En relación con las culturas populares contemporáneas, Alabarces (2006) ha planteado que el cuerpo se construye como base de la ética, estética y retórica del aguante. El que aguanta es el cuerpo, frente a otros y con otros.

Se trata de poner el cuerpo, y en esa línea el mismo es soporte de la visibilidad de esas retóricas y estéticas. Los trabajos de la antropología cultural sobre las hinchadas de fútbol de Garriga Zucal y Moreira (2006) se desarrollan en la misma línea.

Bibliografía

- Alabarces, Pablo (2006). "Las culturas populares: cuánto queda de resistencia y cuánto falta de poder". En XII *Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social*. Bogotá. FELAFACS.
- Angenot, Marc (1998). "Hegemonía, disidencia y contradiscurso. Reflexiones sobre las periferias del discurso social en 1889". En *Interdiscursividades. De hegemonías y disidencias*. Córdoba. UNC.
- Blásquez, Gustavo (2010). "Relaciones Burlescas". En Flores, Ana Beatriz et ál. *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*. Córdoba. Ferreyra Editor.
- Fernández, José Luis. (2004). *Los lenguajes de la radio*. www.librotauro.com.ar.
- Flores, Ana Beatriz et ál. (2010). *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*. Córdoba. Ferreyra Editor.
- Garriga Zucal, José; Moreira, M. Verónica (2006). "El aguante: hinchadas de fútbol, entre la pasión y la violencia". En Miguez, Daniel; Semán, Pablo (2006) *Entre santos, cumbias y piquetes. Las culturas populares en la Argentina reciente*. Buenos Aires. Biblos.
- Grünner, Eduardo (1990). "Política: ¿un discurso sin sujeto? Apuntes sobre Gramsci, la cultura y las identidades". Seminario de DESCO. Lima. Mimeo.
- Hall, Stuart (2003). "Introducción ¿Quién necesita la <identidad>?". En Hall, Stuart et ál. *Cuestiones de identidad cultural*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Kerbrat Orecchioni, Catherine (1986). *La Enunciación. De la subjetividad en el lenguaje*. Buenos Aires. Hachette.
- Laclau, E.; Mouffe, C. (1985). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid. Siglo XXI.
- Lozano, José Carlos (1995). "Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales". En Cervantes, C. y E. Sánchez Ruiz (comp.) *Investigar la comunicación. Propuesta iberoamericana*. Guadalajara. ALAIC.
- Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.
- Mata, M. Cristina; Scarafía, S. (1993). *Lo que dicen las radios. Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito. ALER.
- Portantiero, Juan Carlos (2002). "Hegemonía". En Altamirano, Carlos (*Director*), *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires. Paidós.
- Roberts, Kenneth M. (1999). "El neoliberalismo y la transformación del populismo en América Latina: el caso peruano". En *Populismo y neopopulismo en América Latina: el problema de la Cenicienta*. Buenos Aires. Edicial.

- Sanmartino, Federico (2008). "Benjamin y la difusión radiofónica de la música popular". Revista *Ensayos. Historia y Teoría del Arte*. N.º 14. Junio de 2008.
- Williams, Raymond (1982). *Marxismo y literatura*. Barcelona. Ediciones Península.