



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Facultad de
**Información y
Comunicación**

Trabajo de grado

Licenciatura en Comunicación

Camino luego de la medianoche

La audiencia de la madrugada radiofónica



Noviembre, 2021

Claudia Alicia Umpiérrez Perrone

5.389.847-8

Tutora: Isabel Wschebor

Co-tutor: Gabriel Galli

Índice general

1.0 Agradecimientos	Pág. 5
2.0 Resumen	Pág. 6
3.0 Introducción	Pág. 7

Capítulo 1: La perspectiva de la madrugada radiofónica y compañía.

4.0 Fundamentación y Antecedentes

4.1 Fundamentación de la investigación	Pág. 9
4.2 Antecedentes: La audiencia, participación y noche	Pág. 10

5.0 Marco teórico

5.1 LA RADIO, AQUÍ Y EN EL MUNDO

5.1.1 El origen de la Radio	Pág. 15
5.1.2 Uruguay: comienzo de la amplitud modulada	Pág. 16
5.1.3 Reseña histórica de <i>El tren de la noche</i>	Pág. 18
5.1.4 Géneros y Formatos	Pág. 21
5.1.4.1 Los géneros	Pág. 21
5.1.4.2 Los formatos	Pág. 22
5.1.5 Programación	Pág. 24

5.1.6 Los programas noctámbulos	Pág. 28
5.2 SOLIDARIOS DE OÍDO Y PALABRAS AL AIRE	
5.2.1 La audiencia	Pág. 29
5.2.2 La audiencia de la madrugada	Pág. 30
5.2.3 Los locutores/ conductores de radio	Pág. 32
5.3 ESTAMOS AL AIRE ¿QUIÉN REMITE?	
5.3.1 Participación	Pág. 33
5.3.2 Tipo de participación	Pág. 33
5.3.3 Vías de comunicación	Pág. 36
5.3.4 Facebook un elemento particular para la interacción en el medio	Pág. 38
5.3.5 La participación desde una mirada sociológica	Pág. 39
5.3.6 El fenómeno <i>para-social</i>	Pág. 41
5.3.7 El lenguaje, nacimiento social	Pág. 42
5.3.9 La voz, nocturnidad y radio	Pág. 43
6.0 Problema de investigación	Pág. 45
7.0 Objetivos	Pág. 46
7.1 Objetivos generales	Pág. 46
7.2 Objetivos específicos	Pág. 46

8.0 Metodología	Pág. 47
-----------------	---------

Capítulo 2: “Bueno que arranca heee”

9.0 <i>El tren de la noche</i> dentro de la programación	Pág. 50
10.0 Pasajeros a escuchar: introducción a un nuevo día	Pág. 52
11.0 Estructura y segmentos del programa	Pág. 54
12.0 Personajes detrás del micrófono	Pág. 58
12.1 Horacio Rubino	Pág. 59
12.2 Paul Fernández	Pág. 59
13.0 Los operadores	Pág. 60
14.0 Las visitas	Pág. 61
15.0 La música	Pág. 63
16.0 Cierre del programa	Pág. 64

Capítulo 3: La familia del tren

17.0 Datos demográficos generales	Pág. 67
18.0 Los pasajeros del tren escuchan	Pág. 67
19.0 “Aló, Aló ¿quién fala?” vías de comunicación	Pág. 69
20.0 Hablamos al aire	Pág. 72
21.0 Se abre el telón y sobrenombres	Pág. 74

22.0 Mi amigo, el de la radio Pág. 76

Capítulo 4: “Hasta que escuchen el pitido del tren” Conclusiones

23.0 Conclusiones generales Pág. 79

24.0 La interacción en 15 días Pág. 80

25.0 Referencias bibliográficas Pág. 85

26.0 Índice de Anexos Pág. 91

1.0 Agradecimientos

Hoy llego a destino, mi última estación de este recorrido sumamente gratificante. Aquel viaje que comenzó a inicios del año 2013 cargada de incertidumbres y posibilidades da su punto final. Quiero dar las gracias por sus consejos, palabras de aliento y apoyo incondicional, a las personas que directa o indirectamente compartieron un trecho de este recorrido. Principalmente agradecer a quienes estuvieron en este último tramo; que compartieron y brindaron su conocimiento, tiempo, sugerencias, lectura y testimonios.

A todas y todos muchas gracias 😊

2.0 Resumen

El trabajo final de grado que corresponde al Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación (FIC-UDELAR), se desarrollará en base a las características comunicacionales de los programas radiofónicos, en vivo, de la madrugada [00:00 a 04:00 am] montevideana. Este trabajo de carácter investigativo pretende acercar al lector a las particularidades de la nocturnidad radial de segmentos de contenido y oyentes desvelados. Nuestro objetivo se centra en el análisis socio-comunicacional de la participación recurrente de los oyentes noctámbulos, la comprensión del vínculo y sentido de pertenencia hacia estos espacios de contenido. Esta investigación se llevará a cabo mediante la metodología cualitativa de estudio de casos. Se tomarán dos semanas [10 de diciembre del 2019 al 21 de diciembre del 2019] del programa *El tren de la noche* de CX20 Radio Monte Carlo. Su elección se debe a la heterogeneidad de vías de comunicación, trayectoria en la madrugada en el aire desde 1976 y medición de *rating*. Se considera que esta investigación enriquecerá el campo de los estudios en comunicación y de audiencia en la madrugada, donde la bibliografía es limitada. La mayoría de los trabajos académicos, abocados a la temática, se enmarcan en los horarios matutinos y vespertinos. Dejan de lado la actividad nocturna de los medios los cuales incluyen una variada audiencia.

Palabras claves: Programación radiofónica, Radio, Estudio de audiencia, Radiooyente, nocturnidad radial.

3.0 Introducción

Las asociaciones entre medios de comunicación, principalmente los acuerdos de la radio con otros medios, permite la interacción con su audiencia. Esta acción recíproca está presente en gran parte de la historia radiofónica. En primer lugar a través de la fonoplatea, correo o teléfono. Seguida por el incipiente avance de internet que abre un nuevo espacio de participación.

Durante la emisión de programas radiales en vivo son comunes los mensajes de múltiples oyentes que solicitan un tema musical, critican, comparten experiencia o simplemente siguen su sentido narcisista de escuchar su voz en el medio. La participación del espectador con el medio, generalmente, no garantiza un vínculo de larga duración, su intervención culmina cuando su mensaje finaliza.

Cuando la intensidad diurna disminuye, y la mayoría de las personas concilian el sueño, un reducido grupo de escuchas se hacen presentes en la madrugada radiofónica en vivo. Estos escasos programas se presentan con características peculiares, que invitan a la participación a través de una abultada oferta de vías de comunicación. Sus adeptos son pocos, pero mediante su intervención activa y repetitiva, genera en el otro un sentido de compañía o íntima amistad, que muchas veces trasciende el medio.

A lo largo de esta investigación, se identificarán las principales características de los programas de la madrugada radiofónica. Se pondrá en juego la interacción resultante entre la audiencia y los segmentos de contenido noctámbulos capitalinos. Con el objetivo de determinar la particularidad del programa y la relación que surge entre los oyentes.

Para este estudio se tomará la transmisión de fines del año 2019 del programa nocturno *El tren de la noche*, transmitido por CX20 radio *Monte Carlo*. Debido a que este programa cuenta con una larga trayectoria al aire y varias vías de comunicación, que permiten una mayor participación del público¹.

¹ Es a destacar, otro hecho que generó la elección de este contenido radiofónico. El mismo se debe a la escucha ininterrumpida, por parte de la autora, desde fines de la década del 90. Si bien es aconsejable mantener cierta distancia con el objeto de estudio, se debe mencionar que el mismo puede estar sujeto a ciertos saberes previos y

La estructura monográfica contendrá cuatro capítulos. En el primer capítulo, *La perspectiva de la madrugada radiofónica y compañía*, nos concentramos en los antecedentes y fundamentos teóricos que sirven como base para el estudio del corpus de este trabajo de grado. Por un lado nos referiremos a la radio, *La radiodifusión, aquí y en el mundo*, mediante una breve reseña histórica sobre los inicios del medio en el mundo y su primeros años en Uruguay. También se abordará las características generales de los programas noctámbulos, en cuanto a historia y contenido. En *Solidarios de oído y palabras en el aire*, se tratará de determinar el concepto primordial de audiencia y locutores. Por último, *Estamos al aire ¿quién remite?* abordará los conceptos de participación, característica del lenguaje y diversos puntos de vista que nos ayuden a comprender la práctica de interacción y relacionamiento entre oyentes y medio.

En el segundo capítulo "*Bueno que arranca hee*"², introduciremos los datos relevantes de *El tren de la noche*. El abordaje de la información será desde el punto de vista de la programación, formato, guión y la perspectiva de la emisora *CX20 Radio Monte Carlo*.

Evocamos en el tercer capítulo *La familia del tren*. a la audiencia. Desplegamos el concepto desde la interacción que se desarrolla durante el programa desde las diversas vías de comunicación. Proponemos indagar sobre las características de este público, presentación, temas que abordan, participación activa y vínculos desarrollados.

En el Cuarto Capítulo "*Hasta que escuchen el pitido del tren*"³ conclusiones, se formularán las conclusiones que remitirán a la instancia de interacción, donde se refleja la participación a través de tablas que grafican y resumen, de forma clara, el accionar comunicativo durante el período de análisis.

posteriores al periodo de análisis, los cuales de otra forma serían imposible de plasmar, debido a la limitada bibliografía e historial archivístico respecto al programa.

² Fernández, P. *El tren de la noche*, 2019 [fragmento de 00:00 a 00:30 am]

³ Fernández, P. *El tren de la noche*, 2019 [fragmento de 02:30 a 03:00 am]

Capítulo 1: La perspectiva de la madrugada radiofónica y compañía

4.0 Fundamentación y antecedentes

4.1 Fundamentación de la investigación

Los medios tradicionales de comunicación, generalmente luego de la medianoche, finalizan su programación o reducen su contenido. En la mayoría de los casos emiten programas grabados o repeticiones de aquellos segmentos de mayor éxito en horario vespertino.

En la mayoría de las emisoras radiales uruguayas, sucede lo mismo; luego de las 00.00 horas del nuevo día, finalizan sus transmisiones en vivo, y pasan a transmitir contenido grabado, música, programas de la tarde o religiosos. Salvo algunas excepciones como relatos deportivos, o acontecimientos noticiosos de primicia.

En algunas pocas emisoras, a pesar de la escasa audiencia, se dedican a acompañar la madrugada con programas en vivo. Los formatos de radio nocturnos varían poco con respecto a su temática. José Ignacio López menciona que en la madrugada “predominan los espacios hablados y de mucha participación a través del teléfono” (1997, p.471).

Según el estudio del *Buró de radios del Uruguay*, mediante la consultora *Mediciones y mercado* de julio/septiembre 2019, respecto a la medición de audiencia [todas las emisoras comerciales AM de Montevideo⁴] por hora de lunes a viernes, las empresas radiofónicas acumulan un 3.76 puntos de *rating general*, en el intervalo de 23.00 a 23.59 hora; luego descendiendo a 2.05 puntos en el rango de 00:00 a 00:59 horas; seguido de 1.03 puntos en el horario de 1:00 a 1:59 horas⁵.

La investigación se enfoca en el estudio de casos, de los programas radiales en el horario de la madrugada, es decir de 00.00 a 04.00 horas, cuando la actividad humana es notoriamente escasa, pero la puesta al aire de programas en vivo con participación activa y repetitiva de los oyentes, comienza.

⁴ Los datos fueron interpretados en el cuadro 5 de dicho estudio.

⁵ La puntuación de *rating general* comienza con un mínimo aumento en el período entre las 2.00 a 2.59 horas, pero su crecimiento más notorio se da luego de las 4.00 am.

Consideramos que esta investigación enriquecerá el campo de los estudios de la comunicación y de la audiencia en la madrugada, donde la bibliografía es limitada. La mayoría de las investigaciones estudian la actividad del oyente y de los programas en vivo, en horarios matutinos y vespertinos. Se deja de lado las actividades nocturnas de la mayoría de los medios de comunicación. Como dice López (1997) “estos espacios gozan de una notable audiencia entre choferes, vigilantes e insomnes.” (p.471).

4.2 Antecedentes: la audiencia, participación y noche

Debido al escueto material disponible sobre el tema en el que recae esta investigación, se indagaron varios trabajos referentes al estudio de la radio y la participación en general. Para el cumplimiento de este trabajo de grado se hace referencia al artículo de Susana Herrera (2005) y al trabajo académico de Irene Lucena (2017). En cuanto a la radiodifusión nocturna, es preciso hacer hincapié en la investigación de Wolfgang Streich (2008) y de Marine Beccarelli (2016).

Susana Herrera (2005) en su obra *Ventajas e inconvenientes de la participación radiofónica de la audiencia en los programas de radio*, identifica las ventajas y desventajas de la participación directa de la audiencia a través de la interacción que aflora en la radiodifusión española a partir de los años 40 (Herrera, S. 2005. pp. 123-124). Las ventajas presentan una bifurcación beneficiosa. Por un lado la emisora recibe bonificación económica y realza la imagen empresarial. Mientras el radioescucha “...que se dirija a la radio para intervenir en uno de sus programas puede obtener también algunas compensaciones, referidas en su mayor parte a la satisfacción de sus necesidades comunicativas.” (Herrera, S. 2005, p. 125). Dentro de la necesidad de expresión del radioescucha pueden existir temas complejos como el de “denunciar un hecho o situación” (Herrera, S. 2005, p. 126) que atormenta a la persona. También este espacio se abre para expresiones más elocuentes o transmisión de una opinión; que permite una cercanía en el medio público (Herrera, S. 2005. pp. 124-135).

Según esta autora (2005) destaca una hibridación entre el beneficio comunicacional de los

oyentes y la retribución de la emisora. Muchos de los testimonios expresados por los radioescuchas sirven para atestiguar un hecho con carácter de noticia. Quedará en manos de los comunicadores verificar la validez de las palabras. A esta situación, mediante la interacción en vivo, la denomina como una posibilidad que incrementa "...el número de los recursos técnicos y humanos de los que dispone una emisora para cubrir la actualidad." (Herrera, S, 2005, p. 131). Otra característica positiva para ambos bandos, radica directamente en la producción del programa. Gracias a la interacción activa y directa muchos espacios llenan el "... tiempo de emisión con escasos costes ya que, muchas veces, son los propios oyentes quienes afrontan el gasto de las llamadas." (Herrera, S. 2005, p. 132).

Respecto a los inconvenientes, indica que están ligados con la mediación profesional en el último eslabón del proceso comunicacional (Herrera, S, 2005. p. 135). Es decir, la expresión del oyente no es tomada en cuenta en el proceso de guión del programa. Los participantes expresan su opinión desde su impronta, que da lugar a las "...falsificaciones, engaños, exageraciones o distorsiones que caracterizan el intercambio verbal entre personas." (Herrera, S. 2005, p 139). Como resultado puede generar algunas asperezas. Las mismas llevan a malos entendidos que provocan insultos, ofensas o agravios a otros radioescuchas o colectivos, menciona la autora (2005, pp. 135- 136) en referencia a Elguero (2000).

Irene Lucena (2017) refiere sobre este tema en su trabajo *La evolución de la interacción en la radio*. Aquí se expone sobre la evolución de la participación de la audiencia radiofónica. Realiza un racconto de las diversas vías de comunicación que han incorporado la radiodifusión a lo largo de su historia.

El comienzo de la interacción con los programas radiales a distancia, comienza con el envío de cartas a la emisora. Este primer encuentro permitía una bidireccionalidad de la comunicación, o como expresan Palma Peña Jiménez y Manuel Ventero Velasco (2013) citados por Lucena "...en el único medio que, en ese entonces colmaba el obligado circuito de ida y vuelta..." (2017, p. 7). Si bien el método del correo había tenido un crecimiento importante, desde la emisora no se contaba con espacios de lectura e interacción de las mismas. (Lucena, I. 2017. p. 8).

Luego prosperaron las llamadas telefónicas, las cuales proporcionaban al oyente la inmediatez

e interacción con el programa. Las personas que utilizaban este medio, en su mayoría, eran adultos mayores. Los jóvenes realizaban actividades fuera de la casa, que les impedía participar mediante la vía telefónica (Lucena, I. 2017. pp. 8-9) .

El surgimiento de internet abrió un nuevo abanico de posibilidades de interacción. Se introdujo la participación mediante correo electrónico. Este nuevo medio permitió dar un paso más en la inmediatez y la comunicación entre oyente-estudio, en palabras de Lucena (2017):

...se ha creado un perfil de oyente que no solo espera de la radio una relación unidireccional sino una relación bidireccional en la cual es partícipe y, por lo tanto, creador de contenidos por medio de su intervención. Antes de esto el oyente era partícipe y daba su opinión por medio de llamadas o cartas pero no era creador de contenidos debido a la falta de inmediatez de su participación. (p. 12)

Se debe agregar la aparición de las redes sociales *Twitter* y *Facebook* , que han convertido la interacción «...en una forma de medición de la aceptación de los diferentes programas por parte de los oyentes, para esto el nivel de interacción, incluyendo los “me gusta”, “compartidos” y “seguir” (...) se suman a las interacciones por medio de comentarios escritos.» (Lucena, I. 2017, p. 16). Las redes permiten que los oyentes y comunicadores se encuentren dentro y fuera del espacio radial. Las conversaciones o hilos que se disparan están dispuestas a interactuar durante las 24 horas del día (Lucena, I. 2017, p. 15-16).

En la actualidad, la última incorporación como medio de interacción oyentes-radio es el servicio de mensajería WhatsApp. Esta vía tiene la peculiaridad de enviar notas de voz, las cuales no necesitan de una inmediatez como el teléfono [además de textos, fotos y vídeos]. Esta autora especifica que los mensajes de audio presentan una corta duración. El oyente plantea sus inquietudes, generalmente encasillado con la dinámica del programa, y el locutor responde a ellas (Lucena, I. 2017, pp. 19-20).

Las vías de comunicación adoptadas por los programas de radio, desde esta evolución que plantea Lucena, hace que la audiencia tenga un sentimiento de acercamiento, donde “...la audiencia toma una relación de familiaridad con los locutores de los distintos programas gracias a la cercanía aportada por los medios de comunicación...” (Lucena, I. 2017, p. 23)

Wolfgang Streich (2008) en su investigación *Características de los Programas radiales de la madrugada en Paraguay*, toma como referencia tres programas de amplitud modulada [AM], del Gran Asunción [Paraguay]. Asume que las mismas presentan un gran alcance e instancias de participación activa de la audiencia. (Streich, W.A. 2008)

En este trabajo se hace un breve repaso por la historia de la radio y luego se centra en la aparición de las primeras emisoras en Paraguay. Refiere a características primordiales de la AM, como la encargada de "...transmitir contenidos principalmente informativos y de opinión, aunque la programación cuenta con importantes espacios de entretenimiento y educación." (Streich, W.A. 2008, p. 32). En cuanto a la música queda relegado su espacio, debido a características técnicas y físicas de la onda [AM] (Streich, W.A. 2008, p. 33).

Este autor, refiere a la madrugada radial tanto a aspectos básicos de la empresa radial como a programas nocturnos. La emisora en las primeras horas del nuevo día, se encuentra con personal limitado, como guardias de seguridad, el operador, algunos periodistas que se dedican a la búsqueda de hechos noticiosos y telefonista (Streich, W.A. 2008, p. 45). Desde la mirada de un programa noctámbulo, la investigación describe distintos elementos que hacen al programa. Desde la interacción y característica de locutores y oyentes; la música; la publicidad; los temas a tratar y entrevistas. Los resultados de la investigación son expuestos en forma gráfica, discriminadas según el programa y/o fragmento.

Marine Beccarelli (2016) en su artículo *Cuando la radio vive en la noche*⁶, propone un recorrido histórico de la programación nocturna en las radios francesas, las cuales marcaron un gran impulso luego de la Segunda Guerra Mundial y una decaída en la época actual⁷. Si bien el propósito del trabajo remite a una mirada histórica, deja entrever características y conclusiones de los programas noctámbulos y de su audiencia, que nos ayudan a comprender el relacionamiento entre los diferentes protagonistas de la noche en la actualidad.

Los primeros espacios noctámbulos en Francia, estaban dirigidos a transportistas, en el cual se brindaba información relevante sobre el estado del tiempo y las rutas, intercalado por

⁶ Traductor de Google *Quand la radio habite la nuit*

⁷ Beccarelli (2016) menciona que en la madrugada radial existe una tendencia, a partir de los años 2000 de apagar los micrófonos y dar lugar a retransmisiones o música (párr. 1).

música. Este espacio se extendía desde la medianoche hasta las 2 am. (Beccarelli, M. 2016, párrs.4-7). Este primer programa fue el puntapié inicial de la madrugada radial, que dió origen a nuevos formatos y nacimiento de un público trasnochero.

Las llamadas telefónicas noctámbulas llegan casi dos décadas después del inicio de la madrugada radial en vivo. Ahora, según Remonté (1989) citado por Beccarelli (2016) “...la radio escucha a los oyentes...”⁸ (párr.11). Estos oyentes que son escuchados por la radio se caracterizan por trabajadores nocturnos, trasnochados, estudiantes o personas con dolencia, que en ocasiones “La radio nocturna llega incluso a corresponder, para estos oyentes, a un salvavidas, una ventana abierta al mundo, un medio de escape a través de la imaginación.”⁹ (Beccarelli, M. 2016, párr. 22). Se abren espacios que “...suelen dar un lugar de honor a lo íntimo...” (Beccarelli, M. 2016, párr. 17)¹⁰ a través de interacción directa, con un público diverso que generará charlas largas, íntimas, heterogéneas y anónimas, ya que todos tienen la puerta abierta a expresarse.

La participación telefónica se volvió popular en un horario donde la audiencia es reducida; lo cual provocó éxitos de la madrugada francesa como el programa *Allô Macha*, de radio *France Inter* (Beccarelli, M. 2016, párrs. 12-14). Este programa contó con la particularidad de ocasionar un revuelo social inexistente hasta el momento. Además de las charlas convencionales al aire, muchos radioescuchas dejaban su contacto, con el objetivo de que otros oyentes los llamarán (Beccarelli, M. 2016, párrs. 12-14). De esta manera comenzaban un interrelacionamiento entre la comunidad del programa por fuera del espacio radial.

⁸ Traducción de Google “...la radio écoute les auditeurs...” (Beccarelli, 2016, párr. 11)

⁹ Traducción de Google “ La radio de nuit va même jusqu'à correspondre, pour ces auditeurs-là, à une bouée de sauvetage, une fenêtre ouverte sur le monde, un moyen de s'évader par l'imaginaire” (Beccarelli, 2016, párr 22)

¹⁰ Traducción de Google “... font souvent la part belle à l'intime...” (Beccarelli, 2016, párr. 17)

5.0 Marco Teórico

Dado los puntos a tratar de está en investigación y visto el escaso material disponible, se indagan, en la generalidad, teorías y reflexiones académicas extranjeras. Las mismas son realizadas bajo otros contextos socioculturales que pueden no remitir a las características manifestadas dentro de la sociedad uruguaya, respecto a su comportamiento en interacción con los medios de comunicación. A lo largo de este marco teórico existen excepciones de autores uruguayos que reflejan la nocturnidad radial del año 2005.

5.1 LA RADIODIFUSIÓN, AQUÍ Y EN EL MUNDO

5.1.1 El origen de la radio

El medio radial es heredero de innovaciones que durante el siglo XIX, permitieron la comunicación a distancia. Es el caso del telégrafo de 1839 que permitía el tráfico de información rápidamente desde el emisor al receptor (García, J. 2010, p. 25). Estas primeras transmisiones eran realizadas sólo a través de clave Morse.

Un puntapié inicial fue el descubrimiento de la onda *Hertziana*. Este tipo de onda electromagnética, según expresan Asa Briggs y Peter Burke (2002, p. 174), fue interpretada a través de cálculos matemáticos del científico James Clerk Maxwell. Luego el alemán Heinrich Hertz puso a prueba la ecuación resultado en el descubrimiento de la onda. Pero no fue hasta 1895 cuando Oliver Lodge pudo demostrar el fenómeno en la Royal Institution; desde ese momento se la conoce como onda *Hertziana*. (Briggs, A. y Burke, P., 2002, pp. 174-175)

En 1896, el italiano Guglielmo Marconi, tras diferentes experimentos, con la reciente onda *hertziana*, se dirigió a Gran Bretaña a presentar su invento, el cual "... él llamaba <<progreso en la transmisión de impulsos y señales eléctricas>>" (Briggs, A. & Burke, P., 2002, p. 175). El objetivo de implementar este invento en los navíos británicos; como expresa García (2010) en referencia al libro de Briggs y Burke (2002) "lo que impulsaba a los militares británicos a

experimentar con la ondas de radio era una urgente necesidad más que un afán de progreso de la ciencia; sus naves, revestidas con corazas de hierro, requerían de nuevas formas de señalización y comunicación.” (p. 26)

La primera emisión de voz humana sin hilos, fue gracias a un nuevo sistema de señales creado por Reginald A. Fessenden. La transmisión se realizó el 24 de diciembre de 1906 (García, J. 2010, pp. 26-27). Desde la cabina de un barco que se encontraba en el océano se recibió dicha señal: “Aquella noche memorable diversas personas hablaron por el aparato inalámbrico; una pronunció un discurso, otra leyó un poema e incluso el mismo Fessenden tocó el violín.” (García, J., 2010, p. 27). Este fue el inicio rudimentario de la radio tal cual se desarrolló a lo largo del siglo XX.

5.1.2 Uruguay: comienzo de amplitud modulada

En Uruguay la radio comienza a inicios del siglo XX. Según Alain Nuñez (2015, p. 12), los primeros en explorar la radiodifusión fueron sujetos con curiosidad¹¹ por el mundo de la onda *Hertziana*. La información de armado y manejo de receptores provenía de fuentes del habla inglesa o “... revistas de amplia difusión como *Caras y Caretas* ponían a disposición del público datos técnicos elementales para que hábiles manos transformarán ese saber en aparatos receptores caseros.” (Maronna, M. 2012, p. 153). La inclusión en el mundo radial abrió nuevas puertas comunicativas con otros radioaficionados del continente. Para que los radioaficionados pioneros pudieran desarrollar esta práctica debían adquirir un permiso en la “Dirección de Servicios de Radiocomunicaciones del Ministerio de Guerra y Marina” (Nuñez, A., 2015, p. 12).¹²

Radio *Paradizabal Hnos.* se convirtió en la primera radio comercial en transmitir contenido el 6 de noviembre 1922, obteniendo el título de la primera radio con “...programación regular

¹¹ A este grupo se debe sumar técnicos, expertos e ingenieros que “...se hicieron así mismos a partir del apoyo de ingenieros de las Usinas Eléctricas y Teléfonos del Estado (UTE) que les permitía implementar la información que obtenían directamente de Estados Unidos y a través de empresas proveedoras de insumos como la General Electric.” (Maronna, M. 2012, p. 153)

¹² Actual Ministerio de Defensa Nacional

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

que se autorizó en Montevideo” (Nuñez, A. 2015, p. 87). En su programación constaba de “... propaganda, programación de música clásica y popular, noticias relevantes, audiciones en vivo con orquestas y solistas” (Nuñez, A. 2015, p. 13). Continuó su transmisión hasta 1926, donde cambió de nombre por Radio *El día*¹³.

Al inicio de radio *Paradizabal* se suma la emisora *General Electric* el 8 de julio de 1923¹⁴, luego de la fase experimental que duró un año aproximadamente. Nuñez (2015) describe una anécdota de un oyente sobre la competencia particular de las primeras radios comerciales montevidéanas:

Un oyente de la época me contaba que alternaban programación. Mientras una transmitía de 17 a 19, la otra lo hacía el mismo día de 21 a 24, al día siguiente invertían los horarios, de esa manera el público oyente podía escuchar ambas emisiones. (p. 14)

A partir del año 1924 se suman al dial Radio *Monte Carlo*, con su primera transmisión el 24 de diciembre en Montevideo; en 1925 Radio *Nacional*, el 12 de octubre de 1928 inicia Radio *Carve*. En el interior el inicio de la radiodifusión comercial comienza con *La Voz de Paysandú* en 1923; *Paysandú Broadcasting* con su primera transmisión un 24 de diciembre de 1924; Radio *Nacional* 25 de agosto de 1925; entre otras.¹⁵

Podemos considerar los años 20 como una década de experimentación y exploratoria radial, tanto desde el ámbito doméstico como comercial. La década de 1930 es considerada por Maronna (2012) como “...una etapa de transición que transcurre entre los primeros ensayos de la década del veinte y el despliegue del modelo comercial de la década del cuarenta ya con una audiencia masiva consolidada.” (p. 150). La radio comienza a estructurarse debido “...a una demanda por una mayor profesionalización que justificara el costo del aparato receptor.” (Maronna, M. 2012, p. 158). Se comienza a establecer un horario de programación acorde y el pienso de géneros y formatos radiofónicos. Cabe señalar que, para ese entonces, Uruguay

¹³ Según expresa Alain Nuñez (2015) en su libro *La radio y yo* (p. 87)

¹⁴ Dato extraído de Alain Nuñez (2015) *La radio y yo*, tabla 1 (p. 81)

¹⁵ Datos extraídos de *La radio y yo* de Alain Nuñez (2015)

contaba, a fines de los años 1930, con 39 radios comerciales de las cuales 22 pertenecían a Montevideo¹⁶.

5.1.3 Reseña histórica de *El tren de la noche*

El dato sobre el comienzo de los programas noctámbulos radiales en vivo no es del todo claro. Al inicio de la radio en general, la programación se emitía desde horas de la tarde hasta la medianoche. Ildefonso Beceiro en su libro *La Radio y la TV de los pioneros: cronología y anécdotas de un fenómeno uruguayo* (1994) realiza una cita del *Diario del Plata*:

El “Diario el Plata”, publica la programación de Radio Paradizábal, “que está trasmitiendo de 17 a 19, y de 21 a 25 (sic) horas”¹⁷ (p. 27)

Núñez (2015), señala que CX 28 Radio *Imparcial*¹⁸, se convierte en 1953 en la primera radio, a nivel mundial, en emitir 24 horas continua¹⁹, sin la necesidad de intercambiar el transmisor. Este suceso se dió mediante un cambio de potencia en la emisora y el invento del radiotécnico y fundador Walfrido Figueira Morán. Figueira ideó un sistema de refrigeración de las válvulas de potencia, lo cual avivó un interés internacional tanto de fabricantes como empresarios, como resultado “...comenzaron a fabricarse válvulas de potencia refrigeradas a agua destilada y también por aire forzado.” (Núñez, A. 2015, p 90).

En lo referente a *El Tren de la noche*, la fecha de su primera transmisión no es exacta. Oyentes actuales estiman su comienzo a mediados de la década de 1970 con la conducción de Luis Alberto Panelo, un locutor argentino quien ocupó ese cargo por un breve período. Luego llegó el maragato [oriundo del departamento de San José, Uruguay] Omar Gutiérrez. En

¹⁶ Datos extraídos de *La radio y yo* de Alain Núñez (2015)

¹⁷ Esta publicación corresponde al 21 de diciembre de 1923 (Beceiro, I., 1994, p. 27)

¹⁸ Radio *Imparcial* comienza su transmisión 11 de octubre de 1939 (Núñez, A., 2015, p. 83)

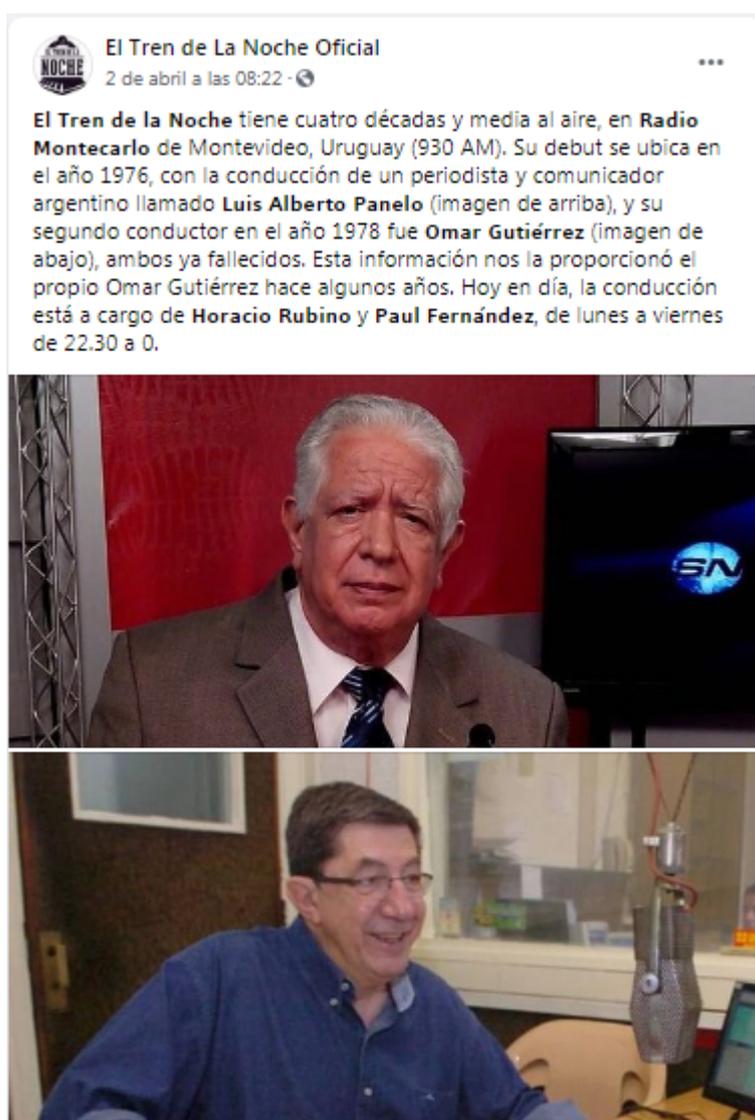
¹⁹ Este hecho es recordado, con cierto margen de error, por un oyente en el programa *Bien igual* de Radio *El Espectador* CX 14, emitido el 21 de octubre del 2020, “CX28 radio *Imparcial* fue la primera emisora que empezó a transmitir 24 horas del día en el mundo desde 1970, inolvidable.”

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

palabras de Horacio Rubino y una oyente, tras una llamada telefónica en el segmento *Brindemos* de *El tren de la noche*, correspondiente al 4 de enero del 2020:

- Oyente: ¿Vos sabes cómo escuche el primer, el primer programa del tren?
- Rubino: ¿Cómo fue? ¿fue boca a boca? Los agarraste, ¿nos agarraste de casualidad?
- Oyente: no, no, yo trabajé, yo trabajaba de noche, y en los últimos diez años de mi vida de trabajo fueron en el turno de la noche, por lo general pedía para hacer la noche, porque me encanta trabajar de noche, y la persona que hizo el primer programa de *El tren de la noche*, era un argentino.
- Rubino: sí, Panelo de apellido ¿no?
- Oyente: ¿he?
- Rubino: Panelo, de apellido
- Oyente: yo no me acuerdo
- Rubino: sí, sí
- Oyente: yo lo que me acuerdo, sé que, trabajó una o dos horas, y alguien le dijo algo, que yo no recuerdo, algo que le ofendió y el tipo agarró y colgó, como quien dice colgó los botines y se mandó a mudar, no quiso saber más nada.
- Rubino: mirá, no la tenía
- Oyente: y se terminó, el programa esa noche, y después enseguida vino, esté, Omar Gutiérrez
- Rubino: sí, yo hablando con Omar Gutiérrez, el me contaba justamente eso, no esta anécdota que vos me decías, sino que él no había sido el primer conductor del *tren de la noche*, que antes de él, había estado un argentino, y me dió ese apellido, Panelo, que yo después averigüé y parece que era de Gualaguaychú [Argentina] y hace muy poco, dos, tres años, falleció y bueno nosotros estamos intentando armar la historia del *tren de la noche*, y yo sabía que había sido un argentino el primer conductor antes de Omar Gutiérrez, fue el segundo. (Rubino, H. 2019 ene 4. [fragmento de 00:30 a 01:00 am])

Existe cierta inquietud, por parte de los conductores actuales, respecto a la historia de *El tren de la noche*. Al faltante de materiales de archivo, son elocuentes las interacciones que apelan a la memoria colectiva para la reconstrucción de los primeros pasos del programa. Esta instancia del relato hablado, sumado al breve paso de Panelo, provoca algunas discrepancias respecto a la primera conducción. Desde un posteo de la *fanpage* del programa de la red social Facebook, correspondiente al 2 de abril del 2021, la producción actual establece a Luis Alberto Panelo como el primer locutor de *El tren de la noche* en 1976.



Extraído del perfil de Facebook *El Tren de La Noche Oficial*

Omar Gutierrez tomó la conducción del programa en 1978 hasta principios de la década del 80. Luego procedió Gustavo de los Santos²⁰ quien fue el conductor con más años al frente del programa. Comenzó un 29 de marzo de 1986 hasta el año 2005. A partir del año 2005 hasta la actualidad han pasado varios comunicadores, entre ellos: Luis Alberto Carballo; Mariano Pagliari; Andrea Cruz; Daniel Alejandro. A partir del año 2017 comenzó el ciclo de Horacio Rubino, Paul Fernandez y Juver Modernel, este último abandonó el programa en el año 2018.

²⁰ Según Paul Fernández (2019), en la transmisión del 19 de diciembre del 2019 [fragmento 01:30 a 02:30] “... quien hizo el tren más largo fue Gustavo de cero a cinco [en referencia al horario de 00:00 a 05:00 am]”.

5.1.4 Géneros y formatos radiales

Es importante dar un vistazo a los elementos que conforman un programa radial. Analizaremos, en primera instancia, los géneros y formatos radiofónicos, a los efectos de saber cómo se inscribe el programa en las características generales.

5.1.4.1 Los géneros

Los géneros radiales conforman la primera división del contenido e información que tratará un programa. López (1997) distingue este término como “...casilleros de producción y son también modos de relación que establecen emisores y receptores..” (p. 129). Es decir, el oyente sabe que forma de comunicación recibirá en tal o cual espacio radiofónico. En un género que se dedica a la transmisión de música para adolescentes, es evidente o esperable que el conductor exponga alegría y un clima festivo.

Este autor junto a Cristina Romo²¹ realizaron la identificación y clasificación de estos géneros, en donde se distinguen tres variedades. El *Modo de producción de los mensajes*, donde el autor agrupa a “...los tres géneros radiales en que habitualmente se ordenan los tipos de programa que transmitimos” (López, I. 1997, p. 127) los cuales son el *dramático*, *periodístico* y *musical*.

En su segunda clasificación, menciona que los géneros radiofónicos pueden clasificarse *según la intención del emisor*. Se relaciona con la finalidad de la construcción del mensaje por parte del emisor. Dentro de esta clasificación destaca un gran cúmulo de géneros, como el periodístico, cultural, educativo, religioso, publicitario, entre otros. Se advierte que dentro de la estructura general de un programa radiofónico pueden convivir uno o más de estos géneros (López. I. 1997, p. 127).

Por último la clasificación evoca directamente al radioescucha. En esta clasificación se dividen los géneros según el público objetivo. La segmentación de la audiencia según su edad,

²¹ Cristina Romo catedrática de ITESCO, Guadalajara *taller de capacitación Latinoamericana*, Octubre de 1994.

género, nivel educativo, lugar de residencia, entre otros factores, determinará que sea potencial oyente de un programa específico. López (1997, p. 128) la denomina a esta clasificación como *segmentación por los destinatarios*. Destaca algunos subgrupos como el infantil, urbano, sindical, femenino, de tercera edad o juvenil.

Es preciso mencionar, en vista a la línea de pensamiento referida, que los programas radiofónicos no tienen la obligación de ser encasillados forzosamente en uno u otro género, por ello “no hay que buscarle cinco pies al gato. Hay mil cosas en la vida que pueden salir al aire y no por eso las tenemos que endosar a uno u otro género.” (Lopez, I. 1997, p 129).

5.1.4.2 Los formatos

Los formatos se caracterizan por ser el contenido del programa. López (1997) denomina a estos como “...el molde concreto de realización” (p. 126). Por otra parte Mario Kaplún (1999) en su libro *Producción de programas de radio. El guión. La realización*, desarrolla la existencia de *doce formatos clásicos*. Se advierte de la existencia de más formatos, a causa del “...ingenio y la imaginación de un libretista creativo puede concebir infinitas variaciones. Con voces, música y sonidos se pueden construir muchos y muy diversos diseños.” (Kaplún, M. 1999, p. 157). En esta investigación se hará hincapié en aquellos formatos más relevantes para el desarrollo de este trabajo académico en particular²².

La radio revista o misceláneos, predominan las instancias orales donde se abordan temas de diversa índole y son difíciles de clasificar. En su característica más recurrente presentan una amplia variedad de segmentos y la presencia de uno o dos conductores, encargados de funcionar como nexo entre los temas a desarrollar.

Los temas son predominantemente de actualidad, pero no se sumerge en los contenidos rígidos; sino que su enfoque está dirigido a información de interés, como: notas sobre moda,

²² Otros formatos desarrollados por M. Kaplún (1999) son: *el informativo, la nota o crónica, la entrevista informativa, la entrevista indagatoria, el radio periodismo, la mesa redonda, el radio-reportaje, la dramatización.*

recetas, horóscopo, curiosidades, o recomendaciones.. El nombre de este formato se asocia a las clásicas revistas en papel, en palabras de Kaplún (1999):

...la radio-revista es el equivalente a la revista ilustrada de actualidad. Alterna diferentes temas del momento -aunque sin ceñirse, como el radio periódico, a las noticias del día- y utiliza en sus secciones diversos formatos: entrevistas, crónicas, encuestas, charlas testimoniales, comentarios, breves diálogos a veces también consultorios. Y generalmente intercala dos o tres piezas musicales, con el fin de amenizar aún más el conjunto (se procura que esas piezas musicales tengan relación con alguno de los temas tratados ese día... (p. 168)

El programa no tiene por objetivo informar, sino entretener y acercarse a su público a través de un contenido descontracturado. Presenta la restricción, debido a su naturaleza hablada, de no poder desarrollar enteramente la información, la cual es breve y superficial. Pero lo allí contado puede despertar en el receptor interés por temas que de otra forma no llegaría a su conocimiento. (Kaplún, M. 1999, p. 169).

La charla. En términos generales se entiende como un discurso corto (Kaplún, M. 1999, p. 159). Dentro de este formato se encuentran tres tipos, enunciadas por el autor como: *La charla creativa, charla testimonial y charla expositiva.*

- *Charla creativa*, desde la perspectiva abordada; se entiende como un hablar que se elabora, trasciende y hace que el oyente se interese, escuche y participe. Por su parte el locutor "...encara su charla como una verdadera creación radiofónica; cuando se esfuerza por lograr, y logra, imprimirle un carácter personal, directo, coloquial." (Kaplún, 1999, p. 160).
- *Charla testimonial*, se refiere a la vivencia de una determinada persona, la cual se desarrolla a través del recuerdo y la improvisación.
- *Charla expositiva*, caracterizada como la forma más accesible, económica y utilizada de hacer radio. Consiste en exponer un tema, consejo o conocimiento frente al micrófono. (Kaplún, M. 1999, pp. 160-161)

El comentario; "El comentario aprueba o condena, aplaude o censura." (Kaplún, M. 1999, p. 162). Conlleva el desarrollo de una opinión e información sobre un tema determinado. A su

vez, desde lo expuesto por el locutor, puede contener información valiosa que llega a repercutir en la decisión de la audiencia

La entrevista. Este formato suele desarrollarse, en mayor medida, con otros formatos (Kaplún, M. 1999, p. 165) Comúnmente puede entenderse como la charla de preguntas y respuestas entre dos o más personas.

El diálogo, refiere a una forma sencilla y dinámica de explicar un determinado tema; como dice el autor (1999) “...sin llegar a la complejidad del reportaje o del drama...” (p. 163). Este tipo de diálogo Kaplún (1999) lo denomina como *diálogo didáctico*.

Otra variante desarrollada es el *radio-consultorio*, aquí la participación de los oyentes es fundamental. Este formato se basa en responder preguntas al aire, desarrolladas por los radioescuchas a través de las distintas vías de comunicación (Kaplun, 1999, p. 164). La temática de las consultas pueden ser sobre un asunto específico o derivar de la temática planteada en ese programa.

5.1.5 Programación

López (1997) menciona que la programación es “...la declaración de amor” (p. 467) de una emisora a la audiencia. Estas palabras un tanto románticas hacen referencia a los segmentos que la emisora destina para que el oyente elija ese y no otro programa. Las empresas de comunicaciones deben estar atentas al gusto del radioescucha y de esta manera realizar una programación atrapante.

En términos generales la programación radiofónica nuclea y ordena a todos los segmentos de contenido propuestos para ser emitidos. El orden se establece dentro de la emisora y compete directamente al oyente. La empresa de comunicación, a través de diversos estudios referente a las actividades y comportamiento del público, pautan a determinada hora los diversos programas. De esta manera, el mensaje llega a la mayor cantidad de receptores posibles.

Otra característica de la programación radica en lo que López (1997) denomina como “...perfil de una radio.” (p. 468). Si bien todas las radios transmiten elementos sonoros, como voz, música, efectos de sonido y silencio, la clave de diferenciar una radio de la otra recae en cómo expresa y/o utiliza esos elementos. En palabras de López “...se trata de la cara de la emisora, de su personalidad, la gente tiene un rostro, la radio también.” (1997, p. 468). Cabe mencionar que algunas radios, debido a diversos factores, venden o alquilan espacios de su programación, que derivan en una pérdida de coherencia de la personalidad radial (Lopez,I. 1997, p. 469).

La construcción de la programación no es sencilla. Se juega el interés de la emisora con el deseo del oyente. Lejos de proponer una distribución mecánica sobre la programación, plantea la idea del equilibrio entre los componentes de los diversos segmentos de programación como los géneros y formatos (López, I. 1997, pp. 500-501).

Es pertinente mencionar los modelos de programación, en los cuales se basan las emisoras a la hora de componer un planillado de programas. López (1997, pp. 470-476) plantea los cuatro modelos básicos que se han desarrollado a lo largo del siglo XX:

La programación total.

Este modelo se caracteriza por ser el más abarcativo, tanto en géneros y formatos como en audiencia. Si bien el contenido de los programas es variado, muchos se determinan a atraer un público específico. López (1997, p. 470) hace referencia sobre el conocimiento de los encargados de programación respecto al horario predilecto por los oyentes. Para ello se mencionan siete franjas horarias más utilizadas en América Latina: *Amanecer, mañana, mediodía, tarde, atardecer, noche, madrugada.*

Un ejemplo de radiodifusora uruguaya capitalina que comparte estas características es CX16 Radio *Carve*.

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

Fragmento	Horario	Característica del oyente	Género o formato predominante
Amanecer	04:00 a 08:00	Adultos, que inician su jornada laboral	Informativo/ revistas rurales
Mañana	08:00 a 12:00	Mujeres	Revistas
Mediodía	12:00 a 14:00	Familiar	Informativo/ programas deportivos/ programas culturales
Tarde	14:00 a 18:00	Jóvenes	Música/revista
Atardecer	18:00 a 20:00	Adultos	Enlatados/cultura/ informativos
Noche	20:00 a 00:00	Adultos	Programas especializados/ música
Madrugada	00:00 a 04:00	Adultos, adultos mayores	Programas eróticos/ esotéricos

Cuadro de elaboración propia mediante la interpretación de nociones de López (1997) respecto a los segmentos horarios de la programación total.

Programación segmentada

Esta variante recae directamente en la programación en su totalidad. Si bien hay una marcada diferencia entre los segmentos de contenido; la propuesta de la emisora apunta, en su totalidad, a un público determinado.

Programación especializada

Esta programación además de dividir a su público segmenta su contenido y géneros. Se caracteriza por programas específicos durante la emisión. López (1997) subdivide este modelo en tres posibles: la radio *All Talk* dedicada a programas donde la palabra es protagonista; se exponen noticias y se generan debates, tertulias u opiniones. *All news*, predomina el género periodístico que deriva en los distintos formatos radiales. *All music*, dedican su tiempo de emisión a la transmisión de un ritmo musical preferente. (López, I. 1997, p. 475) En nuestro país un ejemplo de estas radios es Radio *Clarín* 580 AM, dedicada a la música folklórica y tango

La radio fórmula

La estructura se vuelve determinante. Tanto el género, el contenido, el formato como el público son rígidos en la programación. Este tipo de emisoras contempla un público muy fiel pero su escucha es limitada por un corto lapso de tiempo (López, I. 1997, p. 476) . Para ejemplificar este modelo tan particular se remite al ejemplo que brinda el autor:

Una de las primeras radio –fórmulas en América Latina fue la cubana Radio Reloj, cuya rutina consistía –y sigue consistiendo desde hace 70 años— en dar la hora cada minuto, resumir las principales noticias del momento, y acompañar con el característico goteo del segundero. (p. 476)

Se debe tener en cuenta que la programación radial debe estar en permanente chequeo (López, 1997, p. 501). La sociedad se encuentra en constante transformación y el apego a un segmento que permanece incambiado se perderá con el paso de los años, debido a que los oyentes modifican sus gustos y están en constante transformación.

5.1.6 Los programas noctámbulos

Los programas de la madrugada radiofónica son los emitidos desde las 00:00 a 06:00 am según Virginia Guarinos (2010, p. 63). Para López (1997, p. 471) esta franja se reduce de 00:00 a 04:00 am. Aunque los autores difieren en la hora culmine del segmento, hay que considerar su coincidencia en el inicio del segmento, luego de la media noche.

Guarinos (2010) afirma que en horas de la madrugada hay una gran diversidad de formatos radiales. Por lo general estos programas nocturnos “...hacen del relato radiofónico una narración original, diferente y arriesgada.” (Guarinos, V., 2010, p. 63). Además la traspasada tiene una forma particular de presentar las noticias del momento, que se alejan de los *infoshows humorísticos* y de los *infotainment mañaneros*; que permite en algunos programas un desarrollo de la información a través de otros formatos radiales (Guarinos, V. 2010, p. 65)

En ocasiones el tratamiento de la información no sigue un hilo fijo. Se deja lugar a la charla ocasional y opiniones entre conductores y oyentes sobre uno o varios temas. También, en algunos programas, se otorga espacio para las noticias en vivo. Este tratamiento noticioso tiene la característica de ser realizada “... en varios bloques, permitiendo las llamadas de los oyentes, lo cual posibilita una buena gama de opiniones sobre un tema determinado.” (Streich, W.A. 2008, p. 79).

En cuanto a la música, según el análisis de Streich (2008, pp. 97-98), se emplea para ocupar diversos segmentos vacíos de un bloque o como fondo mientras el locutor habla. Dentro de los estilos musicales se dispone de una gran variedad, pero la elección puede estar sujeta a la imagen de la emisora o a pedidos de los oyentes.

La característica principal de la emisión de estos programas radica en la idea de acompañar y entretener a través de los distintos segmentos. Como expresa Streich (2008) “...tienen generalmente como objetivo el de estar con la gente, hacerle compañía, escucharla, entretenerla, ayudarla y aprender de los problemas de los demás, para poder compartir sus emociones, sentimientos, inquietudes y alegrías.” (p. 40). Estas características convierten al programa noctámbulo en una especie de radio participativa que evoca al radio-servicio de las personas que necesitan un oído, palabra de aliento o simplemente sentirse acompañadas.

5.2.SOLIDARIOS DE OÍDO Y PALABRAS AL AIRE

5.2.1 La audiencia

El término audiencia presenta diversos significados²³. Dentro de la Real Academia Española el significado más adecuado para esta investigación es: “f. Número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación” (Real Academia Española, s.f., definición 7).

Denis McQuail (1991 [1983], p. 276) atribuye la aparición de la audiencia en las antiguas civilizaciones. Caracteriza al término en un grupo o tumulto de personas que presencian una representación, por ejemplo espectáculo, un juego o una obra teatral. Si bien el autor hace referencia al comienzo del término, las características aún en nuestros días presentan validez y continúan en expansión. Sin embargo, no alcanza sólo con la idea de: algunos que presencian algo.

Debido a los avances tecnológicos y cambios sociales el concepto audiencia se ha ido amoldando a los nuevos tiempos. Este hecho deriva en diversas acepciones del término. Dentro del abundante abanico de posibilidades la forma más común es denominada “... como conglomerado de espectadores, lectores, radioescuchas y telespectadores”²⁴ (McQuail, D. 1991[1983], p. 279). Esta significación refleja a la audiencia como unidades medibles, para desarrollar las diferentes interpretaciones que el medio o investigador necesite. En palabras de Jorge Forero y Francisco Céspedes (2018) las audiencias “...fueron pensadas desde una perspectiva meramente cuantitativa y mercantil.” (p. 89).

²³ La palabra *audiencia* es una palabra polisémica. Es decir empleada para más de un significado.

²⁴ McQuail (1991 [1983], p. 279) considera que esta expresión es poco práctica. Lo cual conlleva a una investigación lejos de los límites cuantitativos o incluso difícil de aplicar. Porque la terminología se centra solo en el número de espectadores que capta un medio y no en los contenidos de los mensajes.

Los estudios sobre recepción en América Latina, en 1980 contenían un enfoque crítico que dejaban de lado el abordaje respecto al público (Céspedes, F. & Forero, J. 2018, p. 71) Porque en esa época regía, sobre gran parte del continente, gobiernos dictatoriales, los cuales no permitían expresarse libremente; que se contrarresta el desarrollo de los análisis sobre la recepción de audiencia, agregan los autores (2018, p. 71) en referencia a Clua, Escosteguy y Jacks (2010).

No fue hasta los inicios de la década de 1990 cuando el desarrollo de la ficción, a través de las telenovelas trajo consigo diversos estudios de recepción relacionados con la cultura popular (Céspedes, F. & Forero, J. 2018, p. 71).

5.2.2 La audiencia en la madrugada

En términos generales, el público de la madrugada, está comprendido por adultos mayores. Los menores de 30 años, al realizar diversas actividades durante el día no son un público enteramente objetivo para estos programas, ya que utilizan estas horas para dormir, y sintonizan la radio en otras franjas horarias (Streich, W.A 2008, p. 46).

Desde una perspectiva connotada, la audiencia noctámbula es notoriamente escasa pero presenta características variadas.²⁵ Por ello los programas noctámbulos advierten contenido heterogéneo porque «... de noche la radio se escucha con más atención...», se eliminan los residuos sonoros típicos de la jornada, lo que permite escuchar de otra manera y “...es lo que permite que ese horario se convierta en una verdadera compañía...” (Gasllardo, G. & Ricoy, V. 2005, p. 40) según expresa Gustavo de los Santos ex-conductor de *El tren de la noche*.

Muchas de las personas que sintonizan el medio radial a primeras horas del nuevo día pueden estar justificadas por una gran variedad de hechos, como dice Omar Gutiérrez entrevistado por Gasllardo y Ricoy (2005):

²⁵ En base a entrevistas a conductores y productores radiales de la noche/ madrugada, realizadas por Gastón Gasllardo y Victor Ricoy (2005); coinciden en el hecho que los radioescuchas noctámbulos presentan características diferentes con respecto a la audiencia de otros horarios.

... si nosotros estamos despiertos a la una o dos de la mañana alguna razón hay: o que no nos podemos dormir, o que estamos preocupados, estamos desvelados y de repente por ahí una radio te está hablando una persona o un grupo de personas hablando de un tema que te interesa y llamas por teléfono, envías un mail. (p. 43)

La mayoría de los radioescuchas se encuentran solos; sintonizan la radio como medio de refugio a la soledad de la noche. Pero también, se abre paso a aquellas personas que “... de repente están cumpliendo actividades como trabajando, cocinando o haciendo un montón de cosas y de repente la radio es una compañía si esa persona está sola. Como hay gente que es fanática de la radio y le encanta escuchar radio de noche” (Gasllardo, G. & Ricoy, V. 2005, p. 22) en palabras de Ignacio Varela, productor del programa nocturno *Caras y más caras*.

Muchos de los radio espectadores se vuelven devotos de un determinado programa, no cambian de emisora, se mantienen fieles a ella²⁶. Incluso algunos oyentes permanecen sintonizando la misma emisora en otras franjas horarias, y participan en otros programas que allí se encuentran. Esta peculiaridad advierte por varios motivos, relacionados con la búsqueda de compañía. La nocturnidad se vuelve óptima para las charlas profundas o de intimidad. Las personas buscan la compañía del otro a través del dialogo; como expresa Maria Noel Alvez, conductora del programa *Caras y más caras*, entrevistada por Gasllardo y Ricoy (2005):

...la noche está más propicia como para que uno cuente cosas más personales y se abra a contar cosas más íntimas que durante el día, en realidad, es como que el ambiente y el ruido y las actividades no propician para que uno se sienta como que uno está solo y como que nadie te está escuchando... (p. 28)

A través del programa las personas encuentran un escape al sentimiento de soledad, y platican de diversos temas. No faltan los mensajes destinados a preguntar cómo se encuentra otro oyente, o los propios conductores. Lo cual vuelve a los programas de la madrugada en una “... gran hermandad o fraternidad, de la cual todos forman parte.” (Gasllardo & Ricoy, 2005, p 5).

²⁶ Desde la perspectiva de Guarinos (2010) menciona que “... el oyente de la madrugada es un oyente fiel: la radio de la madrugada como radio servicio, como radio entretenimiento, o como radio compañía, cuenta con trabajadores, estudiantes o insomnes fidelizados a determinado programa.” (p. 63)

5.2.3 Los locutores/ conductores en radio

Los programas radiales no se desarrollan, salvo excepciones, sin la presencia de uno o varios comunicadores. Quienes desarrollan la tarea de prestar su voz frente a un micrófono de emisora, son denominados por como *locutores* (López, I. 1997, p. 94).

En este término se nuclea tanto a los animadores, conductores, corresponsales, entrevistados; lo importante es aquel que "...logra el contacto, quien establece la comunicación con el otro, quien se hace escuchar. Una palabra al viento, una señal de sonido sin nadie que la reciba, equivale al silencio." (López, I. 1997, p. 101). Es decir no basta con las palabras, el locutor debe cautivar, generar en la audiencia el deseo de seguir en sintonía.

Entra en juego la voz. en radio todas las voces, independientemente de su caracterización, son bienvenidas. Pero dependerá del formato radial al que se la presente. Por ejemplo una voz muy aguda no será placentera para un formato informativo (López, I. 1997, p. 96).

En cuanto a la radio revista, la figura del locutor debe contar con carisma y frescura a la hora de la transmisión. Aunque no es tarea fácil encontrar un locutor apropiado para este formato, ya que la voz debe transmitir chispa, encanto para cautivar al radioescucha (López, I. 1997, pp. 400-401). Por lo general, quien está al frente de este formato es una sola persona. El hallazgo de un segundo locutor, que cumpla con las características mencionadas anteriormente y se acople de buena forma con el otro locutor, es una tarea dificultosa (López, I. 1997, p. 401) .

El condimento de dos voces frente al micrófono enriquecerá al programa. Ambos locutores deben congeniar de tal manera que mientras uno habla, el otro espontáneamente pueda rematar el diálogo. El guión puede ayudar a esta tarea como un salvamemorias, pero el toque de espontaneidad en la última palabra del otro es un buen condimento. Lo interesante de una dupla es la capacidad del diálogo entre pares.

La vigencia de tres conductores frente al micrófono es desfavorable (Lopez, I. 1997). Debido a la superposición sonora causará confusión en el que está escuchando. Para evitar este tipo de

circunstancias uno de los comunicadores permanece relegado al diálogo durante un período de tiempo. Se recomienda en estos casos utilizar la tercera voz para segmentos especiales del programa (López, I. 1997, p. 402).

5.3.0 ESTAMOS AL AIRE, ¿QUIÉN REMITE?

5.3.1 Participación

El espacio de participación permite la sensación de cercanía con su audiencia, o como expresa Susana Herrera (2003) “...facilita un contacto e intercambio provisional entre los roles de emisor y receptor y hace posible que los oyentes intervengan en el contenido de las emisiones.” (p. 146). Se denomina a este tipo de comunicación como *participación directa* (Herrera, S. 2003, p. 146) . Se denomina directa en el sentido de que los oyentes realizan una intervención en el contenido del programa, la cual puede ser en vivo o a través de grabaciones. Estos espacios de comunicación oyente-radio están previstos en el guión radial, pero el oyente, dentro de parámetros determinados, brindará su opinión o petición personal.

5.3.2 Tipos de participación

En los inicios de la participación en programas radiales era limitado, orientándose a fines de entretenimiento y difusión (Herrera, S. 2003, p. 146). Aquí se hicieron populares los programas de solicitud de discos, donde las personas llamaban a la emisora y solicitaban una canción, en ocasiones esa petición era dedicada a otra persona, pero ello se les denomina *programas de discos dedicados*.²⁷

La interacción de los oyentes en los programas ha ido en crecimiento. Allí se brindan diferentes espacios para la comunicación bidireccional. Aunque el medio es siempre el

²⁷ En las radios montevideanas el programa de disco dedicado, *Aquí está su disco*, transmitido por Radio Monte Carlo, tiene su inicio en 1959 y aún permanece al aire.

mismo, tanto los oyentes como la propia emisora tienen diversos fines para este propósito. La autora²⁸ propone nueve modalidades de interacción según el contenido y su finalidad (2003, pp. 147-157).

Si se toma en cuenta los diversos formatos radiales, la interacción que predomina entre ellos es *expresar una opinión*. Aquí el oyente utiliza el medio para dar su punto de vista sobre una temática determinada, la misma puede ser propuesta por el público o por el comunicador. Este último tiene diversas funcionalidades; brinda paso a la interacción, hace preguntas, o limita la llamada, (Herrera, S. 2003, p. 147).

Debido a la posible intensidad de la conversación, o personas que le gusta dilatar su opinión, los locutores tienen previsto cortar la llamada de una manera sutil. El tiempo recomendado para la charla es de dos minutos aproximadamente, así otros oyentes tienen la posibilidad de participar al aire, según expresa Felix Madero (1998) citado por Herrera (2003, p. 148).

Esta modalidad trae aparejada la interacción con finalidad de *denunciar un hecho o situación*. Si bien cumple con varias de las características anteriormente mencionadas, el radioescucha se hace presente en la radio para detallar un problema que lo afecta directa o indirectamente. Utilizará un tono enérgico durante su discurso que refleja su estado emocional con el tema a denunciar públicamente.

En paralelo se encuentra la modalidad de *Desahogarse*. El oyente destina su participación como modo de aliviar una dolencia psicológica (Herrera, S. 2003, p. 154). Busca ser escuchado, liberar tensiones; similar a una charla con amigos. Los temas de conversación son diversos, refiere a algo que aconteció o a un tema que le aflige. En la madrugada es donde esta modalidad florece, ya que el espacio de tranquilidad y naturalidad propicia este tipo de interacción (Herrera, S. 2003).

Los oyentes son una fuente inagotable de información. Estas modalidades de participación están directamente relacionadas con los datos brindados por los oyentes, los cuales manejan grandes volúmenes de un determinado hecho, y el impacto que provoca durante y luego del programa (Herrera, S. 2003. pp. 152-153)

²⁸ Herrera (2003) propone clasificar las diferentes modalidades de participación mediante una serie de ámbitos y contenidos. En esta investigación se desarrollará sólo el ámbito *según el contenido*, donde se abarcan los criterios de clasificación según su finalidad y temática.

Entre las modalidades se encuentra: *Aporte de información*, el radioescucha ofrece información del momento, sobre algún suceso que presencia o presencié. En palabras de Martínez (1992) referenciado por Herrera (2003) "...el oyente se convierte por un momento en cronista de un suceso, ya que su alocución pasa a contener la mayor parte de las características específicas de este género" (p. 149). *Rectificar una información*, orientada a la corrección, por parte de los oyentes con conocimiento en el tema, de una información desarrollada en la emisión. (Herrera, S. 2003, p. 149)

Otro aporte de información proporcionada por la audiencia refiere al pasado. Aquí la inmediatez del hecho no es lo importante, pero sí se realza lo anecdótico. La vivencia de un determinado hecho por parte de la persona o de un ser querido. Esta modalidad, la denomina *Relatar un caso propio o ajeno*. Este criterio además de brindar información, implica ilustrar o entretener (Herrera, S. 2003, p. 150).

Algunas modalidades se asemejan al formato entrevista. Tienen por objetivo evacuar las interrogantes de los oyentes, como es el caso de *Consulta de información*. Los temas tratados generalmente son diversos y es frecuente la visita de un especialista en estudio para responder a las interrogantes y dar un grado de confiabilidad. Un ejemplo de ello son los programas radiales de herboristería. También pueden desarrollarse preguntas distendidas. La audiencia participativa busca obtener información u opinión de interés y no una solución a algún problema o tema que afecte directamente al oyente. En este caso, se presentaría la modalidad *Pedir información u opinión* (Herrera, S. 2003, p. 155).

Por último la modalidad *concurso*. Está relacionada con el entretenimiento a través de la participación. Su implementación es diversa, pero mantiene su estructura, participar y ganar. Un ejemplo es que el locutor haga una pregunta de interés general y la audiencia participa a través de diferentes vías de comunicación por un premio, que se realizará al finalizar la emisión. Independientemente de la fórmula utilizada, el objetivo es fidelizar y entretener a la audiencia.

La mayoría de los radioescuchas, al realizar una participación en el medio radial utilizan sobrenombres con el objetivo de mantenerse en el anonimato. También utilizan los nombres con distintivos, como puede ser un barrio, trabajo o ciudad pero nunca se utiliza nombre y apellido. Esta caracterización tiene por objetivo mantener cierto diferencial entre cada uno de los oyentes. Otra peculiaridad se da en que la mayoría que introduce un sobrenombre o

distintivo en los programas de la madrugada es un oyente que tiene tendencia a una participación activa.

5.3.2 Vías de comunicación

Es de destacar que la comunicación radial mantendrá su unidireccionalidad como emisor en el mensaje pero “...se vale y asocia e incorpora tras medios para poder empezar a ampliar esa comunicación, y dar lugar al oyente para también hacer integrar su voz a la radio”, según Gabriel Galli [Ver Anexo 2] (2021).

Cada programa radiofónico, dependiendo de sus objetivos, propondrá determinadas vías de comunicación. Desde la perspectiva de Herrera (2003, p. 159) con respecto al código lingüístico empleado para las diferentes instancias de participación presenta dos categorías: *la participación por escrito y la participación oral*.

La escritura

La voz de ese mensaje se la otorga el locutor, la que expresa opiniones e ideas de terceros. Aquí se conciben diversas vías de comunicación, desde la más antigua como las cartas, empleadas en la comunicación a distancia, donde las mismas eran “...total o parcialmente leídas en el transcurso de la emisión.” (Herrera, S. 2003, p. 162). Con el surgimiento de internet este medio, al igual que el fax, está relegado de la radiodifusión montevideana. Otro vehículo es el Servicio de Mensaje Simple o mejor conocido con la sigla en inglés SMS²⁹. La alternativa económica a las llamadas telefónicas vía celular se popularizó a comienzos del siglo XXI. A medida que este medio crecía la radio decidió incorporarlo como medio de comunicación con su audiencia.

Los mensajes de texto de 160 caracteres, sin la necesidad de internet, son utilizados en el ámbito radial para dos fines principales (Herrera, S. 2007, p. 175). El primero referente a una opinión determinada a través de una caracterización de encuesta. “en ella los oyentes deben enviar sus mensajes, por ejemplo, al 5343 y señalar su preferencia por la opción a, b, c o d.”

²⁹ Short Message Service sigla en inglés

(Herrera, S. 2007, p. 176). También puede ser empleado con fines de concurso, donde el oyente envía un mensaje y participa del premio (Herrera, S. 2007, p. 176). El uso de los SMS, no se limita a estas dos propuestas, también es empleado para las anécdotas cortas, chistes o información concisa.

Con el surgimiento y avance de internet, se incorporan a las vías de comunicación los correos electrónicos. El email, anterior al SMS convencional, fue la primera modalidad web en formar parte de las vías de comunicación. Este medio presenta como característica principal el ilimitado número de caracteres. Mediante esta vía la audiencia podía disponer del medio para lo que quisiese, como dirigirse a los locutores, pedir un tema musical, consultar dudas, o brindar sugerencias (Herrera, S. 2005, p. 175), muy parecido a la utilidad de los SMS en la actualidad.

La participación oral, corresponde a todas las vías de comunicación que utilizan la voz propia como medio de difusión, sin necesidad de un intermediario.

Las llamadas telefónicas es el medio con mayor antigüedad que sigue vigente en las emisiones participativas. Desde la perspectiva de Merayo (2000) citado por Herrera (2003) este medio es rico "...en matices expresivos, no sólo porque se articula sobre código verbal sino también porque permite gran fluidez y variedad de participantes" (p. 161). Los oyentes que participan por este medio pueden entablar una conversación con los comunicadores similar a la charlas, donde se relajan y expresan su opinión libremente.

En Uruguay las llamadas telefónicas cobran relevancia en 1980, cuando Gustavo Rey en *Caras y más caras* y Mauricio Almada en *Ahora es tiempo*, acaparan sus programas con una gran cantidad de llamadas al aire. (Gasllardo, G. & Ricoy, V. 2005, p. 10).

La última implementación a vías de comunicación oyente/radio es la aplicación de mensajería Whatsapp. La misma se volvió popular en los últimos años [inicios de la década del 2010]. Esta aplicación permite al usuario interactuar tanto a través de la oralidad, mensajes escritos o contenido multimedia [imágenes, fotos, videos, documentos]. Al usuario proporciona múltiples ventajas que van desde el bajo costo de su utilización hasta disponer notas de voz que no requieren la inmediatez del medio [como es el caso del teléfono].

5.3.3 Facebook, un elemento particular para la interacción en el medio

A los medios participativos desarrollados anteriormente se debe otorgar un lugar a la comunicación híbrida, que nuclea al medio radial y lo traslada a un universo visual en paralelo. Hablamos, en particular, de la red social *Facebook* y de su herramienta de videos en vivo *Facebook live*.

Los oyentes, pasan a ser visionarios del espacio radial, ven el estudio de radio, los rostros de los comunicadores y se invita a los comentarios puramente visuales de lo que allí acontece. Este fenómeno de confluencia de medios es estudiado, en primera instancia por Marshall McLuhan (1996 [1964], pp. 45-46) mediante el término *concentricidad*. Esta idea no concibe, en su totalidad, a los medios puramente digitales debido a que McLuhan no llegó a vivenciarlos (Islas, O. 2015, p. 8). Sin embargo nos brinda una aproximación del estudio de los medios electrónicos³⁰, menciona el propio McLuhan “...ningún medio tiene sentido o existe a solas, sino solamente en interacción constante con otros medios...” (1996 [1964] p. 46). Esta cita ayuda a comprender la terminología *convergencia mediática*³¹, la cual tiene gran trascendencia en la era de la sociedad de la información, el desarrollo de las tecnologías digitales y la relación audiencia/medio.

Para comprender este término es preciso referirse al ejemplo de Henry Jenkis (2008 [2006], p. 16) en el cual plasma la dimensionalidad que tienen los celulares de su época, los mismos incorporan varias funcionalidad, toman fotografías, se puede escuchar música, recordatorio, juegos; que exceden el envío y recibo de llamadas telefónicas, catalogada esta experiencia como “...una poderosa demostración de lo fundamentales que se han vuelto los móviles en el proceso de convergencia mediática.” (Jenkis, H. 2008 [2006], p.16).

Se puede llegar a pensar en una inminente desaparición de la comunicación tradicional pero según Jenkis “...Cada viejo medio se vio forzado a coexistir con los medios emergentes (...)

³⁰ McLuhan (1996 [1964])

³¹ Henry Jenkis (2008 [2006]) asocia al término como un proceso de cambio entre la relación social, tecnológica, cultural e industria mediática. Retoma la idea de *convergencia* como “...flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento.” (Jenkis, (2008 [2006], p 14).

Los viejos medios no están siendo desplazados. Antes bien, sus funciones y estatus varían con la introducción de las nuevas tecnologías”, (2008 [2006], p. 25). Los medios tradicionales se amoldaron a las nuevas entregas de contenido, la cual afectará el consumo del espectador. Estarán aquellas audiencias migratorias “... dispuestas a ir a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias y entretenimiento” según expresa Octavio Islas (Islas, O. 2015, p. 9) parafraseando a Henry Jenkins (2008 [2006]).

5.3.4 La participación desde la mirada sociológica

Desde el punto de vista de la sociología, es pertinente referenciar en el análisis de Erving Goffman (1989 [1959]) en su obra *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Bajo este pensamiento se hace un paralelismo entre una obra teatral y la vida social. Utiliza términos meramente teatrales y los traslada a las interacciones que se desarrollan en sociedad.

Propone una perspectiva sociológica para un espacio delimitado y organizado, en palabras de Goffman (1989 [1959]) “...límites físicos de un establecimiento o una planta industrial” (p. 11), el cual es aplicable a todas las instancias de relacionamiento social que presenten estas características. Además plantea un análisis sobre las actitudes que toma un sujeto frente a la interacción³² con otros.

La interacción desarrollada por el individuo junto a otros en un escenario social conciso es denominado por Goffman (1989[1959], p. 27) como *encounter*; dispondrá de una serie de acciones o decisiones desarrolladas por los actuantes *performance* (Goffman, E. 1989 [1959], p. 27) las cuales tendrán por objetivo influir en el accionar de los otros desde la posición otorgada. Se debe destacar el término *rutina* para “La pauta de acción preestablecida que se desarrolla durante una actuación y que puede ser presentada o actuada en otras ocasiones...” (Goffman, E. 1889 [1959], p. 27).

³² El autor (1989 [1959], pp. 11-14) denomina a la *interacción* como la presencia en un lugar delimitado cara a cara de los individuos los cuales buscan influir sobre el accionar del otro. Además de los actuantes en escena, el autor (1989 [1959]) distingue un tercer partícipe en la interacción que son los espectadores, pero que en una situación real su figura será absorbida por otros actores expectantes a la acción.

En un *encounter*, el sujeto se presenta a los demás de una determinada manera³³, que pretende resaltar sus buenos dotes para concluir en una impresión positiva. Visto que el sujeto se presentará a los demás actuantes con pulcras bondades. Estos buscarán indagar sobre información, desde signos verbales y no verbales³⁴, que les permita conocer a la persona. El resultado de esa indagatoria “...ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él.” (Goffman, E. 1989 [1959], p. 13).

Durante el desarrollo de este accionar pueden existir hechos contradictorios que generarán confusión y desconcierto en los otros participantes, la interacción decaerá y volverá a los participantes incómodos (Goffman, E. 1989 [1959], p. 24). Cabe destacar que en ocasiones las alteraciones son características de algunos grupos sociales, aquí se encuentran el humor y en ocasiones son tomadas para “...inducir a los individuos a ser modestos en sus reclamos y razonables en sus expectativas proyectadas...” (Goffman, E. 1989 [1959], p. 26). El humor es utilizado como catarsis o dilución de conflictos.

Cabe destacar que toda situación que proyecta un individuo tiene un derecho y deber moral particular dentro de la sociedad. Es decir el sujeto espera, tratar y ser tratado en buenos términos dentro del papel que ejecuta en el escenario social (Goffman, E. 1989 [1959], pp. 24-25).

³³ Goffman (1989 [1959]) menciona que cada actuante tendrá consigo una careta, la cual desempeñará un rol en ese espacio determinado, donde “...la máscara representa el concepto que nos hemos formado de nosotros mismos...” (Goffman, 1989 [1959], p. 31).

³⁴ Entendido por Goffman como “...actividad significante: la expresión que *da* y la expresión que *emana*...” (1989[1959], p. 14)

5.3.5 El fenómeno parasocial

Horton y Wohl (1956, p. 215) consideran que en los medios de comunicación, principalmente la televisión, generan en la audiencia una instancia, aparente, de relacionamiento cara a cara con el personaje del medio. Esta acción es denominada como relación *para-social*³⁵. En esta instancia es previamente seleccionada por el público, no tiene fecha de caducidad y termina cuando el espectador lo desee.

Los personajes del medio son denominados como *personae*³⁶. Generan en la audiencia, a grandes rasgos, una especie de cercanía íntima, parecida a la de los círculos cercanos del individuo, como los amigos e incluso la familia, aunque en una escala mayor con, literalmente, personas ajenas a su círculo de cercanía. En palabras de Holton y Wold (1956) :

El hecho espectacular de tales personas es que pueden reclamar y lograr una intimidad con lo que son literalmente multitudes de extraños, y esta intimidad, incluso si es una imitación y una sombra de lo que normalmente se entiende por esa palabra, es extremadamente influyente con, y satisfactorio para el gran número de personas que lo reciben y comparten de buena gana. (p. 216)³⁷.

Los comunicadores saben como actuar o expresarse frente a la cámara o el micrófono. Su objetivo radica en estrechar el vínculo con su audiencia (Horton, D. & Wolt, R. 1956). Saben la manera de expresarse, en ocasiones a través de un lenguaje propio. Toma determinadas acciones frente a escena que su público acepta y no incomoda (Horton, D. & Wold, R. 1956, p. 219). Aquel personaje o persona creado frente a cámara o micrófono, tendrá un determinado comportamiento. Dentro de los estándares culturales establecidos, su accionar maravillará a sus espectadores y su dinámica está prevista de antemano. Quien realiza un personaje tonto o desafortunado es esperable, por su público, que en su accionar existan caídas o tropezones. El espectador a este punto deja de ser pasivo frente al medio, y genera un relacionamiento cara a cara con esa persona o personaje, (Horton, D. & Wold, R. 1956, p. 216).

³⁵ Término que acuñan los autores (1956)

³⁶ Horton y Wold (1959, p. 216) denominan *personae*, persona, a todas los personajes reales o ficticios que se encuentran en un medio de comunicación. En palabras de los autores (1959) estos personajes “existen para sus audiencias sólo en la relación parasocial. A falta de un nombre apropiado para estos artistas, los llamaremos *personae*.” (Horton, D. & Wold, R. 1959, p. 216)

³⁷ Traducción de Google

La audiencia tiene la potestad de elegir el programa o la *personae* con el cual se llevará a cabo la relación *para-social* (Horton, D. & Wold, R. 1956, p. 215). Esta selección se establece dentro de las ofertas del medio de comunicación, pero el espectador será incapaz de crear nuevas instancias. Según comentan los autores, existen formas en que el público puede hacer llegar una opinión a “...los intérpretes y técnicos que diseñan los programas, pero que quedan fuera de la propia interacción para-social” (Horton, D. & Wold, R. 1956, p. 215) pero en la generalidad el vínculo será inestable, donde solo prevalecerá la unidireccionalidad.

Desde esta perspectiva el desarrollo de un programa el televidente cumple el papel de responder, si así lo desea, a los estímulos propuestos por el conductor. Además, la audiencia cumple un papel, que estará determinado según el círculo personal y la cultura que se le inculcó (Horton, D. & Wold, R. 1956, p. 219). Estas bases se vuelven referentes para construir el programa y los personajes. Vuelven al guión y las acciones que ocurren allí son naturales para el espectador. En ocasiones las personas no toman como natural la propuesta planteada por el medio y deciden retirarse. Por consiguiente estos serán los espectadores que abandonarán el espacio de emisión, y su participación puede ser entendida como una sola vez. Por otra parte se considerará audiencia fiel a “...aquella que puede aceptar la táctica ofrecida; y las funciones del programa...”³⁸ (Horton, D. & Wold, R. 1956, p.219).

5.3.6 El lenguaje, nacimiento social

Todo medio social hará uso del lenguaje. Para referirse a las funciones que desarrolla el lenguaje dentro de una estructura social, debemos indagar en los inicios de la humanidad, más precisamente en el desarrollo del *sapiens*. El desembarco de “... nuevas maneras de pensar y comunicarse, hace entre 70.000 y 30.000 años, constituye la revolución cognitiva...” (Harari, Y. 2019, p. 35). Esta revolución nos hace diferentes como especie, lo trascendental radica en la idea de hablar de cosas inexistentes. Otras especies son incapaces de referirse a seres como

³⁸ Traducción de Google

los pokémon o mágico-religiosos; como expresa Yuval Harari “Hasta donde sabemos, solo los sapiens pueden hablar acerca de tipos enteros de entidades que nunca han visto, ni tocado ni oído” (2019, p. 37).

A lo largo de la historia se han planteado teorías que indagan sobre la aparición/evolución del lenguaje. Algunos apuntan a la flexibilidad del lenguaje y recuerdos transmisibles del hablante a su par, (Harari, Y. 2019, p. 36). Otra teoría se dirige al desarrollo del lenguaje “...como una variante del chismorreo” (Harari, Y. 2019, p. 36), es decir, los homosapiens se comunicaban para brindar información a sus pares sobre otros homosapiens. Aquí el tráfico de información entre pares repercutirá en los vínculos sociales de esa comunidad primitiva (Harari, Y. 2019, p. 36). Esta práctica se mantiene hasta hoy, en un grupo de personas que dedican un tiempo a hablar, mucha de la información que trasciende es *chismorreo*.

5.3.7 La voz, nocturnidad y radio

La voz, es concebida como un mecanismo de existencia y elemento de sentido. La noción, sonora de la voz, comienza desde temprana edad del feto, donde la transmisión de «...la voz materna no tiene sentido por el sentido, por lo que dice, sino por sus propiedades musicales, de transmisión de intensidades afectivas, en situaciones normales eso es vivido, por el feto con alegría con excitación...» (Galli, G. [ver Anexo 2] 2021) en referencia al pensamiento de Peter Sloterdijk; estas escuchas desde un canal no aéreo generarán experiencias y aprendizaje que serán importantes para la conformación de la subjetividad posterior (Galli, G. 2021).

El niño recién nacido, le tomará cierto tiempo adquirir las facultades del lenguaje, durante ese período su tutor será su interlocutor, hasta desarrollar las capacidades completas del habla donde comenzará su existencia individual plena. Al crecer y desenvolverse como sujeto en el espacio físico, adquirirá sus voces internas que llevarán al remordimiento de hechos del pasado, preocupaciones futuras o cuestionamientos del presente; los cuales se incrementarán al avanzar su edad (Galli, G. 2021). Estas charlas íntimas del sujeto con el sujeto mismo, se vuelven propicias en horas de la noche, donde la intensidad diurna disminuye, la mayoría de las personas duermen y el silencio nocturno reina.

Por ello, el papel que desempeña la radio en la madrugada es apaciguar el sentimiento de

soledad para generar una percepción de compañía, donde «...hay ahí un elemento paradójal que es constitutivo de la cultura de masas, y sobre todo o también del público radial, y es la idea de que cada uno tiene la sensación de que la radio le está hablando....» (Galli, G. [Ver Anexo 2] 2021). Los noctámbulos encienden el receptor para que otro le hable, a esto se debe agregar la asociación con otros medios, que permitirá al oyente ser escuchado y concluye en una sensación de cercanía que contraen las distancias.

Esta idea no implica que el oyente sea pasivo y adecue su oído solo por el sentido de compañía. Sino que estará dispuesto a escuchar los sonidos y voces de su interés. Aquí se abre el camino, desde el radio receptor hacia el fenómeno de lo imaginario, el cual plantea, a su escucha, un universo quimérico de posibilidades único y personal, que hace ver al que no ve, acompaña al que se encuentra solo. Como plantea Estefanía Larrea (2015):

...es capaz de dibujar auténticas escenas oníricas en la mente de sus oyentes, hacernos viajar a lugares nunca antes visitados y percibir rostros, alegrías, tristezas, paisajes y ...seres jamás conocidos. La radio es ilusión y un mundo de imágenes en alta definición, y todo ello, se resume en el esfuerzo por captar la atención del oyente, y conseguir que acceda a la seducción de quien le propone la escucha... (p. 89).

Los oyentes frente al medio buscan sensaciones³⁹. Las mismas se elaboran tras un proceso mental de varias instancias que inicia a través de la atención de un estímulo, en este caso la voz del locutor (Larrea, E. 2015, pp. 46-54). Para referirse a estas sensaciones que provocan la atención y un viaje mental al receptor radial, no se debe dejar pasar por alto el término *Acusmatica*⁴⁰. Acuñado al filósofo matemático griego, Pitágoras, quien impartía clases detrás de un telón, con el objetivo de evitar la distracción visual de los acusmáticos, discípulos, presentes (Alonso, E. 2013, p. 102). Estos se concentraban solo en los elementos sonoros. Si

³⁹ Se entiende al término desde la perspectiva de Morris (2001) citado por Larrea (2015) como “...la experiencia básica de la estimulación proveniente de los sentidos...” (citado por Larrea, 2015, p 50)

⁴⁰ Edith Alonso (2013) refiere al término desde la mirada de la música acusmática. Determina su origen de la palabra griega *akusma*, “...que quiere decir percepción auditiva, y se refiere a la música difundida por medio de altavoces y en la que sobre la escena no hay ningún instrumento” (Alonso, E. 2013, p. 102). El término es retomado por François Bayle que entiende a la música acusmática como generadora de «una “imagen-de-lo-sonoro” o “i-sonoro”» (Alonso, E. 2013, p 101)

bien la radio no tiene velo físico, se otorga a través del parlante, donde la vista pierde valor y el oído se potencia; que acrecienta "...la transformación de la realidad y que contribuye al procesamiento cognitivo de esa información, y que por tanto tendrán consecuencias en la tarea cognitiva de recuperación de la información." (Larrea, E. 2015, p. 99)

6.0 Problema de investigación

La radio se concibe como un medio versátil con su audiencia. En la vida cotidiana es utilizado, debido a su carencia visual, como generador de compañía mientras se realizan diversas tareas.

Durante gran parte del siglo XX e inicios del XXI, la radio ha adquirido diversas maneras de acompañar y permitir a los oyentes ser partícipes del medio. Por lo general la interacción oyente/radio es de corta duración y específica. Los conductores interactúan durante el programa y satisfacen la necesidad comunicativa de su audiencia. Una vez culminado este accionar el vínculo se corta. Pero durante la madrugada radial en vivo, la escasa audiencia propone un ritmo comunicacional diferente. Los reiterados mensajes y llamadas telefónicas durante el espacio semanal se vuelven cercanamente cotidianos.

Los oyentes noctámbulos construyen su personalidad en el medio. Cada madrugada hacen llegar sus mensajes con comentarios, preguntas, aportes o simplemente un saludo. Cada radioescucha optará por una vía de comunicación predilecta en la cual se destacarán.

Bajo la interacción recurrente y constante durante la madrugada en programas radiofónicos en vivo de Montevideo, se derivan las siguientes preguntas:

- ¿Qué caracteriza a los programas noctámbulos?
- ¿Cuál es el propósito de comunicación de los oyentes en programas de radio de la madrugada?
- ¿Cuál es el vínculo que se genera en la interacción?

7.0 Objetivo

7.1 Objetivos generales

Esta investigación tiene como objetivo comprender las características comunicacionales de la audiencia activa, que vuelven particulares a los programas de la madrugada radiofónica montevideana.

7.2 Objetivo específico

1. Identificar el lugar del programa dentro de la programación general.
2. Comprender la estructura semanal del programa.
3. Comprender el desarrollo de las diferentes vías de interacción.
4. Comprender el relacionamiento dentro del espacio radiofónico.
5. Exponer los temas que se desarrollan durante el programa.
6. Exponer la temática de los mensajes de la audiencia.

8.0 Metodología

El desarrollo de este trabajo de grado consistirá en un enfoque cualitativo de un estudio de caso. Esta metodología, desde la perspectiva de Robert Stake (1999) “...es el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes.” (p.11).

Se debe tener en cuenta que este diseño metodológico no es un estudio de muestra. El caso abordado puede ser un reflejo para otras situaciones, pero no bastará para comprender la situación específica de los casos que quedarán por fuera de la investigación. Ya que desde este punto de vista el investigador sólo abordará lo referente y singular de su caso (Stake, R. 1999, p. 17).

En cuanto a la elección de casos, bajo el pensamiento de Stake (1999, pp. 17-18), está determinada por su rentabilidad. Los objetivos que proponga el investigador deben ser reales y con un alto grado de cumplimiento. Un dato no menor es la motivación del investigador a realizar dicho estudio, el cual al finalizar la tarea incorpore un aprendizaje del mismo.

Roberto Hernández, Carlos Fernández y Pilar Baptista (2010, pp. 7-10) consideran que el enfoque cualitativo se basa en la cosecha de datos, sin fines estadísticos. Los cuales servirán para visualizar la descripción de un tema en concreto. Los datos son obtenidos en base a distintas técnicas en la que el investigador determinará una o varias para lograr el mejor resultado posible.

En esta investigación: los datos serán extraídos de la emisión de *El tren de la noche* de CX20 Radio Monte Carlo, formato de archivo audio. Se dejará de lado contenido no emitido durante el programa, como el espacio de interacción vía redes sociales- ya que se busca la interacción sonora y sincrónica del programa.

El período de análisis será comprendido en dos semanas. Entre el 10 de diciembre del 2019 al 14 de diciembre del 2019, mientras que la segunda partirá del 17 de diciembre del 2019 al 21 de diciembre del 2019. Se toma este periodo de análisis por dos razones. En primer lugar, en este segmento del año las personas están más propensas a la comunicación. Llenas de dedicatorias, buenos deseos y balance del año, como también los clásicos saludos festivos.

En segundo lugar, estos programas son previos al receso de los conductores por su participación en el concurso oficial de carnaval⁴¹. Horacio Rubino y Paul Fernández son miembros de los parodistas *Momosapiens*. Previo al desfile y concurso oficial 2020, Horacio Rubino se ausenta, algunas madrugadas, del *El Tren de la noche*, para dedicarse a escribir el guión de las parodias. Es Paul Fernández, junto a invitados, quien lleva las riendas del programa en parte de esta instancia.

Se pretende realizar un análisis de la estructura general semanal del programa. Para determinar los temas disparadores de la comunicación y participación de la audiencia por las diferentes vías de comunicación. No pretendemos abordar el contexto fuera del espacio de participación, Por ello no se hará hincapié en opiniones de los oyentes fuera del programa.

⁴¹ Además la emisora CX20 a fines de enero transmite el Concurso oficial de carnaval, el cual se extiende en gran parte en el horario habitual del programa.

Las vivencias, sentimientos y cercanía, del radioescucha, estarán implícitas en su interacción al aire.

Para enriquecer la investigación se realizarán tablas de cada uno de los programas a analizar, segmentados en seis bloques, que describirán: temática del programa, motivo del mensaje, medio al cual refiere, género del participante, si el mensaje refiere o no a la temática y su repercusión en estudio; además se agregaron dos columnas para los mensajes telefónicos y whatsapp audios que describirán el tono de voz del oyente y sus minutos de participación.

Las entrevistas son un método característico de los estudios cualitativos. A través de preguntas planteadas por el entrevistador, se pretende obtener datos relevantes sobre opiniones, vivencias, pensamientos; del entrevistado (Hernández, R. Fernández, C. & Baptista. P. 2010, pp. 423-424). Dentro de los estilos de entrevista, para esta investigación, se optó por el formato semiestructurado. Es decir se contará con una serie de preguntas a formular pero a medida que la entrevista se desarrolla el entrevistador puede añadir preguntas, en palabras de Hernández, Fernández y Baptista (2010) "... el moderador tiene libertad para incorporar nuevos que surjan durante la sesión, e incluso alterar parte del orden en que se tratan los tópicos..." (p. 428).

Los entrevistados serán Horacio Rubino en su rol de productor y conductor del programa y Paul Fernández como conductor. El objetivo es conocer de primera mano datos y vivencias sobre la conducción y formulación del programa en cuestión.

En segundo lugar, se entrevistará a Franco Benvenuto en su rol de Gerente de Programación de Radio *Monte Carlo*. Esta entrevista tiene como fin determinar características del programa y su espacio dentro de la emisora.

Por otra parte se realizará una entrevista a Gabriel Galli en su rol de Profesor Adjunto, adscrito al Departamento de Ciencias Humanas y Sociales del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación, para comprender las características psicológicas de los radioescuchas nocturnos y la importancia de la voz.

Cabe destacar que para una mayor extracción de datos, serán desgravados, transcritos y anexados. Se utilizarán dichos principios para el desarrollo de esta investigación. Con el objetivo de codificar los datos, y obtener conceptos y significados que permitan el desempeño óptimo del análisis.

Capítulo 2: “Bueno que arranca hee”⁴²

“...necesita mantenerse despierto para la jornada laboral y para que en tu casa también estés activo. Porque si estás despierto con insomnio ¿vas a poner algún programa para dormirte? Claro, pones un programa para que te entretenga, te haga reír, y si no encuentras escuchas el tren” (Fernández, P. 2019, [fragmento de 00:00 a 00:30])

9.0 El tren de la noche dentro de la programación

CX20 Radio *Monte Carlo*, se encuentra en el dial capitalino desde el 24 de diciembre de 1924. Según el estudio de *El Buró de radios del Uruguay* a través de la consultora Mediciones y Mercados (2019) se destaca como una de las Radio AM de mayor audiencia⁴³.

La emisora, cuenta con programas de una basta trayectoria al aire, como “*Monte Carlo a sus órdenes*, informativo cada media hora, *Aquí está su disco*, *El tren de la noche*, *Tangos a media luz*, (...) *Tempranísimo*, son ciclos históricos de la radio (...) que han estado siempre y continuarán mientras por lo menos nuestras, la radio decida que así sea.”, según expresa Franco Benvenuto, Gerente de programación de Radio *Monte Carlo* (2020) [ver anexo 1]. En donde se incluye música, noticias y entretenimiento.

Desde la perspectiva de López la programación de Radio *Monte Carlo* está comprendida dentro de “La programación total” (1997, p. 471) que cumple ampliamente con las particularidades descritas.⁴⁴ Cabe mencionar, desde la mirada del autor este modelo está

⁴² Paul Fernández, *El tren de la noche* (2019) en referencia al inicio de la canción *Gelatina* (2001) de *Nietos del futuro*. <https://www.youtube.com/watch?v=QOg-MLgL0Dk>

⁴³ Según *El Buró de radios del Uruguay* (2019), a través de su estudio cuantitativo socio-demográfico, realizado entre el 15 de julio al 8 de septiembre del 2019. Establece que Radio *Monte Carlo* ocupa el primer lugar dentro de las emisoras AM más escuchadas. Dentro del promedio de lunes a domingos de 00.00 a 24.00 hs CX20 promedia 1.60 puntos de rating. Le sigue Radio *Sarandí* con 1.02 puntos de rating en el mismo periodo de tiempo. Datos extraídos del Cuadro 3.

⁴⁴ Ver: marco teórico apartado *Programación*

firmemente relacionado con las emisoras AM en Sudamérica y Europa (1997, p. 470) . A su vez comparte franjas horarias notoriamente marcadas con el contenido emitido⁴⁵.

La característica de la franja horaria de la madrugada, expresada por López (1997), coincide con varias de las singularidades de *El tren de la noche*. Es de destacar que el autor (1997, p. 471) establece el horario de la madrugada entre la medianoche y las cuatro de la mañana [00:00 a 04:00 hs], donde *El tren* cubre una gran porción de ese horario [00:00 a 03:00 hs].

Los programas noctámbulos, en la generalidad, utilizan un lenguaje coloquial según la visión del autor (1997); pero coloquial no significa vulgar. Como menciona Benvenuto [ver anexo 1] “...un programa popular, y de buen gusto, no se dicen malas palabras, no se juega con el doble sentido...” (2020). Además cuenta con una variada participación de la audiencia, (López, I. 1997) lo que genera un ida y vuelta entre los oyentes y los conductores. En el caso de *El tren de la noche*, gran parte de su instancia al aire, es dedicada a la lectura de mensajes, a la puesta al aire de mensajes de voz, e incluso se habilita el espacio para las llamadas telefónicas.

Si bien la comunicación es variada, se establecen algunas reglas generales en cuanto a la interacción oyente/radio, en el programa. No se aceptan comentarios de índole religioso y/o políticos, como dice Paul Fernández en el programa del 12 de diciembre del 2019:

Este tren si hay algo que tiene es comunicación. Y queremos que todos suban a este tren, todos son bienvenidos, todos tienen su lugar, su espacio, son escuchados, en este Tren de la noche, lo único que no nos metemos nosotros es ni política ni religión, después hablamos de todo. Ojo, hablamos de todo con el respeto que corresponde ¿no? (Fernández, P. 2019 dic. 12 [fragmento de 00:30 a 01:30 am])

Estas pautas se llevan a cabo para evitar posibles conflictos ideológicos entre los participantes, y que el programa fluya sin altercados ya que el objetivo es entretener, o como dice Benvenuto [ver Anexo 1] “...el propósito del programa, que es acompañar y levantar el ánimo y cambiarle el humor a la gente que está sola”. (2020).

⁴⁵ A modo de ejemplo, desde la perspectiva de López (1997) la franja horaria del *Amanecer*, dedicada a programas de índole rural y/o noticieros, la emisora pone al aire a las 5.30 am *Campo al día*, revista rural; 6.30 am comienza el Noticiero *Diario oral Monte Carlo*.

10.0 Pasajeros a escuchar: introducción al nuevo día

Cuando pasan poco minutos de las 00 horas, el pitido del Tren se hace presente en la transmisión de Radio *Monte Carlo*. Se da comienzo a un nuevo día y a otro programa de *El tren de la noche*. La artística, tiene una duración aproximada de tres minutos. No es común un *opening* tan extenso en la radiodifusión actual [2019/2020] montevideana. La conformación de la artística introductoria sugiere tres partes, entre voz en off, canciones y/o melodías. En primer lugar la voz en off del locutor Robert Rocha⁴⁶ presenta al programa y a sus conductores.

Consiguientemente comienzan a sonar las estrofas, se presenta un coro murguista, que le proporciona al programa una identidad uruguaya y refiere a la actividad de sus conductores, ambos provenientes de las filas del carnaval. En la canción se entremezclan palabras antónimas, en plural y referencia a distintos elementos que conforman un ambiente de ferrocarril.

Si bien no está claro el origen de la canción respecto a sus compositores, se da una noción de dos versiones. La más antigua se emitió en *El tren de la noche* de Gustavo de los Santos con una tonalidad melódica. La versión murguista fue introducida en *El tren de la noche* de Andrea Cruz y Mariano Pagliari. En palabras de un oyente, en el programa de 4 de septiembre del 2021 “Si mal no recuerdo, y no me falla la memoria, la música del tren no fue grabada en murga primeramente, fue grabada en un tono más melódico (...) la versión murguera estoy seguro y lo afirmo, que fue cuando vino Pagliari al tren, por eso podría estar El Alemán [Gerardo Dorado, músico y cantautor uruguayo, en referencia a una de las voces]” (Rubino, H. 2019 sep. 2021 [fragmento de 02:00 a 02:30 am]).

Súbase con nosotros, para recorrer

El mejor de los caminos rumbo al amanecer

Descubra que la noche tiene mucho que ofrecer

⁴⁶ Voz de *Radio Monte Carlo*. Fue gerente de programación de dicha emisora del 2007-2013. Además puso voz a varios programas y anuncios institucionales de la emisora. En la actualidad es conductor de *Monte Carlo a sus ordenes*.

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

si comparte con amigos un buen viaje en nuestro tren.

El tren de la noche que viene y va

Trayendo canciones llevando amistad

Abriendo un túnel a la oscuridad

Para llegar más pronto a la aurora que vendrá

Laraaira laira laira x2

Abriendo un túnel a la oscuridad

Para llegar más pronto con su carga de amistad⁴⁷

Tiene por objetivo invitar al público a escuchar el programa. Se promete una instancia de mucho más que compañía, utiliza palabras que tienen mayor peso como las derivadas del vocablo *amistad*. El término *amigos*, en referencia la perspectiva de Horton y Wolt (1959) incita a la audiencia a relacionar el programa como una intimidad, un amigo íntimo de las madrugadas que está allí para acompañar y sobre todo escuchar.

Por otro lado se presenta como una reducción de tiempo ficticio, cuando una persona pasa un rato ameno con sus amigos, tiene la sensación de aceleración del tiempo, o como popularmente se dice *la hora se pasó volando*. Por último, la introducción utiliza una canción *En el tren* de la década del 60 perteneciente a la película argentina *El club del Clan*.

Horacio Rubino, da la bienvenida, sitúa al espectador en tiempo y espacio, menciona los minutos que pasan de la medianoche, el día de emisión, la emisora y el número del programa “Para los que les gusta tener un número para jugar, en esta nueva época de *El tren de la noche*, que comenzamos allá por 2017, estamos en el programa número 470...” (Rubino, H. 2019 dic 18, [fragmento de 00:00 a 00:30]). Saluda a su compañero Paul Fernández y al

⁴⁷ La nueva versión artística introductoria del programa se atribuye a Gerardo Dorado, Federico Marinari y Hugo Ibargoyen, (2020).

operador de turno, hace un leve comentario sobre la noticia más trascendente del día, anécdotas propias de los conductores o el tema desencadenante para la interacción.

No es casual, que Rubino dé la bienvenida al programa y a cada inicio de bloque. Esta particularidad se da por su tono y ritmo de voz. Según su compañero Fernández [ver anexo 3] Rubino posee un tono medio que cae simpático al oído, en el cual Fernández puede “...imprimir la velocidad o el empuje” (2021), es decir un tono más alto y un ritmo más rápido⁴⁸, que da dinamismo al programa [ver apartado *Detrás del micrófono*].

11.0 Estructura y segmentos del programa

El Tren de la Noche se caracteriza por ser un programa de ritmo vespertino, se busca entretener y llevar una alegría a los oyentes. Aquí no se pierde la esencia diurna, no se baja el volumen por la nocturnidad; en palabras de Rubino [ver Anexo 3] “...no es un programa con velocidad lenta de la madrugada sino que es un programa que te tiene como la velocidad del resto del día.” (2021)

En cuanto a su estructura semanal, se transmite de martes a sábados, en el horario de 00.00 a 03.00 am. Los bloques cuentan con una duración aproximada de 20 minutos. Son intercalados por música, pausa publicitaria y flash informativos. Dentro de la emisión semanal se presentan segmentos de diversa índole.

Al inicio de la madrugada del segundo día hábil de la semana, se desarrolla la sección *En Tren de guerra*. Aquí se tratan distintos conflictos bélicos luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial. El abordaje corresponderá a un acontecimiento por semana y en varios bloques.

Este espacio está a cargo del periodista Alejandro Obaldía quien analiza los diferentes sucesos históricos sin tomar una postura ideológica. No se plantea la idea de una clase de historia tradicional, su enfoque está relacionado con un planteamiento esquemático, en palabras del

⁴⁸ Con estas afirmaciones Fernández (2021) no quiere decir que él no tenga tono o ritmo de entrada al bloque, simplemente considera que estéticamente queda mejor la voz de Rubino. [ver Anexo 3]

propio Obaldía “...nosotros marcamos fechas y hechos para entender un poquito como ha sido la situación...”(Rubino,H. 2019 dic 17, [fragmento de 01:00 a 01:30 am]). Para ejemplificar el tratamiento del conflicto, tomaremos un fragmento del programa del 10 de diciembre del 2019, en palabras de Obaldía⁴⁹:

Bueno hoy vamos a abordar un conflicto que todo el mundo conoce que todos hemos palpitado de alguna forma y qué bueno que tuvo un momento importantísimo sobre todo el Latino América pero... Estamos hablando de la Revolución Cubana. Este que es uno un conflicto este, bueno que ya todos sabemos terminó con Fidel Castro al mando de la Isla en Cuba, ahora bien, para tratar de entender como decimos siempre, lo que fue la Revolución Cubana, Cuba vivió varias revoluciones, pero esta quizá sea la última, que dió Fidel Castro junto al Che Guevara. (Rubino. H. 2019 dic. 10, [fragmento de 00:30 a 01:30])

Si bien este espacio no es acorde al formato planteado por el programa, con características humorísticas. Habilita a la curiosidad de las personas y a la búsqueda de información referente o como expresa Fernández, «...hoy en día con un celular, están al alcance de la información, ¿por qué no?, vos le picaste el bichito, el tipo miró algo, le quedó ahí perdido ese veneno, y en la casa libre, el día libre dijo “voy a ver lo que me decía Alejandro”...» (Fernández, P. 2019 dic. 17, [fragmento de 01:00 a 01:30 am])

Las madrugadas del miércoles se caracterizan por el espacio *Brindemos*. Se invita a la audiencia a la participación a través de las diferentes vías de comunicación, con la peculiaridad de permitir la interacción a través de la vía telefónica. Con el objetivo de otorgarle un espacio a la participación positiva, los radioescuchas cuentan *¿Por qué le gustaría brindar?*. Generalmente este espacio se desarrolla durante el bloque 3 y 4 para las llamadas telefónicas, que se intercalan con mensajes de textos y audios de Whatsapp. Un ejemplo de este espacio de interacción, que se desarrolló durante el programa del 11 de diciembre del 2019, a través de un mensaje de texto vía Whatsapp, en voz de Fernández [oyente Pamela⁵⁰]:

Hola, buenas madrugadas, excelente miércoles para todos, hoy noche de brindis. Quisiera brindar por todos los escolares y preescolares que están llegando a la meta final. Ya han dado todo su esfuerzo, han aprendido todo lo que le enseñaron, han

⁴⁹ Ver Anexo 4: Programa del 10 de diciembre del 2019.

⁵⁰ El nombre fué modificado para mantener el anonimato del oyente.

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

hecho todas las tareas. Bueno llegó el momento de disfrutar con sus compañeros docentes de esos maravillosos patios que encierran divertidos momentos juntos. Llegaron esos días de ir al colegio sin estrés, sin tener que pasar al pizarrón, llegaron esos días de compartir, reír, disfrutar, más social que lo educativos. Días maravillosos donde brilla el sol, y tratamos de dejar a los compañeros lo más que podamos para no extrañarlos, por lo menos hasta el nuevo comienzo, salud por todos estos días mágicos. (Fernández, P. 2019 dic 11, [fragmento de 01:00 a 01:30 am])

Otro espacio, en el transcurso de la madrugada, es el segmento publicitario. A diferencia de las publicidades convencionales, se destina un segmento en vivo para una agencia de viajes. La voz de la promotora es la encargada de contar las últimas novedades en cuanto a turismo y experiencia vividas en su último paseo. Esta sección se repetirá en la madrugada del viernes.

El día jueves, música en vivo en estudio. Junto a los conductores, se presenta *La hoja en la rama*. Un grupo de jóvenes músicos denominados como “... una banda de rock and roll con variantes en el pop, blues, el punk y pequeñas tendencias al f...”⁵¹(s/d, 2021). Durante su participación en *El tren de la noche*, satisfacen el pedido musical de los oyentes, a través de covers musicales en vivo. Por su desempeño se ganaron el apodo de *Los pibes rocola*, mencionada en varias ocasiones tanto por Fernández como por la audiencia. En el programa del 19 de diciembre del 2019, en voz de Rubino [oyente El Zorzal de Manga⁵²] a través de mensaje de texto convencional:

- Rubino: *A ver Hoja, en honor a Frusciante.*
- Fernández: ¿quién?
- Rubino: Frusciante, debe ser el corrector
- Fernández: Un espumante
- Rubino: ... *un tema de Red Hot Chili Peppers*, debe ser, dice El Zorzal de Manga⁵³ que también pone la cédula de identidad. (Rubino, H. 2019 dic 19, [fragmento de 01:30 a 02:00 am])

⁵¹ Extrahido desde fanspage de Facebook: <https://www.facebook.com/lahojaenlarama>

⁵² Se modificó el nombre del oyente para mantener su anonimato

⁵³Se modificó el nombre del oyente para mantener su anonimato

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

Los días viernes, está dedicado a películas en el espacio *Estación espectáculos*. La sección está a cargo de Adriano Gallo⁵⁴ quien desarrolla la cartelera comercial de estrenos de cine, y noticias pintorescas relacionadas al séptimo arte. Este espacio cuenta con varios comentarios y opiniones, que incitan a la participación, durante y posteriormente al espacio. En el programa del viernes 13 de diciembre del 2019, se disparan las anécdotas y comentarios, entre Gallo y los conductores, de cine de terror y sus géneros, dispuesta para la ocasión.

- Rubino: Las películas de zombies no me gustan mucho, las de monstruos, bien dijo Adriano.
- Gallo: ¿las de extraterrestres?
- Rubino: las de extraterrestres, de terror, tipo *Alien el octavo pasajero*. Esa es muy buena, la primera.
- Gallo: o la de *Paranormal* la de sucesos paranormales. A mí esa me embola un poco. Bo *Actividad Paranormal*, una hora y media para ver cuando se cierra la puerta en un momento de golpe, te lo regalo, pero ¿por qué? porque son baratas.
- Rubino: La del cine cámara en mano tipo *la bruja de Blair Witch*, esa fue la primera
- Gallo: La película Uruguaya *La casa muda*.
- Rubino: *La casa muda*, que se hizo una versión Americana.
- Fernández: En una toma sola. (Rubino, H. 2019 dic 13, [fragmento de 01:30 a 02:00 am])

Para cerrar la semana, como sucede en la madrugada de los días miércoles, se abren los teléfonos y se introduce el espacio *Brindemos*. Al acercarse el fin de semana los radioescuchas hacen el balance de la semana y *brindan* por cosas buenas sucedidas en esa semana. En palabras de Fernández del programa del 21 de diciembre del 2019 «...quiero buena energía, buena vibra, “¿cómo vamos?” vamos a brindar por lo bueno por lo que nos pasó en la semana. Hay brindis.» (Fernández, P. 2019 dic 21, [fragmento de 01:00 a 01:30 am]) Además de estos espacios segmentados, el programa cuenta con otras propuestas que inciden en los envíos de los oyentes, los cuales hablaremos más adelante.[ver apartado Capítulo 3]

⁵⁴ Adriano Gallo es miembro de los Parodistas *Momosapiens*. Tiene su columna de cine desde el año 2018 en *El tren de la noche*.

12.0 Detrás del micrófono

La dupla nocturna de *El tren de la noche* se compone de voces masculinas. Como se ha mencionado a lo largo de este trabajo académico «Hoy lo conducen Horacio Rubino y Paul Fernández, que son dos humoristas, personas que vienen del carnaval y del teatro» expresó Benvenuto [Ver anexo 1] (2020). La profesión de los locutores coincide ampliamente con el *carisma* descrito por López (1997) en referencia a los conductores de programas radio-revista:

...duende, chispa, jale, magnetismo, salero, gancho, *swing*, pilas, pegada, espuma, mil sinónimos para expresar la principal cualidad que se espera de un presentador o presentadora de revista: la capacidad de conectarse con el oyente, de cautivarlo (p. 400)

Esta cualidad *dicharachera* proviene, tal como menciona Benvenuto, del ámbito del espectáculo, más aún del carnaval, donde se busca hacer reír a los espectadores. Provoca en el oyente un sentido de simpatía con el emisor. Otro cuestionamiento que trae López radica en la cantidad de voces frente al micrófono. “...mejor solo que mal acompañado. Y es que si la pareja no está bien acoplada, si no juega en igualdad de condiciones, el resultado será contraproducente.” (López, I. 1997, p. 401). En *El tren de la noche*, el dúo de conductores se amolda ante el micrófono. En palabras de Fernández [ver anexo 3]:

... el programa *El tren de la noche*, que nosotros, y nosotros comulgamos totalmente con Horacio, es que no lo puede hacer uno solo, no lo puede hacer un solo y te voy a decir porque, lo podemos llevar tranquilamente cualquiera de los dos, tranquilo y solos, pero no es la misma dinámica, no es la misma dinámica que cuando estamos los dos o cuando hay dos personas, porque uno le aporta humor a lo que el otro está leyendo seriamente.

El dinamismo del programa, las voces que bajo su peculiaridad se acomodan frente al micrófono, conlleva años de trabajo y conocimiento uno del otro, en palabras de Fernández, programa 17 de diciembre del 2019 «...son tantos años juntos, tantos años juntos que ya llega un momento que estamos tan sincronizados que hasta pensamos muchas veces en encarar los mismos temas, “¿vos sabes que yo venía pensando hablar de eso?”, “si yo también”, y al aire se dan las cosas» (Fernández, P. 2019 dic 17, [fragmento de 01:00 a 01:30 am]). Ambos comunicadores han participado en diversos proyectos juntos a lo largo de sus carreras profesionales.

Para comprender la dupla es necesario entender el individualismo de los personajes detrás del micrófono:

12.1 Horacio Rubino

Vinculado desde hace varias décadas al mundo del espectáculo y medios de comunicación. Ha escrito para varios programas del medio local y del exterior. Su paso por *El tren de la noche* consta de dos períodos. En primer lugar una breve participación cercano al año 2007, junto a Luis Alberto Carballo, la segunda en la actualidad del 2017 hasta la fecha.

En esta nueva entrega del programa, cumple el rol de productor y conductor. Dentro del espacio se constituye como un locutor que respeta lo establecido por el guión. Sus palabras, dentro del programa, están relacionadas con lectura de relatos fantasiosos, recuerdo de épocas pasadas y chistes generados por el tema en desarrollo.

12.2 Paul Fernández

Es actor, conductor y humorista. Su carrera radial comenzó a mediados de la década de los 90, en una emisora de Ciudad de la Costa. Desde ese entonces se abocó íntegramente a lo artístico. Trabajó en cine, televisión, teatro y desde el año 2003 ingresó en el carnaval (Peralta, 2014).

Al inicio de su carrera radial condujo el programa *FM Maníacos* el cual se emite de 0 a 6 am⁵⁵. *El tren de la noche*, se vuelve en otra experiencia radial en la madrugada. Como conductor no abandona su impronta humorística, a través del remate sobre algún tema o interpreta la voces de varios personajes del medio. Estas voces son utilizadas para dirigirse a un tema específico o mediante la solicitud de los oyentes. También se presta, durante la emisión, a contar anécdotas y recuerdos de su infancia.

⁵⁵ Según palabras de Fernandez a el periodico *La República*, en entrevista con M. Peralta (2014)

13.0 Los operadores.

Los operadores de radio son las personas detrás del vidrio. Los encargados de situar la puesta al aire mediante la creatividad, manejo de perillas y computadoras. Figuras casi imperceptibles para el oyente, que cobran escasa relevancia en el saludo cordial o referencia del conductor en cada inicio o cierre de programa. *El tren de la noche* se hace eco de ello pero agrega un plus al saludo al aire. Los funcionarios de las perillas, son encomendados con una especie de juego de palabras contiguo a un apodo referido a su nombre u oficio. En el programa del 21 de diciembre del 2019, en voz de Paul Fernández:

Del otro lado, en este momento, Ángel, Juan Olivera lo va a suplantar, el operador con nombre de puntero derecho. Ángel que sería el operador guardián. El ángel guardián de todos. Y tenemos varios de esos. Tenemos al sincero que es Franco, el operador sincero que es Franco. Y después Martín Gomendio, que es el mejor operador del medio ¿no?. Ya tenemos, y Ruffini que es el Miyagi de las perillas. Todos tienen algún apodo. (Fernández, P. 2019 dic 21, [fragmento de 00:00 a 00:30 am])

Este juego de palabras funciona como base humorística; permite un identificador directo y un acercamiento de las personas distantes en cuanto al estudio radial. Además experimenta un paralelismo de los alejados, tal como sucede con los sobrenombres de diversos oyentes activos, que hablaremos más adelante⁵⁶.

La figura de los operadores no descansa sólo en su identificación. En ocasiones, la voz o gesto trasciende el vidrio y llega al micrófono. Su peculiar participación radica en devolver el saludo, pequeños aportes incluso evacuar dudas de los conductores. En el programa del 10 de diciembre del 2019 tras un cuestionamiento sobre el mal funcionamiento de la radioreceptor de Rubino⁵⁷, el operador de turno Guillermo Ruffini busca una solución, al aire, explica el ¿por qué? de lo sucedido. Fragmento del diálogo entre Rubino, Fernández y Ruffini, 10 de diciembre del 2019:

- Rubino: Antes la radio AM me andaba bárbaro. Escuchaba antes de irme a acostar, escucho.

⁵⁶ Ver Capítulo 3 apartado *Se abre el telón, facetas y sobrenombres*

⁵⁷ El aparato receptor del conductor hacía ruido cuando intentaba captar una señal de onda AM.

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

- Ruffini: Escucho, en términos generales tenemos mucha tecnología, mucha fuente electrónica no como la de antes viste.
- Fernández: entonces te pones en un búnker
- Ruffini: Si vos te pones a escuchar radio con este celular prendido, es obvio que él...
- Fernández: va a hacer interferencia
- Rubino: ha buena nota
- Ruffini: no te olvides que AM está propensa a agarrar cualquier tipo de ruido.
(Rubino, H. 2019 dic 10 [fragmento de 00:00 a 00:30 am])

Estas fugaces intervenciones, radican en amplio modo en comprender aspectos operativos del funcionamiento radial, tanto desde los receptores como aspectos sonoros, los cuales provocan la curiosidad de los oyentes y eventual participación.

14.0 Las visitas

Entendemos por visitas a los invitados que se presentan ante el micrófono, ajenos y fugaces en el espacio de emisión. En la estructura del programa se estipulan dos invitados por semana, preferentemente estos espacios son dedicados los días jueves y sábados. Las personas citadas provienen del ámbito cultural, destacándose figuras de la música, carnaval y teatro.

El espacio inicia con una breve descripción del invitado, donde se manifiesta su carrera artística más que la personal. Se utiliza un formato de charla más que de entrevista. Los invitados, además de hablar sobre diversos temas, presentan sus nuevos trabajos o próximos emprendimientos. Esta sección se extiende desde el segundo bloque y varía su finalización entre el cuarto bloque y el penúltimo tramo. En la generalidad no se da un ida y vuelta entre oyentes y visitantes, sólo algunos mensajes que saludan cordialmente al invitado o explaya alguna anécdota para con el invitado. Como sucede en el programa del 19 de diciembre del 2019, que tiene como invitado al humorista Michell De León, tras un mensaje de Whatsapp, en voz de Fernández [oyente Pan de Salinas⁵⁸]:

⁵⁸ Nombre del oyente modificado para mantener su anonimato

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

- Fernández [texto de Pan de Salinas]: *Michell De Leon, el mejor Tren de la noche que escuché fue el que estuvo él haciendo personajes, como nos divertíamos, con el arabe, que adivinaba las clasificación de Uruguay en el Mundial 2010. Y en Holanda se reía, y no quería decir que perdimos, y perdimos, un capo, el tipo.*
- De León: ¿pero cómo se pueden acordar? una maravilla
- Fernández: la gente se acuerda
- De León: Adbul Rajul se llamaba, un chanta, era el personaje, un arabe y el tema era para que saliera todo, la gente tenía que decir *abarajame la bañera*. Entonces toda la gente empezaba *abarajame la bañera nena*, y ahí ponía el tema, después la gente te pedía deseos, tres deseos, un robo era pero a la gente le encantaba.
- Fernández: *...En cada media hora metía un personaje un abrazo...*
- De León: un abrazo grande
- Fernández: *se recuerda con cariño*, dice el Pan de Salinas.
- De León: grande Pan (Fernández, P. 2019 dic 19, [fragmento de 02:00 a 02:30 am])

Existe otro tipo de invitados que se desarrollan en el plano de la particularidad. Estos visitantes, por lo general, son allegados a los conductores, familiares o colegas del carnaval. A diferencia de lo anteriormente desarrollado, estas personas se dedican a la co-conducción del programa, colaboran con lectura de mensajes o charlas con la audiencia a través del teléfono.

Estos conductores pasajeros se hacen presente cuando uno de los conductores oficiales se ausenta, en palabras de Fernández [ver Anexo 3] “... muchas veces yo tengo una fiesta y puedo llegar tarde, Rubino tenía que entregar libretos, venía [en referencia a los conductores suplentes] como para decir -Bo escuchá te hago el dos te leo los mensajes- y nosotros llevamos otra dinámica.”(2021) En la generalidad, en base al período de programas para esta investigación, estas personas se hacen presente junto a Fernández, quien los presenta como «No vine solo, tampoco vino Adriano hoy, se lo voy a contar a la audiencia porque dice “haa vino Adriano, otra vez Adriano”, hoy me acompaña Maximiliano Zambulla» (Fernández, P. 2019 dic 21, [fragmento de 00:00 a 00:30 am]).

15.0 La música

Mediante su composición, la música, nuclea a otros elementos del sonido que vuelve a este un elemento integrador. Las melodías están presentes tanto en los espacios dedicados a la emisión musical como a la artística del programa. Desde la introducción, las cortinas musicales, apertura de los segmentos semanales y cierre.

En *El tren de la noche*, coexiste una heterogeneidad musical, desde fragmentos hasta temas emitidos en su totalidad. La artística del programa, en especial las introducciones de segmentos, se compone de varios fragmentos, alusivos al tema, acompañado de voz en off y efectos de sonido. Para ejemplificar, en el espacio *Brindemos*, se expone un collage musical de tres canciones, icónicas de Latinoamérica, que albergan en sus letras conjugaciones del verbo *brindar*.

Los segmentos enteramente musicales radican en cada inicio y fin del espacio publicitario. Los temas seleccionados se emiten en su totalidad, no obstante pueden ser fragmentados debido a eventualidades relacionadas con el factor tiempo [desde la emisora propone flashes informativos cada treinta minutos, los cuales deben cumplirse en hora en punto]. Por tanto el tiempo al aire dependerá íntegramente de la canción seleccionada para emitir. En cálculo rápido el promedio por tema es de 4 minutos aproximadamente.

Los géneros más utilizados son el rock y el pop, tanto en español como en habla inglesa. La elección se atribuye a un doble factor. Por un lado los temas que se adaptan al perfil de la emisora, donde el seleccionador musical es la producción. Por otro lado, la solicitud de los propios oyentes. Se percibe un equilibrio entre los factores determinantes, se busca dejar satisfecha a la audiencia heterogénea por ello se apuesta a una proporción entre la música en inglés y español menciona Rubino [ver Anexo 3] «... vos pones una canciones inglés y está el que te dice- ha pongan más canciones en español- y después le pones la canción en español, y al que le gusta en ingles te pide música en inglés, pero todos siguen escuchando, creemos que dosificamos bien las cosas, a nivel de los gustos de la audiencia» (2021)⁵⁹.

⁵⁹ Esta dosificación, a la cual se refiere el comunicador, es empleada también en el humor que caracteriza al programa.

Cabe destacar que bajo la ley N°19307 artículo N°61 se establece que los servicios de radiodifusión dentro del territorio nacional [Uruguay] deben, como mínimo, emitir el 30% de su contenido musical, con obras de autores, cantantes, intérpretes uruguayos.

16.0 Cierre del programa

Luego del espacio publicitario de 02.30 am, el tiempo apremia, el momento culmine del programa comienza. Los locutores rematan lo que han quedado en el tintero, lectura de los últimos mensajes y cierre de algún tema.

Debido a la esencia humorística que caracteriza al programa, el último palpitar se atribuye al segmento *Momento con humor*. Esta sección es un compilado de diversos humoristas hispanohablantes. Cada madrugada se expone la obra de un cómico diferente, destaca la participación de argentinos y españoles. El espacio es presentado por Horacio Rubino antes de la despedida para con su audiencia. Fragmento del programa del 13 de diciembre del 2019:

- Rubino: ¿Y sabes con qué nos vamos a ir?
- Fernández: Cálculo
- Rubino: Había un oyente que criticó una vez este humorista. Y no quieres sopa dos platos. Nos vamos con Gila [Miguel Gila humorista español]. A terminar el programa. Se agarra la cabeza Ruffini.
- Fernández: la cara de Ruffini
- Rubino: Nos vamos con Gila, porque si criticas algo acá, lo ponemos doble. Pero nos reencontramos mañana, cuando el reloj esté cerca de la medianoche.
- Fernandez: Chau hasta mañana, hasta que escuche el pitido del tren. (Rubino, H. 2019 dic 13, [fragmento de 02:30 a 03:00 am])

El punto final de la locución lo da Fernández: “Hasta que escuchen el pitido del tren” (Fernandez, P. 2019 dic 10 [fragmento de 02:30 a 03:00 am]) en la cual se produce el cierre definitivo del micrófono de estudio y da paso al compilado humorístico. Esta frase despedida del tren surge, en palabras de Fernández [ver Anexo 3] «... como Horacio cerraba- chau hasta mañana-, y a mi me quedó –hasta que escuchen el pitido del tren- que era cuando el tren salía

y quedó ahí, (...) me parece que los programas tienen que tener un cierre que sea característico del programa que te suene al oído, no es -chau hasta mañana- ».(2021)

Aunque el final del programa es generalmente siempre igual, pueden existir variantes. Las mismas ocurren en la conducción en solitario⁶⁰ de Fernández. Deja de lado el humor para adentrarse en la música *plena* uruguaya [desde ahora momento de plena]. Este espacio es aclamado por varios oyentes, los cuales en ocasiones, solicitan temas musicales antes y durante de este segmento. A diferencia del *Momento con humor*, donde los conductores se despiden y dan paso al compilado, aquí ocurre en viseversa, primero se da lugar a la música y luego el conductor se despide.

En *el momento de plena*, se intercalan fragmentos musicales con información de las bandas y comentarios. Para ejemplificar, fragmento del cierre del programa del 21 de diciembre del 2019, en voz de Fernández:

- Fernández: pura plena. Vos lo pedías. y tenemos plenas, plenas, plenas. Y voy a arrancar con esto, esto es un clásico, este era *Combo Camaguey* de su sello Macondo. Primer track lado A del disco de Vinilo. y sonaba así, mirá...

Fragmento de *La Campana*. de *Combo Camaguey*

- Fernández: Ahí está el tinglilitin, de *Combo Camaguey*, y también el interior también existe y esto. A ver si me explico *Sol negro, Mogambo... sonaba así mirá....*

Fragmento de *Sol negro* de *Mogambo*. (Fernández. P. 2019 dic 21, [fragmento de 02:30 a 03:00 am])

Ambos cierres heterogéneos llevaron [en próximas entregas] a una fragmentación de la audiencia. Un grupo de oyentes estaba a favor del *momento de plena* de Paul, mientras que otros manifestaban su simpatía al *momento de humor* de Rubino. En programas posteriores se intercalan dichos cierres⁶¹.

Indiferentemente al cierre, se atribuye un paralelismo con el carnaval. Los conjuntos carnavalescos al finalizar su espectáculo se despiden con una canción denominada como

⁶⁰ Al utilizar la palabra solitario nos referimos a la ausencia de Rubino.

⁶¹ Estos sucesos de puja de simpatía, por así llamarlo, están relacionados indirectamente con el favoritismo de los radioescuchas por uno u otro de los conductores, ya que según López (1997) "...frente a una pareja de iguales, él oyente sentirá preferencia de uno sobre el otro" (p.402). Esta relación es notoria en el caso de la elección de una propuesta de cierre u otra.

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

Bajada, la cual disminuye el sentimiento de desapego para el espectador. En el caso radial, es similar, con la despedida de los conductores, se deja una resaca de risas o buenos momentos, para el próximo reencuentro.

CAPÍTULO 3: LA FAMILIA DEL TREN

“Son la compañía de la noche, de noche ellos están, espera a que saluda fulano, mengano; y si no está sino aparece por días se preocupan y preguntan.” (Fernández, 2019 dic 17 ,[fragmento de 00:30 a 01:00 am])

17.0 Datos demográficos generales

En base a los resultados expuestos por *El Buró de radios del Uruguay*, mediante su estudio sociodemográfico sobre *Medición general de audiencia de radio* realizado del año 2019 podemos tomar lectura e interpretaciones de las tablas y gráficas que dispone para determinar algunas características del público noctámbulo.

En la transmisión de Radio *Monte Carlo* durante los intervalos de 00.00 a 00.59, 01.00 a 01.59 y 02.00 a 02.59⁶² horas, se determina que los oyentes son hombres, con *1.66 puntos*, tras una mínima ventaja respecto a las mujeres, *1.54 puntos*. La amplia mayoría de oyentes tiene más de 60 años, con *6.24 puntos*, seguido del rango 50 a 59 años de edad, *0.95 puntos*. En términos generales y en base a la franja horaria establecida, la mayoría de los radioescuchas se encuentran en sus casas durante la recepción, seguido por otros que escuchan en su horario laboral. Otro dato que aporta *El Buró de radios del Uruguay*, es el nivel socio-económico, el cual no abordaremos en esta investigación.

18.0 Los pasajeros del tren escuchan

En comparación entre los datos generales de *El Buró de radios del Uruguay* y los mensajes recibidos durante la puesta al aire de *El tren de la noche*, existen similitudes. Durante la interacción, independientemente de la vía de comunicación que utilicen, la mayoría de los

⁶² La elección de intervalos horarios se determina para comprender lo que sucede durante la emisión de *El tren de la noche*.

mensajes provienen de hombres. Del total acumulado del período de investigación, el 60.21 % corresponde a envíos realizados por participantes masculinos, seguido por un 29.92% de mujeres y el restante 9.85% no está identificado. Si bien la edad no se especifica durante la interacción, voz mediante, podemos determinar que corresponden a personas mayores de edad.

En cuanto a su actividad, un significativo número de radioescuchas se encuentran en sus hogares, este hecho se determina porque muchos oyentes expresan sus actividades en sus mensajes, para ejemplificar, el mensaje de una oyente del 11 de diciembre del 2019, a través de comentario de Facebook [en voz de Fernández] «Hola, los escucho siempre, hoy recién vengo de la despedida de la empresa y me enganché con el programa, saludos a todos» (Fernández, El tren de la noche, 2019 [fragmento de 01:30 a 02:00 am]).

Por otro lado es notorio el público que pernocta en su espacio de trabajo con la radio como compañía; como expresa Fernández en el programa del 21 de diciembre del 2019 «...trabajando, mirá, cuidando enfermos, en los hospitales; doctores y enfermeros, nos están escuchando, policía, bomberos, los que están en alta mar pescando, los que están haciendo Uber, los taxis, los ómnibus, realmente son la compañía de la noche...» (Fernández, El tren de la noche, 2019, [fragmento de 00:00 a 00:30 am]). Esta lista citada por el conductor es ampliada en forma de reclamo por oyentes, cuya profesión no fue tenida en cuenta, programa del 21 de diciembre del 2019, en voz del oyente Pedro⁶³:

Paul, se me cayó un idolo Paul, dejate de embromar, no podes ser asi, todito los días te bancamos los camioneros a muerte y te olvidas de nosotros; los omnibuseros, los del Uber, los taxis, hasta los pescadores de altamar y te olvidaste de nosotros, no podes, no podes, la verdad que se me cayó un ídolo, pero igual yo te banco, a vos y a Horacio, los banco y los seguimos escuchando, dale, un abrazo grande, acá estamos como siempre con unas carguitas de Nueva Palmira para todo el país, un abrazo. (Fernández, P. 2019 dic 21, [fragmento de 02:00 a 02:30])

Otros pasajeros que se suman *al tren* son radioescuchas que se encuentran fuera del país [Uruguay]. La mayoría son uruguayos que residen en Estados Unidos, España, Australia, Venezuela, Argentina y México. Cabe destacar una singularidad respecto a este último país, en palabras de Fernández, del programa correspondiente al 21 de diciembre del 2019:

⁶³ Se modificó el nombre del oyente para mantener su anonimato.

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

Desde México nos escuchan dos mexicanos, mexicanos que se enroscaron a escuchar el programa y ahora están todas las noches prendidos con nosotros, tienen una diferencia de dos horas para atrás, pero están prendidos con nosotros, con la transmisión en vivo del tren de la noche... (Fernández, P. 2019 dic 21, [fragmento de 00:30 a 01:00 am])

Los escuchas en el extranjero se compone en su mayoría de hombres, que cuentan curiosidades del país en el que residen, comparativas respecto a Uruguay y actividad que realizan.

19.0 “Alo,Alo;quién fala?”⁶⁴ vías de comunicación

La comunicación bidireccional del programa se encuentra presente en gran parte del mismo. Las tres vías de comunicación íntegramente presencial son: SMS, Whatsapp audios/texto; y teléfono. Se debe sumar una cuarta vía Facebook, tiene la característica de prevalecer en el tiempo, que permiten una comunicación constante incluso fuera del horario de transmisión.

Este medio [Facebook] se generaliza por contener mensajes cortos. Durante el video en vivo de *Facebook Live*, los oyentes comentan sobre el aspecto de los comunicadores, saludos, stickers, o algún suceso que la voz no pueda describir; tal como sucede el 11 de diciembre del 2019, tras la interrogante de una oyente [en voz de Fernández] por el número de remera del conductor “Que número tiene tu remera, es el 219?” (Fernández, P. 2019 dic 11)



Imagen extraída de la página de Facebook El Tren de la Noche Oficial.

⁶⁴ Fernández,(2019)

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

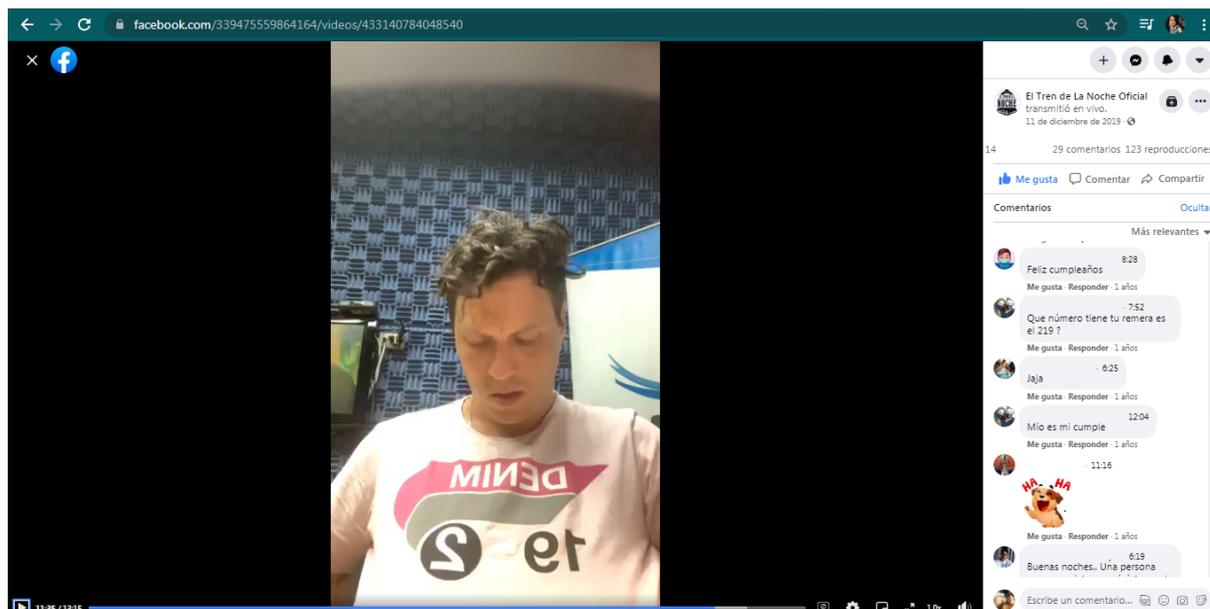


Imagen extraída de la página de Facebook: *El Tren de la Noche Oficial*.

Volvamos a los medios que no incluyen imagen y permiten aflorar la imaginación. El teléfono es el único medio que se encuentra limitado, los oyentes pueden llamar únicamente los días miércoles y sábados, este espacio se prolonga durante dos bloques⁶⁵. Existen algunas excepciones, debido a sucesos extraordinarios o fechas puntuales, en palabras de Fernández programa del 21 de diciembre del 2019:

El lunes[madrugada del martes] que viene, hay programa, el lunes hay programa, va a venir Rubino y voy a estar yo y vamos a estar deseandoles a todos feliz navidad, vamos a abrir, no me importa que va a hacer Rubino, yo ya lo decreté, vamos a abrir el teléfono todo el programa, mensajes todo el programa, nos vamos a saludar todos... (Fernández, P. 2019 dic 21, [fragmento de 02:00 a 02:30 am])

Muchos de los oyentes que utilizan este medio, se debe a la imposibilidad de mandar mensajes a través de otros medios, debido a múltiples factores. Una modalidad que comienza a implementarse son los sorteos a través de esta única vía⁶⁶.

⁶⁵ Los bloques corresponden al espacio *Brindemos*, propuesto en el programa, Ver apartado: *Estructura y segmento del programa*.

⁶⁶ Durante el período de análisis se realiza un sorteo vía telefónica [20 de diciembre del 2019] de uno de los sponsor del programa.

Mensajería Whatsapp. Es el medio por excelencia, utilizado por la mayoría de los oyentes, del total de interacciones durante el periodo de análisis, un 67.88%⁶⁷ de la participación recae en la aplicación de mensajería. Sin dudas aquí se brindan infinitas posibilidades para el usuario; mensajes gratis, sin límites y la elección de acompañar el texto con ilustraciones o notas de voz. Los audios comprenden 17.88% de envíos por esta aplicación, estos mensajes sonoros contienen la cláusula de no superar el minuto para su emisión al aire.

En cuanto a los SMS, cumplen un rol auxiliar respecto a los Whatsapp. Los mensajes tradicionales corresponden al 18.43% de los recados recibidos y leídos al aire [parte de este porcentaje refiere a la felicitaciones por los 95 años de la radio]. Los oyentes que utilizan este medio son prácticamente los mismos, los cuales dedican sus textos para saludar o hacer algún comentario sobre la temática. Una curiosidad en la segunda semana de análisis recae en utilizar el medio con fines de *concurso*, tal como expresa Herrera⁶⁸ (2007), debido al sorteo aniversario de la emisora. Estos mensajes nuclea a todos los programas de contenido de la radio, por esta razón solo son mencionados algunos participantes como forma de promoción.

La presentación de las vías de comunicación se desarrolla minutos después del saludo inicial y presentación de la temática a abordar esa madrugada, donde uno de los conductores proporciona las vías de contacto, en palabras de Rubino, en el programa del 17 de diciembre del 2019:

La gente se comunica con *El tren de la noche* a través de diferentes vías. El 9300, 9,3,0,0, mensajes de texto, los mensajes convencionales. El Whatsapp 091930093, lo digo más despacio 091930093, pueden mandar audios, también por Whatsapp, les pedimos que no excedan el minuto, así le damos agilidad al programa y ya en el próximo bloque estaremos con la transmisión a través de facebook, por la página oficial del tren de la noche que es *El Tren de la Noche Oficial*. (Rubino, H. 2019 dic 11 [fragmento de 00:00 a 00:30 am])

Esta acción se repetirá en cada bloque donde se desarrolle la lectura de mensajes o llamadas telefónicas. Estos últimos son mencionados únicamente en el espacio asignado de participación del medio.

⁶⁷ Entre los mensajes escritos y mensajes de audio de Whatsapp

⁶⁸ Ver marco teórico

20.0 Hablemos en el aire

Se habla de todo un poco pero los conductores buscan la tolerancia dentro del espacio, donde se evita referirse a temas controversiales. Desde el programa no se pretende “...fomentar ningún tiempo de división o discusión. (...) que generen polémicas de noche, porque no es un programa para eso, entonces en nuestro lema es: no hablamos de política, no hablamos de religión y de fútbol lo hacemos ligth, si hacemos algún chiste que sea con altura y tolerable” (Rubino, [ver Anexo 3], 2021). Al comenzar el programa entre charlas, los conductores, invitan a la audiencia al envío de mensajes con sugerencias, opiniones o consultas, sobre un tema específico de cada madrugada.

Los disparadores de opinión, desde el estudio, giran en torno a hechos de la jornada, recuerdos, preparativos para las fiestas navideñas, temas de ficción y/o cultura. El carácter de los mensajes y tratamiento se basa en una faceta humorística, aunque si el caso lo amerita la tonalidad se tornará en tintes de seriedad⁶⁹.

Los recados enviados por los oyentes, giran en torno a las temáticas planteadas durante la madrugada, que comprenden el 63.13% de los mensajes recibidos en el periodo de estudio. En tanto, el 36.49% de los envíos restantes radican en pedidos musicales, chistes, anécdotas, información, testimonios o saludos⁷⁰. Incluso hay personas que por diversos motivos no pueden escuchar el programa y envían a la radio el motivo de su ausencia.

⁶⁹ Tal como ocurre en el programa del 17 de diciembre del 2019, donde un hecho noticioso doloroso impacta a la sociedad y no se hace caso omiso al mismo [Luego del partido clásico Nacional vs Peñarol, con victoria para el tricolor, un hinchado de Nacional herido de gravedad]. El humor se deja de lado, para dar paso al descontento colectivo de los participantes. Desde el pensamiento de Susana Herrera (2005, pp. 124-125) estamos ante la *denuncia pública*, los oyentes dan su versión de los hechos sociales ante una problemática que apremia en ese momento, en este caso la violencia en el fútbol.

⁷⁰ Algunos mensajes son enviados por interno, su información a pedido del oyente no sale al aire. Según Benvenuto [ver anexo 1] «...el que te escribe a ti por interno, que no le interesa que su mensaje se haga público, sino que te pregunta “Hola ¿cómo estás?” por un privado, ese es el oyente más comprometido, más cercano.»(2020) Este tipo de oyentes dejan de lado lo público y se centran en la charla de carácter personal con los conductores.

En casos aislados⁷¹, algunos mensajes pueden llegar a la ofensa, falta de respeto o temas desertores [política, religión, fútbol], que pueden incidir directamente en la armonía del programa. Para evitar posibles altercados entre los radioescuchas, los comunicadores, al leer los mensajes, corrigen aquellas palabras o frases que puedan generar malestar entre la audiencia. No se dejan de lado los mensajes o se hace caso omiso de su existencia, como expresa Rubino [ver Anexo 3]:

Nosotros leemos todos los mensajes incluso mensajes que nos rezongan, nos pegan más de un palo y nos reímos de ello. Pero siempre dentro de una armonía y respeto, cuando vemos que el mensaje se va un poco más allá y nos puede llegar a faltar el respeto a nosotros o a otros oyentes, bueno capaz hasta la primera vez se lo toleramos y lo corregimos (...) si un oyente llama o escribe y dentro de lo que escribió hay implícita una falta de respeto, hacia nosotros o hacia otros oyentes, y yo lo leo al aire inmediatamente van a salir los que opinan diferente, los que nos defiende a nosotros, si la cosa fue una falta de respeto hacia Paul o a mi, o los que van a defender a quien de pronto el oyente ofendió y me parece que eso desvirtúa totalmente el programa.

Por otra parte, para comprender la fluidez de la charla y el tono emocional del mensaje, es prudente referirse a los mensajes de voz, tanto Whatsapp Audio como Teléfono⁷². Debido a su transmisión directa del participante, sin intermediarios que den una interpretación subjetiva al tono real del mensaje. Las personas que utilizan estos medios, en circunstancias normales de emisión, remite a la alegría, tranquilidad y tintes humorísticos. Con esta idea no pretendemos decir que los oyentes solo hablen de hechos afortunados, también se da un lugar a los contratiempos⁷³. Principalmente a través del teléfono, donde la charla suele tomar diversos rumbos y los discursos son elaborados en la inmediatez, que dejan entrever el verdadero tono del mensaje y las verídicas intenciones de la participación.

⁷¹ Estos sucesos, en este período de análisis suceden en las transmisiones de los días 12 y 17 de diciembre de 2019.

⁷² A destacar en palabras de Fernández [ver anexo 3] «... no tenemos alguien que escuche los mensajes antes de nosotros vamos al aire sin red...» al no existir un filtro previo de mensaje habla de una cierta confianza en la audiencia de la madrugada.

⁷³ Aunque son escasos, por no decir nulos, los mensajes que reflejan tristeza o soledad. En el caso de efectuarse un recado de este estilo, desde estudio y mensajes respuesta de algunos oyentes, se brinda apoyo, comprensión, soluciones y fuerza a la persona afectada.

A diferencia de las llamadas, en mensajes de Whatsapp Audio los escuchas cuentan con mayor tiempo reflexivo y con la potestad de suprimir el envío, si se pervive algún error. A estos hechos internos del participante se debe sumar la limitante de tiempo al aire, propuesto por el programa; el mensaje se reduce a ideas concretas.

Algunos envíos, como el caso de chistes, pueden ser solucionados a través de texto, pero los radioescuchas buscan dejar su marca personal a través del tono implícito en el mismo. Otros envían notas de voz por la comodidad del medio, que permite realizar tareas mientras se captura la voz en el celular y se prosigue al envío del mismo.

21.0 Se abre el telón, facetas y sobrenombres

El encuentro de cada madrugada, los actores salen a escena bajo la interpretación de su papel a través de mensajes a distancia; delimitado y mediado por reglas del espacio radial⁷⁴. Cada actuante participará con su impronta, sus personaje se construirá a través de sus mensajes y apodo identificador. Es común que la audiencia se identifique con nombre, apodo, sobrenombre, barrio y/o profesión. Algunos sobrenombres reflejan el carácter de los mensajes que enviará cada noche. La crítica reiterativa sobre una diversidad de temas se relacionan con apodos que insinúan algo fuerte: *El Ácido*, *Vodka*, son personajes creados únicamente con ese fin en sí mismo.

Otros que utilizan identificadores en busca del semi-anonimato del medio, son personas que se presentan en ocupaciones nocturnas, sus mensajes, generalmente cortos, se relacionan con la tarea que realizan en ese momento, saludos o peculiaridad sobre el tema que trata esa madrugada. Mientras que los oyentes que emplean su nombre y barrio se caracterizan por el envío de mensajes extensos, donde hablan de todo e incluso por diferentes medios, es común que la carga de mensajes esté llena de anécdotas.

⁷⁴ Desde la perspectiva de Goffman (1989 [1959]) sobre el paralelismo de la vida social y el teatro, es inevitable una aproximación a *El tren de la noche*. Si bien las características no se dan en un espacio físico, es posible su relación.

Debido a la faceta humorística planteada por el programa, son varias las instancias que apremian a desbarajustes y posibles malos entendidos, que en otra situación abocaría al enfado. Tal es el caso de algunos mensajes que hablan mal, sin llegar al agravio, bajeza o falta de respeto, de los conductores cuando se ausentan, total o parcialmente, por diversas razones del programa. A este tipo de recados Fernández lo denomina *hablemos mal del que no está*⁷⁵. Programa del 14 diciembre del 2019, en voz de Paul Fernández⁷⁶ [oyente Gustavo⁷⁷] del mensaje de Whatsapp texto:

-Fernández: *Grande Paul, se te extrañaba, sos un fenómeno, le mandé a Horacio un mensaje que sos un fenómeno.*

-Rubino: Para, ¿sí quién es?,

-Fernández: hee para...

-Rubino: ¿el perfil es una foto de un pelado?

-Fernández: Gustavo

-Rubino: Ha, me parece que mandó uno antes, si, ¿a ver qué dice antes?

-Fernández: *Horacio, esa porquería de Paul te roba la plata* [se ríe] le jugó una mala pasada el corrector. [fragmento de 01:30 a 02:00 am]

Estos mensajes oportunos otorgan una especie de parodia improvisada de la sociedad uruguaya, en palabras de Fernández "...los quiero tanto, porque, entienden cómo es la mano, entienden cómo es la mano y se divierten y me gusta ese humor, me gusta el que hayan entendido cual es el lenguaje, cuál es el código del programa, solamente diversión y más nada." (21 dic. del 2019 [fragmento, 02:00 a 02:30 am]). Es una sátira, no se ofende se ríe en complicidad con el conductor de piso. El tinte humorístico de este estilo está presente también en temas relacionados con el fútbol.

⁷⁵Fernández, *El tren de la noche*, 2019

⁷⁶ En este ejemplo Fernández llega tarde al programa debido a otros compromisos y lee el mensaje anterior del oyente.

⁷⁷ Se modificó el nombre del oyente para mantener su anonimato.

22.0 Mi amigo, el de la radio

Desde el punto de vista *para-social* que plantea Horton y Wold (1956) el cual radica en la televisión, es posible trasladar algunos aspectos al formato radial. Debido a la naturaleza del medio se deben dejar pasar por alto las cuestiones visuales. Aunque en los tiempos que corren y debido a la asociación mediática la radio contiene imagen, pero es inviable la posibilidad de brindar un medio visual para cada uno de los oyentes. Por esa razón entra en juego la voz, a través de los mensajes sonoros o llamada telefónica, generan cientos de parámetros en los que desembocan estos pensamientos.

Un punto influyente para llevar a cabo estas relaciones *para-sociales* es el descenso de la audiencia, comparado con programas vespertinos, que ayuda a identificar fácilmente aquellas voces reiterativas luego de la medianoche. Por otro lado, la disminución de ruidos de la jornada, en palabras de Rubino [anexo 3] «...hay una cosa que nos dijeron a mí y a Paul que nos gustó y es que, durante el día la radio se oye y en la madrugada la radio se escucha, ¿qué quiere decir esto? que la tensión que la gente le pone de madrugada que es la única voz que se oye.» (2021).

Madrugada tras madrugada es común que los radioescuchas saluden a otros oyentes, conductores, oportunos invitados e incluso al operador de turno. También se despiden del programa «...hay gente que se va antes y saluda (...) el programa todavía no terminó y la gente- me voy a dormir hasta mañana- te saluda y te dice “ hasta que escuche el pitido del tren, vuelvo cuando escuche el pitido del tren”» (Rubino, 2021 [ver Anexo 3]). En el saludo o despedida se nuclea un grado de cortesía y afecto, motivos desencadenantes para generar empatía a través del receptor. El medio anónimo, funciona como punto convergente de solitarios, quienes escuchan y participan con nombre identificador, donde otros solitarios estarán dispuestos a responder, esto generará un intercambio en el medio.

En retrospectiva a la comunicación puramente medida, los vínculos generados por la interacción constante es puesta en manifiesto en los mensajes de extrañeza de la ausencia. Es decir, si un oyente activo semanalmente desaparece por un período de tiempo, otros radioescuchas enviarán mensajes preguntando por su faltante. En vista al programa del 20 de

diciembre del 2019, mensaje de Whatsapp audio de una oyente que explica el causante de su ausencia participativa:

- Fernández: Apareció Lola⁷⁸, después de tanto tiempo, la estoy viendo, la gente se ha preocupado, preguntó ¿qué pasa con la vida de Lola? ¿Qué hace Lola me mandó este mensaje...
- Oyente: Hola buenas noches, reaparecí, ¿pensaron que me había muerto? no, estoy vivita y coleando. Lo que pasa es que estábamos en época de zafra porque mi hija trabaja con los colegios. Y yo estaba dando una mano, que una mano, dos manos nos clavamos hasta las dos de la mañana haciendo los pedidos y después me quedaba muerta, me despertaba a las siete de la mañana y seguíamos dale que te dale. Pero por suerte ya terminamos y me reengancho nuevamente. Algunas noches escuche, pero me quedaba dormida al instante porque estaba tan cansada. Pero ahora ya estoy devuelta y le mando muchos besos y todos los días estuve pensando en ustedes.
- Fernández: Bueno, me alegro que hayas aparecido. muchos oyentes preguntaron por vos, un montón. Nosotros también hablamos acá en el programa de que se te extrañaba... (Fernández, P. 2019 dic 20, [fragmento 00:00 a 00:30 am])

La oyente se caracteriza por ser la primera en enviar mensajes de audio, en cada inicio de programa, saluda a otros oyentes y caracterizó el apodo *Polito*, para referirse al conductor Paul Fernández. Estas particularidades generaron en otros radioescuchas la empatía necesaria para el reconocimiento de la faltante en el programa. Estos vínculos se asemejan a la idea de Horton y Wold (1956) donde es el medio acerca a las personas y reafirman un nexo de familiaridad entre los participantes, en palabras de Fernández [ver anexo 3] «La gente de noche es como que ante la soledad, que es lo que estamos hablando, busca ese refugio familiar, ese grupo compinche de amigo, ese no me gusta mucho como habla o como opina pero está ahí y me esta haciendo compañía...» (2021). Si tomamos con pureza la idea de Horton y Wold (1956) podemos establecer que, aquí no hay conductores de televisión, pero si noctámbulos radialmente participativos que concluyen en un medio.

Este espacio de participación activa y frecuente, en cada madrugada lleva el sentido de intimidad y amistad, es recurrente que los oyentes se envíen el número de contacto uno a los otros, donde la radio funciona como intermediaria. Con esta acción se pretende continuar el nexo fuera del espacio de emisión. En primer lugar para conversaciones sin intermediario a

⁷⁸ Para mantener el anonimato de la oyente el nombre fue modificado.

distancia. Luego un enlace presencial, cara a cara, entre los personajes del medio. Este accionar es retribuido al programa, a través de mensajes, en modo de agradecimiento por los lazos de amistad que inician a través de un mensaje. Tal es el caso de la escucha Nancy del Cerro⁷⁹ a través de mensaje de audio de Whatsapp:

-...me hicieron conocer a un matrimonio divino que es Gastón⁸⁰ y la señora, tú no sabes lo bien que pasé el viernes pasado con ellos los fui a ver con mi nieta. Te aseguro que son divinos. Gracias por haberme hecho que me hiciera una tan linda amistad, Te quiero mucho Paul, bueno saludos a Gaston, Tamara, a Guma, a oreja a toda la audiencia en general, pero te seguro que pasé tan lindo el viernes, y muy pronto van a venir ellos a mi casa también, son divinos, tanto Guillermo como la señora. Guillermo se va a operar ahora el 3, va a salir todo bien, tiene que tener fe, nada más, bueno querido Paul un abrazo grande... (Fernández, P. 2019 dic 21[fragmento de 01:30 a 02:00 am])

La cúspide de estos relacionamientos *para-sociales*, que inician entre mensajes a la emisora, culminan con el relacionamiento cara a cara entre algunos participantes. Lejos de abandonar su cita de cada noche, retribuyen al programa donde cuenta y agradece la amistad generada por el espacio de emisión.

⁷⁹ Se cambió el nombre de la oyente para mantener su anonimato.

⁸⁰ Se modificó el nombre del oyente para mantener su anonimato

CAPÍTULO 4: “HASTA QUE ESCUCHEN EL PITIDO DEL TREN”⁸¹

CONCLUSIONES

23.0 Conclusiones generales

El tren de la noche, se determina como un programa del género de radio revista, en el cual se abordan varios temas, sin perder su esencia humorística. Desde el primer momento se marca el sentimiento de compañía y amistad. Su objetivo se centra en transmitir un momento ameno a los oyentes, a través de las voces de brillo singular y chistes de remate. Si bien está abierta la puerta de las malas noticias o hechos desafortunados se busca *un giro de tornillo* “para que al llegar al destino, te quedes con una sonrisa.” (Rubino, H. 17 dic. 2019). La característica se mantiene relacionada con programas noctámbulos tradicionales, que apuesta a la comunicación bidireccional, a través de temáticas, fieles radioescuchas, participación recurrente, sentido de cercanía y pertenencia a un clan de desvelados.

La comunicación oyente/radio tiene como propósito incrementar el sentimiento de acompañar a otros solitarios que hacen presencia a través de su medio de comunicación preferido. En estos mensajes se deja de lado una conducta narcisista. Este se considerará una presencia latente en el medio, un *estoy aquí*. Si bien la comunicación es heterogénea, en la mayoría de los mensajes se toma como excusa el tema de cada madrugada para saludar.

La construcción de un vínculo cercano entre los escuchas se da a causa de las llamadas o envío de mensajes recurrente. La voz, a través de los medios, juega un papel fundamental para el desarrollo de estos vínculos. Se nuclea junto al apodo del participante, un identificador de asociación conciso, que desechan las ideas de personajes inventados. A destacar, el tono de voz empleado en el mensaje puede transmitir tranquilidad y alegría, un chiste, una *cachada* o un saludo, que incrementa la empatía con el otro.

En resumen, los programas noctámbulos en vivo, en especial *El tren de la noche*, son cubiertos por la complicidad y aporte de los oyentes activos. El espacio de contenido está propuesto desde el momento de producción para hablar con la gente, invitarlos al envío de

⁸¹ Fernández, *El tren de la noche*, 2019

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

mensajes y pasar un grato momento. Los vínculos resultantes de la interacción diaria son consecuencia de la confluencia de personajes en el medio y culmina con la interacción, a distancia o cara a cara, fuera del espacio de recepción.

La interacción en 15 días

A continuación se presentarán 4 tablas, a modo de resumen, de cada uno de los programas analizados. Su objetivo es brindar al lector una mirada más amplia del segmento estudiado.

Tabla 1: Interacción por medio de comunicación

DÍA	SMS	TEL.	WHATSAPP AUDIO	WHATSAPP TEXTO	FACEBOOK	TOTAL
10/12/19	8	0	5	17	0	30
11/12/19	11	3	14	35	20	83
12/12/19	8	5	9	37	12	71
13/12/19	10	0	5	32	0	47
14/12/19	9	2	2	18	0	31
17/12/19	10	0	15	25	0	50
18/12/19	13	6	3	15	0	37
19/12/19	7	0	9	22	9	47
20/12/19	10	2	18	39	7	76
21/12/19	15	4	18	34	5	76
TOTAL	101	22	98	274	53	548

Tabla de elaboración propia en referencia a datos extraídos del programa El tren de la noche programas del 10 al 21 de diciembre del 2019

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

Tabla 2. Interacción por género

DÍA	MASCULINO	FEMENINO	NO SE IDENTIFICA	TOTAL
10/12/19	24	4	2	30
11/12/19	46	31	6	83
12/12/19	47	22	2	71
13/12/19	25	8	14	47
14/12/19	21	9	1	31
17/12/19	31	14	5	50
18/12/19	19	13	5	37
19/12/19	27	15	5	47
20/12/19	49	19	8	76
21/12/19	41	29	6	76
TOTAL	330	164	54	548

Tabla de elaboración propia en referencia a datos extraídos del programa El tren de la noche programas del 10 al 21 de diciembre del 2019

Tabla 3. Mensajes remitentes a la temática

DÍAS	REMITE AL TEMA [Si]	NO REMITE AL TEMA [No]
10/12/19	13	17
11/12/19	43	40
12/12/19*	57	13
13/12/19	34	13
14/12/19	22	9
17/12/19* ⁸²	33	16
18/12/19	32	5
19/12/19	20	27
20/12/19	42	34
21/12/19	50	26
TOTAL	346	200

Tabla de elaboración propia en referencia a datos extraídos del programa El tren de la noche programas del 10 al 21 de diciembre del 2019

⁸² No se contabilizaron 2 mensajes ya que su lectura, por diversos motivos, no fue completa al aire.

Tabla 4. Duración total de llamadas y mensajes de audio al aire

DÍAS	MEDIO	DURACIÓN TOTAL	TOTAL ACUMULADO
10/12/2019	TELÉFONO	00:00:00	00:02:31
	Whatsapp Audio	00:02:31	
11/12/2019	TELÉFONO	00:09:29	00:18:27
	Whatsapp Audio	00:08:58	
12/12/2019	TELÉFONO	00:16:36	00:26:32
	Whatsapp Audio	00:09:46	
13/12/2019	TELÉFONO	00:00:00	00:02:49
	Whatsapp Audio	00:02:49	
14/12/2019	TELÉFONO	00:11:47	00:12:25
	Whatsapp Audio	00:00:38	
17/12/2019	TELÉFONO	00:00:00	00:11:11
	Whatsapp Audio	00:11:11	
18/12/2019	TELÉFONO	00:20:56	00:22:29
	Whatsapp Audio	00:01:33	
19/12/2019	TELÉFONO	00:00:00	00:05:35
	Whatsapp Audio	00:05:35	

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

20/12/2019	TELÉFONO	00:03:21	00:14:09
	Whatsapp Audio	00:10:48	
21/12/2019	TELÉFONO	00:08:57	00:20:13
	Whatsapp Audio	00:11:16	
TOTAL			02:16:21

Tabla de elaboración propia en referencia a datos extraídos del programa El tren de la noche programas del 10 al 21 de diciembre del 2019

Referencias bibliográficas

- Alonso, E. (2013). El concepto de “imagen-de-lo-sonoro” en la música acusmática según el compositor François Bayle. *Escritura E Imagen*, 9, 101-124. https://doi.org/10.5209/rev_ESIM.2013.v9.43540
- Beccarelli, M. (2016). *Quand la radio habite la nuit [Cuando la radio vive en la noche]*. *Intermédialités / Intermediality*, (26). <https://doi.org/10.7202/1037318ar>
- Beceiro, I. (1994). Cronología comentada. En *La RADIO y la TV de los pioneros: cronología y anécdotas de un fenómeno uruguayo* (1º Ed, pp. 13-55) Montevideo: Ediciones de La Banda Oriental.
- Briggs, A. & Burke, P. (2002). Procesos y modelos. En *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación [A social history of the medio. From Gutenberg of the internet]*. (pp. 141-211). Buenos Aires: Taurus Historia.
- Britos, E; Caceres, J & Jase, A.(2001). *Gelatina [Nietos del futuro]*. En *Uka Shaka [CD]*. Uruguay:Obligado Records.
- Buró de radios del Uruguay (2019). Mediciones y mercado: Medición general de audiencia de radio, julio/septiembre. Recuperado de: https://www.anunciantes.com.uy/wp-content/uploads/2019/10/20191001_CuadrosFinalesBuro-v2.pdf
- Céspedes, F. & Forero, J. (2018). La recepción; La audiencia. En Castaño, C (Ed). *La radio La recepción, la audiencia, los hábitos de consumo y la producción de contenidos*. (pp. 68-73; 80-100) Manizales: Universidad Católica de Manizales.
- Dorado, G; Ibargoyen, H & Marinari, F. (s.f.) *El tren de la noche [Canción] s/d. [Canción introducción programa radial]*. Uruguay: Montevideo Music Group.

- Fernández, P. (conductor); Rubino, H (productor, conductor). (2019). *El tren de la noche* [programa radial]. Uruguay: CX20 Radio Monte Carlo. Emisión del 10 al 14 de diciembre; emisiones del 17 al 21 de diciembre.
- Fernández, P. (Conductor); Rubino, H (productor y conductor). (2020) *El tren de la noche* [programa radial]. Uruguay: CX20 Radio Monte Carlo. Emisión 04 de enero del 2020
- Fernández, P. (Conductor); Rubino, H (productor y conductor). (2021) *El tren de la noche* [programa radial]. Uruguay: CX20 Radio Monte Carlo. Emisión 04 de septiembre del 2021
- García, J. (2010) *El rol que cumple la radio como medio de comunicación en los parajes rurales de Río Negro*. (Tesis final de grado, Universidad Nacional de Comahue, Neuquén). Recuperado de: <https://www.rionegro.com.ar/wp-content/uploads/documents/1/0/2719059.pdf>
- Gasllardo, G & Ricoy, V. (2005) *Relación entre programas nocturnos y sus audiencias*. (Trabajo fin de curso, Universidad de la República, Montevideo).
- Goffman, E. (1989 [1959]). Introducción: Actuaciones. En Hildegard, B; Torres, P & Serato, F (Trad.) *La presentación de la persona en la vida cotidiana* (pp. 11- 40) Buenos Aires: Amorrortu editores.
- Guarinos, V. (2010). Madrugada fin de semana en la radio española actual: ficción, ocultismo y humor para el relato radiofónico. *Ambitos revista internacional de Comunicación*, (19), 61-76. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/228659190_Madrugadas_fin_de_semana_en_la_radio_espanola_actual_ficcion_ocultismo_y_humor_para_el_retrato_radiofoni
co
- Harari, Y. (2019) El árbol del saber. En Joandoménech Ros (Trad.). *From Animals into Gods. A Brief History of Humankind* [De animales a dioses. Breve historia de la humanidad]. (6° ed, pp 33-46) Montevideo: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Hernández, S; Fernández, C & Baptista, P. (2010) *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: Mcgraw-hill/Interamericana editores, S.A. de cv

- Herrera, S. (2003) *Tipología de la participación de los oyentes en los programas de radio*. Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura, n 30. 145-166. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=899334>
- Herrera, S. (2005) *Ventajas e inconvenientes de la participación de la audiencia en los programas de radio*. DOXA Comunicación, (3), 123-142. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10016/10555>
- Herrera, S. (2007). *Las nuevas modalidades para la participación de los jóvenes en la radio española*. Tripodos, n20. 171-188. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2293370>
- Horton, D. & Wohl, R. (1959). *Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance*. (pp.215-229). Recuperado de 2019: http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/short/horton_and_wohl_1956.html.
- Islas, O. (2015). *McLuhan y la radio. Del fonógrafo y la radiotelegrafía a Spotify*. ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación, 6 (1), 4-12. Recuperado de: <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/20152>
- Jenkins, H. (2008 [2006]). Introducción: «Adoración en el altar de la convergencia»: Un nuevo paradigma para comprender el cambio mediático. (Trad. Hermida, P.) En. *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. (pp. 13-35). Barcelona: Paidós.
- Kaplún, M. (1999) Los formatos radiofónicos. En: *Producción de programas de radio. El guión. La realización*. (pp.153-180) Quito: Quipus-CIESPAL.
- La hoja en la rama [nombre de usuario]. (s.f). *La hoja en la rama* [Página de Facebook] Facebook. Recuperado 15/ de abril del 2020, de <https://web.facebook.com/lahojaenlarama>
- Larrea, E. (2015) *Estudio de la escucha de la voz con y sin su imagen: Análisis del proceso perceptivo y cognitivo del oyente*. (Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona) pp 46-50; 88-99 Recuperado de: <https://www.tdx.cat/handle/10803/292736#page=1>

- López, J. (1997) *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito: Editorial Artes gráficas Silva.
- Lucena, I. (2017) *La evolución de la interacción en la radio*. (Trabajo final de grado, Universidad de Sevilla, Sevilla) Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/64428>
- Maronna, M. (2012). *La radio montevideana en busca de oyentes*. Cuadernos Del Claeh, 33(100), 149-172 Recuperado de <https://publicaciones.claeh.edu.uy/index.php/cclaeh/article/view/31>
- Mcluhan, M. (1994[1964]) *Medios calientes y medios fríos*. En: *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*.(pp. 43-53) Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica
- McQuail, D. (1991 [1983]). La audiencia de los medios de comunicación. (Trad. Galmarini, M) En *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. (pp 275-291). Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Mediciones y Mercado. (2019) *Medición general de audiencia de radio julio-setiembre 2019* (38) Recuperado de https://www.anunciantes.com.uy/wp-content/uploads/2019/10/20191001_CuadrosFinalesBuro-v2.pdf
- Núñez, A. (2015) *La radio y yo*, (pp 11-94) Montevideo: Mastergraf SRL
- Obaldía, A. (2021) [Perfil de linkedin] LinkedIn. Recuperado el 08 de abril del 2021 de: <https://uy.linkedin.com › alejandro-obaldía-37a8551b3>
- Peralta M. (2014) Paul Fernández No soy masivo, soy efectivo. *La República*. Recuperado de: <https://www.republica.com.uy/no-soy-masivo-soy-efectivo>
- Real Academia Española. (s.f) *Audiencia*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 12 de julio del 2019 de: <https://dle.rae.es/audiencia?m=form>
- Red Caps. (s.f) En el tren [Canción para programa de Televisión]. El club del clan [Programa de televisión] Canal 13.

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

Rocha, R. (2021).[Perfil de LinkedIn] LinkedIn. Recuperado el 15 de agosto del 2019:
<https://www.linkedin.com/in/robertrochauy/>

Rubino, H. (productor y conductor); Fernández, P (Conductor). (2019) *El tren de la noche* [programa radial]. Uruguay: CX20 Radio Monte Carlo. Emisión del 10 al 14 de diciembre: emisiones del 17 al 21 de diciembre.

Rubino, H. (productor y conductor); Fernández, P (Conductor). (2020) *El tren de la noche* [programa radial]. Uruguay: CX20 Radio Monte Carlo. Emisión 04 de enero del 2020

Rubino, H. (productor y conductor); Fernández, P (Conductor). (2021) *El tren de la noche* [programa radial]. Uruguay: CX20 Radio Monte Carlo. Emisión 04 de septiembre del 2021

Rubino. H. (2021) [Perfil de LinkedIn] LinkedIn. Recuperado el 7 de mayo del 2021:
<https://www.linkedin.com/in/horacio-rubino-torres-751937178/>

Sautu, R. Boniolo, P. Dalle, P. Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología.*[Archivo PDF] Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Recuperado de:
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/clacso/formacion-virtual/20100719035021/sautu.pdf>

Stake, Robert. (1999). *Investigación con estudio de casos.* Madrid: Ediciones Morata S.L.

Streich,W.A. (2008) *Característica de los programas radiales de la madrugada en Paraguay.* (Tesis de grado, Universidad del Norte. Asunción). Recuperado de
<https://pdfslide.net/education/bill-caracteristicas-de-los-programas-radiales-de-la-madrugadaen-paraguay.html>

Sonsol, A. (conductor); Valverde, G (conductor); Cotelo, R (conductor); Pérez, M (conductor) & De Posadas, J (conductor). (21 de octubre del 2020) *Bien igual.* [Programa radial]. Uruguay: Radio El Espectador.

El tren de la noche Oficial (11/12/2019) [Página de Facebook] Facebook. Recuperado de:
https://web.facebook.com/El-Tren-de-La-Noche-Oficial-339475559864164/?ref=page_internal

Camino luego de la medianoche. La audiencia de la madrugada radiofónica

El tren de la noche oficial [nombre de usuario] (2/4/2020) El tren de la Noche tiene cuatro décadas y media al aire, en Radio Montecarlo de Montevideo, Uruguay (930 AM). Su debut se ubica en el año 1976, con la conducción de un periodista y comunicador argentino. [Imagen: Actualización de Facebook] Recuperado de: [https://web.facebook.com/El-Tren-de-La-Noche-Oficial-339475559864164/photos/pfb.1098344800643899/1098339270644452/?__cft__\[0\]=AZWnCsIuvHk0jTVqNtpkk6Oxr0xABc5tmxFDaHy2Oyr-folWmKocZ0zMSncR__Ewpnyj2rIZfhE9qVXpovrtQEr cMtKP-gZendUHIGEArdwe2lkGocjb9PoeFYA-vWrrgd0FuPQV1-w3D0Qwesh11XsTved3H0fZYDrjuUZvnpKfMBzlpFmyMXpqSyh2yLreoIHxSO5b_8MQvF9fXKAbd d4cbty6rLQKHV0Tq-_LS6SJBjwglwR97opkWUbpPTXoZA&__tn__=*bH-R](https://web.facebook.com/El-Tren-de-La-Noche-Oficial-339475559864164/photos/pfb.1098344800643899/1098339270644452/?__cft__[0]=AZWnCsIuvHk0jTVqNtpkk6Oxr0xABc5tmxFDaHy2Oyr-folWmKocZ0zMSncR__Ewpnyj2rIZfhE9qVXpovrtQEr cMtKP-gZendUHIGEArdwe2lkGocjb9PoeFYA-vWrrgd0FuPQV1-w3D0Qwesh11XsTved3H0fZYDrjuUZvnpKfMBzlpFmyMXpqSyh2yLreoIHxSO5b_8MQvF9fXKAbd d4cbty6rLQKHV0Tq-_LS6SJBjwglwR97opkWUbpPTXoZA&__tn__=*bH-R)

Uruguay (2014, enero 14) Ley n° 19.307: Artículo n° 61: Ley Servicios de comunicación Audiovisual, regulación de su presentación. Recuperado de: <https://legislativo.parlamento.gub.uy/temporales/leytemp6428775.htm>

Índice de Anexo.

ANEXO 1 Entrevista presencial a Franco Benvenuto, Gerente de Programación de Radio *Monte Carlo*. Entrevista realizada el 23 de noviembre del 2020

ANEXO 2 Entrevista virtual a Gabriel Galli. Profesor Adjunto, adscrito al departamento de Ciencias Humanas y Sociales. del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación. Entrevista realizada el 08 de julio del 2021

ANEXO 3 Entrevista virtual a Horacio Rubino y Paul Fernández, conductores de *El tren de la noche* de Radio *Monte Carlo*. Entrevista realizada 06 de septiembre del 2021

ANEXO 4 Ejemplo de estructura del Programa: transcripción del programa del 10 de diciembre del 2019.

ANEXO 5 Tablas referentes a mensajes de oyentes y su vínculo con el programa.

5.1 Tabla del 10 de diciembre del 2019

5.2 Tabla del 11 de diciembre del 2019

5.3 Tabla del 12 de diciembre del 2019

5.4 Tabla del 13 de diciembre del 2019

5.5 Tabla del 14 de diciembre del 2019

5.6 Tabla del 17 de diciembre del 2019

5.7 Tabla del 18 de diciembre del 2019

5.8 Tabla del 19 de diciembre del 2019

5.9 Tabla del 20 de diciembre del 2019

5.10 Tabla del 21 de diciembre del 2019