



# **LA GENTE Y SU DEFENSOR**

## **Análisis Académico:**

Trabajo realizado por la Oficina de Prensa del  
Defensor del Pueblo de la Nación Argentina,  
con la colaboración de:  
Clara Donadt y Belén Avellaneda  
Pasantés de la Universidad Austral

## **INDICE**

• Prólogo-----	2
• Introducción -----	3
• “La Gente y su Defensor” -----	5
• Conclusión -----	19
• Staff -----	21
• Bibliografía-----	22

## PRÓLOGO

“Convencidos en que *‘Comunicar lo que hacemos, es tan importante como lo que hacemos’* es que nos abocamos desde un primer momento a diseñar una estrategia comunicacional que dio como resultado el Plan Federal de Difusión, y que tiene como objetivo fortalecer y posicionar a la Institución a lo largo y ancho de todo el país. Utilizando distintos medios para darnos a conocer y establecer una relación con el ciudadano, sentíamos que no era suficiente, que no llegábamos a toda la población del país. Hacía falta algo más.

Contábamos con un presupuesto muy escaso. Analizamos minuciosamente la realidad político social de Argentina a fines de 1999 y encontramos que las emisoras no estaban al margen de la crisis económica y que cada vez se les hacía más difícil tener recursos genuinos para afrontar los gastos comunes de una radio. Gran parte de la programación era cubierta con música, cuando no eran radios con esas características.

Entonces, entre diversas tácticas, resolvimos producir y realizar en nuestra Institución (con personal propio) un programa de radio que se difundiera en todo el país gratuitamente y que llegara efectivamente a las distintas comunidades que componen nuestra Nación. Sabíamos que cada persona escucha la radio, lee el diario y mira la TV de su comunidad. Entendíamos que para llegar a un pueblo, ciudad o zona rural no era suficiente solo difundir en Capital Federal, teníamos que adaptarnos a las costumbres de cada compatriota.

Y así fue que, a casi tres años de la puesta al aire de *“La Gente y su Defensor”* y con más de 200 emisoras transmitiéndolo, hemos comprobado sus frutos. Muchas son las cartas que llegan de los habitantes de nuestro país con frases como *“...escuché en la radio que Ud. ayuda a la gente”* o *“... soy jubilado y quiero defender mis derechos...”*. Mucha fuerza nos dieron los distintos elogios y deseos de éxito de algunos directores además de los reconocimientos y premios obtenidos a lo largo de este tiempo.

Nos queda un sentimiento de satisfacción por saber que no fue solo un proyecto. Para hacerlo realidad los integrantes de la Defensoría del Pueblo de la Nación colaboran con este programa y todos estamos convencidos del poder de la comunicación como factor esencial del cambio que la Argentina y la sociedad, en su conjunto, reclaman y merecen”.

**Eduardo Mondino**  
**Defensor del Pueblo de la Nación Argentina**

## INTRODUCCIÓN

A fines de 1999, cuando asumió Eduardo Mondino como Defensor del Pueblo de la Nación, uno de los principales objetivos planteados al área de Prensa de la Institución fue "Federalizar la figura del Ombudsman Nacional", de manera que su actividad alcanzase a todos los habitantes de nuestro país, y de este modo quedase resguardado el principio de igualdad que garantiza nuestra Constitución.

Luego de un análisis exhaustivo entre los integrantes del equipo de la Oficina de Prensa del Defensor, se llegó a la conclusión de que se debía realizar un emprendimiento de bajo costo, efectivo y perdurable en el tiempo que asegurara la presencia de la Institución en los distintos rincones del país. Así nació el proyecto y propuesta "*La Gente y su Defensor*", programa de radio semanal producido y realizado íntegramente por el equipo del área de Prensa de la Defensoría del Pueblo de la Nación, que se difunde en más de 200 emisoras de todo el país. El programa busca dar a conocer el accionar de la Institución, especialmente en el interior del país donde estaban poco difundidas las tareas del Ombudsman Nacional.

El presente trabajo de investigación cuenta con un claro objetivo: se parte de una hipótesis, que es el tema central de la investigación, y se busca corroborarla y fundamentarla a lo largo de todo el trabajo. **La pregunta de la cual se parte es el por qué el programa "*La Gente y su Defensor*" puede calificarse como bueno, completo y eficaz, y como herramienta de ayuda fundamental para la comunicación institucional de la Defensoría del Pueblo de la Nación.** Se buscará relacionar la importancia y eficacia de la radio con este programa.

El trabajo dispondrá de la estructura clásica de Introducción, Desarrollo y Conclusión. Al inicio del escrito se incluirá un prólogo con un artículo de firma del Defensor del Pueblo Nacional, Eduardo Mondino.

Para realizar este estudio, se consultarán autores especializados en el tema de la radio como medio de comunicación importante y eficiente. Antes de proceder a la lectura de los textos, se establecerán los criterios para la selección y lecturas de los mismos. Se buscarán autores que hablen de la radio en general, como uno de los medios de comunicación más importantes y ventajosos, así como también textos especializados en la radio como un servicio

público, que, como se explicará en el desarrollo del trabajo, es justamente lo que persigue “*La Gente y su Defensor*”. Los resultados obtenidos servirán como fundamento epistemológico para la hipótesis.

Para demostrar porqué es bueno “*La Gente y su Defensor*”, es importante explicar de qué se trata dicho programa y cómo es el proceso de su realización. Para ello, se realizará un análisis de contenido del programa radial. Las variables utilizadas serán, entre otras, la cantidad de notas por programa, duración de cada nota, temas que se tratan en el programa y los participantes del mismo. Del análisis cuantitativo se inferirán conclusiones cualitativas que definan al programa y ayuden a fundamentar la hipótesis de este trabajo de investigación.

Además del análisis cuantitativo, se incluirán opiniones de los directores de algunas de las emisoras que transmiten “*La Gente y su Defensor*”, ya que, como receptores del programa y al tener un contacto directo con los oyentes, es de suma importancia conocer su visión para la corroboración o refutación de la hipótesis.

Una vez consultados los autores especializados y después de obtener conclusiones del análisis del programa, se buscará relacionar los conceptos teóricos con la práctica profesional.

Con los pasos previos ya realizados, en la conclusión se fundamentará la hipótesis del trabajo de investigación.

## LA GENTE Y SU DEFENSOR

*"La radio ha estado siempre ligada a la sociedad en la que vive, hasta llegar a formar parte de ella."*

**Arturo Merayo Pérez**<sup>1</sup>

"*La Gente y su Defensor*" es un programa radial semanal realizado íntegramente por el área de Prensa del Defensor del Pueblo de la Nación. Es un producto profesional, sencillo y de fuerte impacto.

El programa, como táctica comunicacional dentro del operativo denominado *Plan Federal de Difusión*, nació con el propósito de profundizar y dar a conocer las actividades que lleva adelante el Ombudsman Nacional, que hasta ese entonces estaban poco difundidas en el interior del país. Comenzó a emitirse a fines de 1999 y hasta la fecha no ha interrumpido su realización. "*La Gente y su Defensor*" es **difundido por la institución gratuitamente y se transmite en más de 200 emisoras en todo el país**, desde Jujuy hasta Tierra del Fuego. De esta manera, queda resguardado el principio de igualdad que garantiza la Constitución.

En su mayoría se trata de emisoras locales a quienes les es beneficioso recibir un programa listo para ser transmitido, teniendo en cuenta que sus dificultades económicas les impiden realizar sus propias producciones. Las radios se convierten así en receptoras de las dudas, inquietudes y quejas de la comunidad donde el programa es emitido.

La existencia de este programa no es arbitraria, sino que responde a una doble necesidad: la de información/comunicación, tanto de la institución como la del ciudadano oyente. La radio, un medio capaz de alcanzar públicos masivos a muy bajo costo, actúa como puente entre el Ombudsman Nacional y los ciudadanos de todo el país, acercando la institución hasta aquellos lugares donde otros medios no llegan. "*Los temas que escuchamos no solo informan, sino que dan una idea de la magnitud de alcance de las facultades del Defensor. Es, sin duda, un servicio muy importante puesto a disposición de la gente*", afirma el director de FM Alas, de la localidad de Correa, Santa Fe, una de las tantas emisoras

---

<sup>1</sup> **MERAYO PEREZ, Arturo. IDENTIDAD, SENTIDO Y USO DE LA RADIO EDUCATIVA** (Artículo publicado en III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000, pp. 387-404)

que transmiten el programa. *“La Gente y su Defensor”* ha logrado alcanzar una identidad que le resulta característica y distintiva.

Es relevante destacar que este programa es posible gracias a que la Institución cuenta con su propio estudio de radio y un personal calificado para su producción. Hay que resaltar también que en la realización de este programa prevalece el espíritu de *trabajo en equipo*, lo cual es fundamental para lograr un producto de calidad. *“La radio es un espacio de construcción colectiva y de diálogo y un análisis equivalente no sólo rinde tributo a ese espíritu de trabajo en equipo, sino que provee resultados más nutritivos.”*<sup>2</sup> Sostiene Ricardo Haye.

Todos los martes se envían los cassettes por correo a todo el país y el mismo día se digitaliza para publicarlo en la página web de la Institución en dos formatos (MP3, Wav). Las distintas radios que reciben o bajan *“La Gente y su Defensor”* lo emiten durante la semana, por lo que se trata que las notas del programa sean de temas de actualidad pero atemporales. *“El programa es muy bueno. Nos permite acercar a la audiencia una alternativa distinta de la que habitualmente entregamos, sobre todo a una franja etérea específica que no teníamos cubierta”*, comenta el Prof. Esteban Beato, de Radio Educativa de Junín.

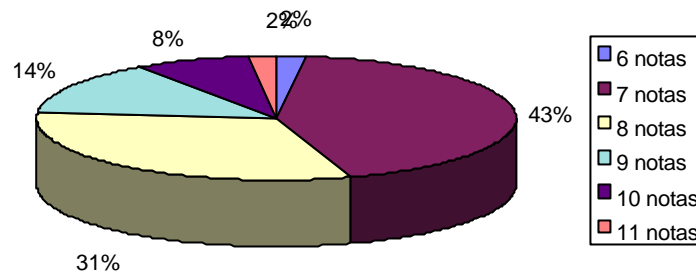
Su contenido se basa en los asuntos más importantes que se están gestionando en la Defensoría en ese momento. Los temas que se tratan en el programa son en su mayoría de Información General y abarca desde Servicios Públicos, Derechos Humanos, Ecología, Medio Ambiente, problemas con la Administración Pública Nacional, Jubilaciones y Discapacitados.

El material para desarrollarlos llega de diferentes canales como los oyentes que llaman o escriben desde el interior, defensores provinciales o municipales que plantean alguna inquietud o que acercan problemas o soluciones. El programa, que tiene una duración de una hora, posee la particularidad de ser grabado como si fuera en vivo, sin libreto prefijado y con entrevistas en el estudio e intervenciones telefónicas.

---

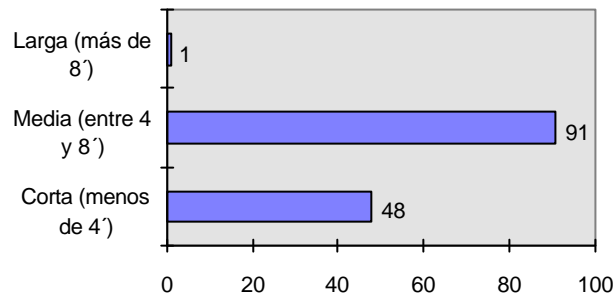
<sup>2</sup> HAYE, Ricardo M. LA RADIO DEL SIGLO XXI. NUEVAS ESTÉTICAS. Ediciones Ciccus la Crujía.

### Cantidad de Notas por Programa



Fuente: Análisis de contenido de todos los programas emitidos en el 2002

### Duración de las Notas



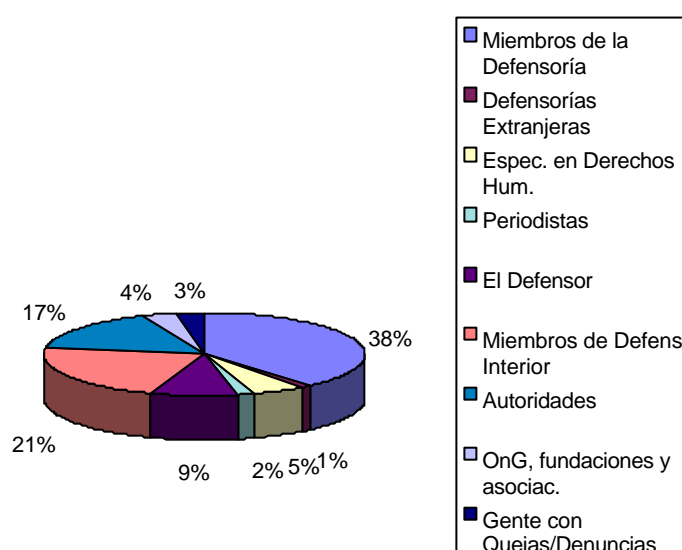
Fuente: Análisis de contenido de todos los programas emitidos en el 2002

Se intenta que haya una multiplicidad de voces en cada programa para que todos los sectores se vean representados y para obtener distintas visiones de los hechos. La voz del Defensor del Pueblo, Eduardo Mondino, está prácticamente siempre presente en los primeros minutos del programa, porque, como máximo referente de la Institución, es fundamental conocer las tareas que está llevando a cabo y su opinión acerca de los temas tratados. Fiel a su política de abarcar a todo el país, en “*La Gente y su Defensor*” participan las Defensorías provinciales, Organizaciones No Gubernamentales, fundaciones y asociaciones, comunidades aborígenes, autoridades y, por supuesto, los habitantes del país, tratando de “sintonizar” todos en procura de un mismo objetivo: lograr un producto final que le sirva a la comunidad en defensa de sus derechos. En el 2003, se han incorporado voces de personajes y organismos internacionales, porque en este mundo globalizado no se pueden mantener ajenos a las visiones y actividades del exterior. El Defensor del Pueblo de Venezuela, Germán Mundaraín,

comenta: “Cuando estuve en Buenos Aires tomé la idea de ese programa (en alusión a “La Gente y su Defensor”) y ahora estoy realizando tres programas de radio del Defensor del Pueblo de Venezuela inspirado en el ejemplo de la Defensoría del Pueblo de La Nación Argentina.”

Para acentuar este perfil internacional, “La Gente y su Defensor” se puede bajar desde la página web de la Federación Iberoamericana del Ombudsman.

### Participantes



Fuente: Análisis de contenido de todos los programas emitidos en el 2002<sup>3</sup>

**El costo del proceso total de producción del programa y distribución** de los cassettes es el equivalente a la compra de los sobres de papel, los cassettes y las estampillas. Es decir, que con un costo ínfimo se logra un programa de alto nivel que llega a prácticamente todo el país. Se trata de algo inédito en los tiempos actuales teniendo en cuenta que la

<sup>3</sup> Al ser analizados los programas emitidos durante el 2002, el porcentaje de Voces internacionales es bajo. Durante el 2003 el mismo ha aumentado considerablemente.

realización, entrega y emisión es prácticamente sin costo alguno para las partes (Defensor/radios). En el caso de Internet, el costo se reduce a cero.

De esta manera, el programa de radio se transforma en una herramienta clave de la comunicación institucional de la Defensoría, una vidriera, con gran alcance, efectividad comprobada y de costo mínimo, que refleja la identidad de la Institución. *“Por identidad organizacional entendemos la personalidad de la entidad. Esta personalidad es la conjunción de su historia, de su ética y de su filosofía de trabajo, pero también está formada por los comportamientos cotidianos y las normas establecidas por la dirección”*.<sup>4</sup>

La identidad se define por los recursos de los que dispone la institución y el uso que de ellos hace, por las relaciones entre sus integrantes y con el entorno, por los modos que dichas relaciones adoptan, por los propósitos que orientan las acciones y los programas existentes para su implementación y control.

Desde una perspectiva comunicacional, la identidad es el yo de la organización, es una pieza fundamental del edificio de esta. La identidad, es pues el conjunto de atributos que una organización quiere proyectar para ser reconocida de esa y sólo de esa manera por los públicos de la organización.

Según Joan Costa<sup>5</sup>, algunas de las razones del cuidado de la imagen de la organización son:

- Destacar la verdadera identidad de la organización.
- Transmitir notoriedad y prestigio.
- Reflejar la autentica importancia y dimensión de la organización.
- Conseguir una opinión pública favorable.
- Organizar el futuro de la organización.

*“La Gente y su Defensor”* es uno de los medios más importantes utilizados por el Ombudsman Nacional para reflejar su identidad y cumplir con los requisitos de Joan Costa.

Según Paul Capriotti *“la definición de la identidad corporativa es el elemento*

---

<sup>4</sup> CAPRIOTTI, Paul. **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN CORPORATIVA**. Editorial Ariel, Barcelona, 1999.

<sup>5</sup> COSTA, Joan. **IMAGEN CORPORATIVA EN EL SIGLO XXI**. Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2003

*básico de la estrategia de imagen corporativa, puesto que constituye su base y es el aspecto globalizador y unificador de la comunicación corporativa.”<sup>6</sup>*

Arturo Merayo Pérez sostiene que la radio, en líneas generales, cumple con cuatro funciones principales: Informar, Persuadir, Formar y Entretener. *“La Gente y su Defensor”* cumple especialmente con tres de estas funciones: el arte de la persuasión, que consiste en hacer creer- hacer aceptar- hacer admitir; el arte de formar, que supone ser un instrumento que contribuya a mejorar los procesos de formación de los individuos y apunta a transmitir el Bien, la Verdad y la Belleza que hay en las cosas; el arte de informar, es decir, de satisfacer una necesidad de utilidad práctica o de intereses inmediatos para la audiencia.

De esta manera, el programa cumple con la mayoría de los requisitos fundamentales citados en los Informes de los Comités Pilkington (1962) y Annan (1977), para todo programa radial que aspire a la excelencia: a) un programa de radio debería alcanzar a toda la población; b) la programación debe atender a todos los gustos e intereses; c) las minorías, especialmente las que sufren desventajas, deberían recibir una particular atención; d) las emisoras deben reconocer su relación especial en cuanto al sentido de identidad nacional y respecto a la comunidad.<sup>7</sup>

Si bien la radiodifusión no es el único medio de comunicación empleado por la institución para darse a conocer y establecer una relación con el ciudadano, tiene mucho que aportar. Posee el valor de ser el medio más pegado a la realidad cotidiana, el medio con mayor credibilidad y presencia en la sociedad. Además, es importante resaltar la fidelidad que manifiestan los oyentes de este medio hacia los programas que escuchan habitualmente.

Teniendo en cuenta la afirmación de Mc Luhan *“el medio es el mensaje”*, no se puede considerar únicamente el mensaje como contenido e información, dejando de lado una de las características más importantes de los medios: su poder para modificar el curso y funcionamiento de las relaciones y actividades humanas. *“El mensaje de un medio es todo CAMBIO que ese medio provoca en las sociedades o culturas”<sup>8</sup>*. Y la radio, por sus

---

<sup>6</sup> **CAPRIOTTI, Paul. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN CORPORATIVA.** Editorial Ariel, Barcelona, 1999

<sup>7</sup> **LEWIS, Peter M. y Jerry BOOTH. EL MEDIO INVISIBLE, Radio pública, privada, comercial y comunitaria.** Editorial: Paidós Comunicación. 1era edición, 1992.

<sup>8</sup> **MC LUHAN, Marshall. CONTRAEXPLOSIÓN.** Editorial: Paidós, Buenos Aires, 1971.

características, crea un ambiente de percepción íntimo, que es idóneo para que el oyente se apropie del mensaje que se le quiere transmitir y se identifique con el tema en cuestión.

Es importante volver a resaltar aquí **la relevancia que tiene la transmisión del programa en las radios locales en el interior del país**. Existe un sentido de pertenencia muy fuerte entre la gente del interior y las emisoras que escuchan habitualmente. *“El servicio que brindan las radios locales es vital, y el arco de radioescuchas es amplio, abarca desde el peón rural hasta el empresario agropecuario, desde el ama de casa y el estudiante hasta el jubilado y el gerente de un banco. Porque, sin duda, la radio local educa, promueve y fomenta las actividades de la región y la familia encuentra allí sus costumbres”*, sostiene Silvio Gorge, director de FM Riel, otra de las radios que emiten el programa. Esto es precisamente lo que busca alcanzar la Defensoría del Pueblo de la Nación a través de su programa: llegar a formar parte de la vida cotidiana de la gente. A través de la radio local, *“La Gente y su Defensor”* logra insertarse dentro de las costumbres de las comunidades. El Ombudsman Nacional busca un retorno al pensamiento local y regional. Al mismo tiempo, permite darse a conocer en aquellos lugares más remotos del país. *“La gente de la localidad escucha SU radio, la sienten en verdad como propia, sólo en ella escuchan sus noticias, sus expresiones culturales, sólo en ella se los trata como vecinos, como amigos... y encuentran siempre una puerta abierta. Realmente hay un vínculo único entre las radios locales y la sociedad de la que forman parte”*, opina el director de FM Alas, de la localidad de Correa, provincia de Santa Fe, quienes también transmiten el programa semanalmente.

La importancia de la emisión de *“La Gente y su Defensor”* en pueblos que lindan con países vecinos deviene de su poder de contrarrestar el influjo cultural e informativo que proviene de los estados limítrofes. El programa, además de percibirse como un producto regional, lleva consigo un carácter nacional que refuerza la identidad argentina desfigurada en aquellas zonas.

Merayo Perez hace incapié en el binomio radio-sociedad. Desde sus comienzos, la radio logra grados de aceptación y penetración sorprendentes. Este medio genera una intimidad psicológica entre el emisor y el receptor. *“La radio es el medio de comunicación*

*que mejor reproduce la relación interpersonal, el que mejor puede comunicar”<sup>9</sup>. Esta es una de las razones principales por la que la Defensoría ha elegido este medio para llegar a la sociedad y hacerle conocer tanto su existencia como los temas tratados y las actividades realizadas por la institución. “Cuanto más pequeño es el lugar, más se nota la importancia de las radios locales. Es el vínculo que tiene la gente entre sí, con sus cosas cotidianas, con las voces de quienes ve todos los días circular por sus calles, con sus mismos problemas, con una percepción cercana de las cuestiones y requerimientos de la comunidad”, comenta Gustavo Abel di Croce, director de Radio Nacional de la provincia de Rio Negro.*

La radio ofrece una apariencia de privacidad, y logra una fuerte inserción en la vida cotidiana de las personas hasta llegar a constituirse en una de sus costumbres diarias. Faus Belau afirma que *“la radio es cuestión de intimidad, casi como una relación pasional entre emisor y oyente”<sup>10</sup>. Esa es la manera más efectiva de llegar a la gente, y lograr que reciban el mensaje que se quiere transmitir desde el Ombudsman Nacional. Según Brecht, “la radio podría ser el más maravilloso sistema de comunicación pública imaginable, si fuera capaz de recibir y no sólo de transmitir, de hacer que los oyentes escucharan, pero que también hablaran, de relacionarlos y no de aislarlos”<sup>11</sup>.*

**“La Gente y su Defensor” llega a lugares donde a otros medios más poderosos no les interesa llegar,** y les acerca una herramienta constitucional. Se trata de un método para generar espacios de expresión y retroalimentación social. Esto de por sí ya establece una notable diferencia con respecto a otros medios que, por lo general, tienden a actuar como simples difusores de información, logrando escasos niveles de interactividad, y una participación social muy limitada. *“Hay un vínculo especial entre las radios locales y la sociedad, yo diría que este vínculo es de respeto y proximidad. Se siente a la radio como propia y cálida, a diferencia de las grandes cadenas que se las perciben lejanas, frías y*

---

<sup>9</sup> MERAYO PEREZ, Arturo. Idem 1

<sup>10</sup> FAUS BELAU, Angel. **REINVENTAR LA RADIO**. Profesor ordinario de Teoría y Técnicas de la Información Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, Pamplona, España.

<sup>11</sup> BRECHT, Bertolt (1930) en **EL MEDIO INVISIBLE. Radio pública, privada, comercial y comunitaria**. De LEWIS, Peter M. y Jerry BOOTH. Editorial: Paidós Comunicación. 1era edición, 1992. (pag. 245)

*no tan comprometidas con la realidad local*”, dice Cr. José A. González, director de FM La Esperanza, de la provincia de Salta.

Actualmente, las estrategias de comercialización hacen olvidar la vocación de servicio público que había caracterizado al medio. Este programa, en cambio, sigue manteniéndose en la línea de servicio público. Por eso, puede insertarse dentro del binomio radio servicio público - comunitaria, de Peter M. Lewis<sup>12</sup>, que se relaciona íntimamente con el binomio radio - sociedad de Merayo Pérez.

Mientras que el servicio comercial y público trata a los oyentes como objetos que los anunciantes deben capturar, la radio comunitaria considera a sus oyentes sujetos y participantes. *“La Gente y su Defensor”* alcanza objetivos no comerciales y se orienta especial y directamente hacia una finalidad de carácter social. *“Las radios comunitarias trabajan con el pueblo para que éste llegue a saber más, realice mejor su trabajo, consiga tener todo lo que necesita para su vida y pueda participar realmente en la vida de su pueblo, su región y su país”*.<sup>13</sup>

Las radios locales ayudan a justificar la demanda del servicio a la comunidad y a la nación. Es por eso que se concibieron como una parte de la radiodifusión de servicio público. Es importante permitir el acceso a una expresión pública de preocupaciones particulares o colectivas, así se fomenta un sentido de interacción comunicativa con el oyente. *“La Gente y su Defensor tiene dos impactos: por un lado correctivo para que aquellas personas que no saben que tienen algún derecho que no se les respeta, puedan iniciar los reclamos correspondientes; y por el otro, el carácter preventivo con lo cual una persona está atenta ante cualquier situación sabiendo cuáles son los derechos que le asisten”*, opina Gustavo Abel Di Croce, director de Radio Nacional de la provincia de Río Negro.

Las emisiones de acción social (es decir, las producciones que invitan a los radioyentes a actuar) son la reivindicación más sustancial de la radio para fomentar la solidaridad en la comunidad. *“La emisora debe educar los oídos; gozar de libre acceso; mantenerse viva y al día; experimentar con el sentimiento y el tacto la dinámica de una ciudad; transmitir la voz de la ciudad; dedicarse especialmente a aquellos que no pueden acceder a los medios de comunicación; esforzarse por ser accesible para los*

---

<sup>12</sup> HAYE, Ricardo. Idem 2

*actores perjudicados. Debe ofrecer acceso y formación, actuando como co-trabajador con el ciudadano y otros grupos” reflexiona Haye.<sup>14</sup>*

Según Lewis, en la radio de servicio público se pueden distinguir cinco elementos: un objetivo no lucrativo, la universalidad del servicio (ampliar el servicio a toda la población), el control unificado como principio conductor, el mantenimiento del nivel de la programación y el énfasis en el público o en los distintos conjuntos de públicos que juntos configuran la gran audiencia. **“La Gente y su Defensor”, en su práctica profesional, refleja estas cinco características** ofreciendo un material que no es político, ni tendencioso, ni amarillista, sino que apunta a la relación con la comunidad. Pone al alcance de todos los argentinos un programa de calidad, ayudando a difundir temáticas como Derechos Humanos, Medio Ambiente y Derechos del Consumidor, entre otros, sin buscar a cambio ningún beneficio lucrativo.

Ricardo Haye<sup>15</sup> sostiene que resulta atractivo pensar al comunicador social como a un “devolvedor profesional”. Es decir, como alguien que sale a buscar realidades humanas, las encuentra y las procesa en términos profesionales para su devolución al colectivo social que las generó. Los integrantes de *“La Gente y su Defensor”*, como comunicadores sociales, buscan cuáles son las demandas de la gente, qué está reclamando, a quién, por qué, etc. La audiencia así es el origen y el destino y no tan sólo el recipiente final de los mensajes. El público abre y cierra el circuito. *“Se trata de un programa de servicio público porque le acerca a la audiencia la posibilidad de acceder a información que en otros medios no se desarrollan, donde además muchos de los casos tratados pueden servir como ejemplos a cientos de reclamos que la gente a veces no se anima a plantear por dudas o desconocimiento”*, dijo el Prof. Esteban Beato, de Radio Educativa de Junín.

Un estudio promovido por el Banco Mundial a principio de la década de los setenta recuperaba y sistematizaba las estrategias de aquellas radios con finalidad educativa. El documento, que editado como libro se titulaba *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*, subrayaba los fines que debía establecer la radio si quería hacer eficaz una comunicación para el progreso: motivación, información, enseñanza y modificación de conductas. Se trata precisamente de algunos de los fines que persigue el programa *“La Gente*

---

<sup>13</sup> MERAYO PEREZ, Arturo. Idem 1

<sup>14</sup> HAYE, Ricardo. Idem2

y su Defensor”. Busca motivar, es decir, conseguir que los individuos reflexionen, e incluso, actúen sobre el objeto de la reflexión; informar acerca de los temas que se están tratando en la Defensoría y que son de interés público; enseñar, que se refiere a difundir las destrezas cognitivas necesarias para que el pueblo pueda defender sus derechos; modificar la conducta, es decir, aconsejar al público cómo desarrollar actividades determinadas y seguir acciones concretas. Así, se ha utilizado el programa para indicar a las personas cómo denunciar un acto u omisión de la Administración Pública nacional y de las empresas prestatarias de servicios públicos, irregularidades, demoras innecesarias, discriminación, abuso de poder y defensa de los derechos humanos esenciales: salud, educación, seguridad social, medio ambiente, etc.

Una de las consecuencias de los medios eléctricos, según Ortega y Gasset, es que crean al *hombre masa*.<sup>16</sup> La identidad privada, cultural y social desaparece. El hombre se convierte en una parte mínima de una masa heterogénea y anónima. Este programa intenta ser no sólo un medio de comunicación, sino un espacio donde se construyan las identidades culturales: un medio en el que la participación de la sociedad desempeñe un papel esencial y cuya función no pueda dejar de ser primordialmente educativa al informar, promover y defender los intereses y derechos de la sociedad, tomar parte en sus costumbres culturales y sociales así como en sus prácticas políticas. *“La función de la radio educativa debe ser denunciar, protestar e interpelar y de esta manera se hace presente en la sociedad”*<sup>17</sup>. **Y el programa radial del Ombudsman Nacional justamente cumple con estos cometidos.** La Defensoría trata, por lo tanto, de instaurar un estilo de comunicación horizontal, participativa, que respete y tenga en cuenta la realidad de los involucrados en el proceso y los considere personalidades activas, comprometidas con la sociedad de la que forman parte.

Según Peacock<sup>18</sup>, la radiodifusión es un bien nacional que debería usarse para provecho nacional más que para obtener beneficios de grupos con intereses particulares. Los organismos de difusión no deberían sufrir la intervención del gobierno en su labor diaria ni en el contenido de sus programas. La Defensoría del Pueblo de la Nación es un órgano

---

<sup>15</sup> HAYE, Ricardo. Idem 2

<sup>16</sup> ORTEGA Y GASSET, José. LA REBELIÓN DE LAS MASAS. Editorial: Alianza, 13ª edición, Madrid, 1997.

<sup>17</sup> MERAYO PEREZ, Arturo. Idem 1

<sup>18</sup> PEACOCK, A. Report of the Committee on Financing the BBC (Presidente: Sir A. Peacock) HMSO, Cmnd 9824. (1986)

independiente instituido en el ámbito del Congreso de La Nación, que actúa con plena autonomía funcional sin recibir instrucciones de ninguna autoridad.<sup>19</sup> El gozo de esta autonomía garantiza al oyente que el programa no recibe directivas del gobierno ni presiones de parte de ningún órgano de poder.

Por su búsqueda permanente de la excelencia y con la motivación de permitir que cualquier persona en cualquier parte del mundo pueda escuchar el programa, “*La Gente y su Defensor*” se ha adaptado al avance de las nuevas tecnologías: desde Enero del 2002 se puede bajar o escuchar el programa en formato mp3 desde la página web que la Institución tiene en Internet. “*En tiempos donde el sector público no parece encontrar la manera de utilizar mejor sus recursos, la Defensoría del Pueblo de la Nación se plegó a los beneficios de la Internet y demostró que, pese a la crisis, aún hay oportunidades de consolidar una acción oficial en beneficio de la gente y al mismo tiempo ahorrar dinero.*”<sup>20</sup>

Aunque el ámbito natural de desarrollo de la tecnología de la radiodifusión sea el espectro electromagnético, la radio no puede renunciar al resto de soportes y medios digitales porque todos tienden a converger. En este sentido, Internet puede facilitar la integración digital de la radio y la oferta de nuevos servicios. La radio puede usar Internet como un nuevo soporte de transmisión para transmitir los contenidos actuales en tiempo real. La Dra. Martínez Costa sostiene que “*se trata de una nueva forma de consumir la misma radio, ofreciendo la posibilidad de acceder a bancos de datos de programas y diseñar la propia oferta radiofónica a la hora y el lugar que el usuario decida, convirtiéndose en una oferta de radio a demanda*”<sup>21</sup>. Es una nueva forma de radio: radio desde la web y para la web. El orden y el tiempo de la secuencia narrativa de la radio caracterizado por el aquí y ahora, se rompe con el consumo diacrónico realizado en diferido y de forma selectiva. “*El programa lo bajamos por Internet, y esto es de gran satisfacción. Hacemos realidad que una pequeña radio del interior pueda ser escuchada en cualquier parte del mundo*”, comenta Silvio Gorge de FM Riel.

---

<sup>19</sup> CONSTITUCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA, Artículo 86

<sup>20</sup> RADIO Y TELEVISIÓN AMERICANA. Tabloide Mensual. Edición nro.75, Octubre de 2002, Pág. 15

<sup>21</sup> MARTINEZ COSTA, Ma. Del Pilar . Convergencia de los soportes y formatos digitales: El presente de la Radio. II Encuentro sobre la Tecnología de la Información en Navarra

*“Internet es un nuevo soporte que facilita la integración digital de la radio y la oferta de nuevos servicios. La radio debe renunciar al mensaje exclusivamente sonoro y encontrar el modo más adecuado de integrarse con los demás recursos expresivos: la imagen y el texto escrito.”*<sup>22</sup>

“*La Gente y su Defensor*” ha sido premiada en diferentes rubros por numerosas entidades. Entre los reconocimientos más importantes se destacan:

- Consejo Profesional de Relaciones Públicas: mención especial en la categoría "Relación con la Comunidad".
- Premio a la excelencia Broadcasting: ternado en el rubro "Solidaridad"
- Premio AM CART: primer premio en la categoría. "Interés General"
- Premio Ratel'k: nominación para el Ratel'k de Oro 2001
- ▬ Premio Magnificat entregado por la Asociación de Radiodifusores Católicos Argentinos (ARCA)

---

<sup>22</sup> MULLER, Ma. José. LA RADIO EN LA WEB: ¿La renuncia al solo sonido?, en “La formación en el Periodismo y la Comunicación Social en la Convergencia Digital”, Jornadas REDCOM, Buenos Aires, 15 y 16 de Noviembre del 2002

## • CONCLUSIÓN

Luego de realizar este profundo trabajo de investigación, se puede afirmar que el programa de radio “*La Gente y su Defensor*” puede calificarse como bueno, completo y eficaz, y como herramienta de ayuda fundamental para la comunicación institucional de la Defensoría del Pueblo de la Nación.

Esta hipótesis, que sirvió como punto de partida para la investigación, fue fundamentada y corroborada a lo largo de todo el trabajo. Las razones principales que justifican esta teoría son:

- que el programa radial de la Defensoría del Pueblo de la Nación se trata de un servicio público a la comunidad, con objetivos no comerciales y con fines de carácter social;
- se trata también de un programa educativo y formativo, que les enseña a las personas derechos que no conocen y las instruye acerca de la manera de defender esos derechos;
- gracias al programa, la Institución se da a conocer en los lugares más remotos del país, y de esta manera le acerca a la gente una herramienta constitucional que tal vez hasta el momento desconocía y queda resguardado el principio de igualdad que garantiza la Constitución,;
- el equipo de producción del programa le da mucha importancia a la difusión del programa en radios locales, de este modo, además de dar a conocer la Institución en todos los rincones del país, se convierte en parte de la vida cotidiana de la población hasta llegar a constituirse en una de sus costumbres. Y además, el programa también llega a escucharse en los países limítrofes;
- el programa trata un amplio abanico de temas, y en él participan los distintos actores vinculados en los asuntos que se tratan en la Defensoría;
- el programa cumple con los requisitos, funciones y disposiciones generales que exigen los autores especializados en la radio para todo programa que aspire a la excelencia;
- “*La Gente y su Defensor*” mantiene un alto nivel de interacción con la sociedad, y la respeta profundamente, busca, escucha y atiende las demandas de la gente, y además les ofrece soluciones a esas demandas. La sociedad tiene un gran espacio en el programa;
- el programa no sufre influencias ni presiones por parte del gobierno, quedando garantizada su autonomía;

- se ha adaptado a las nuevas tecnologías, y puede escucharse o bajarse por Internet. De esta manera, el programa tiene un alcance mundial;
- ha recibido importantes premios que ratifican la excelencia y calidad del programa, y además elogios y reconocimientos de los directores de las radios que lo transmiten;

Por todo lo expuesto en el trabajo, se puede afirmar que *“La Gente y su Defensor”*, además de aprovechar todas las ventajas que posee la radio como medio de comunicación, brinda a los oyentes un servicio público, un programa informativo y formativo, alcanzándoles una nueva herramienta constitucional para garantizar el cumplimiento de sus derechos. De esta manera, *“La Gente y su Defensor”* se convierte en un elemento clave para la comunicación institucional del Ombudsman Nacional, informando sobre la existencia de la Institución y las tareas que esta desarrolla en todos los rincones del país.

Trabajo realizado por la Oficina de Prensa  
del Defensor del Pueblo de la Nación Argentina,  
con la colaboración de:  
Clara Donadt y Belén Avellaneda

## **STAFF**

### **Dirección General:**

Eduardo Mondino

### **Producción General:**

Juan José Larrea

Walter Freytes

### **Conducción:**

Omar Gomez Sanchez

### **Producción:**

Hugo Greppi

Gustavo Castillo

Fernando Almirón

Nelly Durán

Silvia Sintas

Rosa Gimenez

Georgina Sturla

## **BIBLIOGRAFIA CONSULTADA**

- **BRECHT, Bertolt** (1930) en **EL MEDIO INVISIBLE, Radio pública, privada, comercial y comunitaria** de LEWIS, Peter M. y Jerry BOOTH. Editorial Paidós Comunicación. 1era edición, 1992.
- **CAPRIOTTI, Paul.** **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA IMAGEN CORPORATIVA.** Editorial Ariel, Barcelona, 1999
- **COSTA, Joan.** **IMAGEN CORPORATIVA EN EL SIGLO XXI** Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2003
- **CONSTITUCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA,** Artículo 86
- **FAUS BELAU, Angel.** **REINVENTAR LA RADIO.** Profesor ordinario de Teoría y Técnicas de la Información Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- **HAYE, Ricardo M.** **LA RADIO DEL SIGLO XXI. NUEVAS ESTÉTICAS.** Ediciones Ciccus la Crujía.
- **LEWIS, Peter M. y BOOTH, Jerry.** **EL MEDIO INVISIBLE, Radio pública, privada, comercial y comunitaria.** Editorial Paidós Comunicación. 1era edición, 1992.
- **MARTINEZ COSTA, Ma. Del Pilar.** **CONVERGENCIA DE LOS SOPORTES Y FORMATOS DIGITALES: El presente de la Radio.** (II Encuentro sobre la Tecnología de la Información en Navarra)
- **MERAYO PEREZ, Arturo.** **IDENTIDAD, SENTIDO Y USO DE LA RADIO EDUCATIVA** (Artículo publicado en III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Ediciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 2000)
- **MC LUHAN, Marshall.** **CONTRAEXPLOSIÓN.** Editorial Paidós Comunicación, Buenos Aires, 1971.
- **MULLER, Ma. José.** **LA RADIO EN LA WEB:; La renuncia al solo sonido?**, en “La formación en el Periodismo y la Comunicación Social en la Convergencia Digital”, Jornadas REDCOM, Buenos Aires, 15 y 16 de Noviembre del 2002
- **ORTEGA Y GASSET, José.** **LA REBELIÓN DE LAS MASAS.** Editorial Alianza, 13ª edición, Madrid, 1997.
- **PEACOCK, A.** **REPORT OF THE COMMITTEE ON FINANCING THE BBC** (Presidente: Sir A. Peacock) HMSO, Cmnd 9824. (1986)
- **RADIO Y TELEVISIÓN AMERICANA.** Tabloide Mensual. Edición nro. 75, Octubre de 2002, Página 15
- Sitio Oficial de la Defensoría del Pueblo de La Nación en Internet: **[www.defensor.gov.ar](http://www.defensor.gov.ar)**