



# CIUDADANOS MEDIÁTICOS

La construcción de lo público en la radio

Rosalía Winocur

SERIE CULTURAS

gedisa  
editorial

© Rosalía Winocur

Esta obra ha sido publicada con la ayuda de la Dirección General del Libro,  
Archivos y Bibliotecas del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Primera edición: octubre 2002, Barcelona

Derechos reservados para todas las ediciones en castellano

© Editorial Gedisa, S.A.  
Paseo Bonanova 9, 1º1ª  
08022 Barcelona, España  
Tel 93 253 09 04  
Fax 93 253 09 05  
gedisa@gedisa.com  
www.gedisa.com

ISBN: 84-7432-930-2  
Depósito legal: B. 38514-2002

Diseño de colección: Sylvia Sans  
Impreso por Limpergraf, Mogoda, 29-31 - Barberà del Vallès  
Impreso en España *Printed in Spain*

Queda prohibida la reproducción parcial o total por cualquier medio de impresión,  
en forma idéntica, extractada o modificada de esta versión castellana de la obra.

# ÍNDICE

Introducción	15
<b>I. La radio como objeto antropológico</b>	23
1. El arribo de la antropología al estudio de los públicos	23
a) La reubicación del papel de la ideología: lecturas ideológicas <i>versus</i> lecturas preferenciales	26
b) ¿Prácticas de recepción o de consumo?	29
c) El aporte de la etnografía para la comprensión situada de los públicos	31
2. Diseño metodológico y organización del trabajo de campo	33
a) Familias y grupos observados	37
b) Criterios de selección de los períodos de observación etnográfica	43
c) Estrategia de análisis para el material etnográfico	44
d) Los programas estudiados	45
e) Estrategias de análisis para los programas y radioparticipantes	46
<b>II. La radio como cronista de la ciudad</b>	51
1. Primera etapa: La radio recrea los temas, tiempos y espacios de la incipiente vida urbana	52
2. Segunda etapa: La radio «sinfonola»	63
3. Tercera etapa: La radio encuentra nuevamente el pulso de la ciudad	67
a) Los años ochenta	67
b) Los años noventa	73
<b>III. Radio, espacio público y participación</b>	89
1. La dimensión política de la participación	89
Consumo, medios y ciudadanía: una relación emergente	91
Los escenarios radiales: ¿nuevas esferas públicas o seudoesferas?	97

La naturaleza de la participación mediática . . . . .	100
¿Quiénes llaman? . . . . .	103
Espacios y modalidades de participación . . . . .	107
La participación: una posibilidad negociada de ampliación del espacio público . . . . .	113
2. La dimensión <i>íntima</i> de la participación . . . . .	115
a) ¿Quiénes llaman? . . . . .	119
b) El consultorio sentimental: un espacio imaginario de ayuda pública y colectiva para los conflictos privados e individuales . . . . .	121
c) Públicos cautivos: espacios de constitución de comunidades virtuales de pertenencia . . . . .	126
d) Redes telefónicas y organizaciones de radioyentes: nuevos núcleos de sociabilidad . . . . .	131
<b>IV. Radio y vida cotidiana: usos y sentidos en el ámbito doméstico . . . . .</b>	<b>139</b>
1. Escenarios, tiempos y estilos de consumo . . . . .	140
2. Prácticas de escucha y modalidades de apropiación del discurso . . . . .	144
3. La asimilación de la <i>modernidad</i> . . . . .	152
4. Formas de traducción y certificación de las noticias . . . . .	156
La traducción de lo político . . . . .	157
La construcción de lo creíble . . . . .	160
Sobre el periódico . . . . .	165
Sobre la radio . . . . .	166
Sobre la televisión . . . . .	169
<b>V. Noticias urbanas: mapas para orientarse en la ciudad . . . . .</b>	<b>173</b>
1. El papel del noticiero en la <i>domesticación</i> de la ciudad . . . . .	173
El <i>afuera</i> . . . . .	175
El <i>adentro</i> . . . . .	177
2. Estrategias y recursos para la validación del discurso . . . . .	184
3. La invención mediática de los ciudadanos . . . . .	190
Ciudadanos de <i>primera</i> . . . . .	191
Ciudadanos de <i>segunda</i> . . . . .	193
Ciudadanos <i>indefensos</i> y <i>llaneros solitarios</i> versus los <i>no ciudadanos</i> o <i>delincuentes</i> . . . . .	194

<b>Conclusiones</b> .....	197
1. Radio y cultura ciudadana .....	197
2. La participación como estrategia de inclusión en la esfera pública .....	200
3. La intimidad mediática .....	202
4. La relevancia del ámbito doméstico como espacio de constitución del vínculo con la radio .....	206
<b>Bibliografía general</b> .....	211
<b>Páginas en internet</b> .....	221