

XIV Jornadas de Investigación y Tercer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2007.

# **La radio en la cabeza. Espacios y estrategias radiales de prevención y promoción de la salud mental colectiva.**

Castro, Germán, Peirano, Rosana y Videla Gustavo.

Cita:

Castro, Germán, Peirano, Rosana y Videla Gustavo (2007). *La radio en la cabeza. Espacios y estrategias radiales de prevención y promoción de la salud mental colectiva. XIV Jornadas de Investigación y Tercer Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-073/169>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/e8Ps/1fV>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# LA RADIO EN LA CABEZA. ESPACIOS Y ESTRATEGIAS RADIALES DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL COLECTIVA

Castro, Germán; Peirano, Rosana; Videla Gustavo  
Latinoamericana, Centro de Comunicación, Capacitación y Cultura. Asociación Civil

## RESUMEN

En la presente comunicación desarrollaremos los avances de una investigación que aborda espacios y estrategias radiales de prevención y promoción de la salud mental colectiva. Es una investigación participativa, exploratoria y descriptiva de Latinoamericana, Centro de Comunicación, Capacitación y Cultura con apoyo del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Ministerio de Derechos Humanos y Sociales. La metodología es cuali-cuantitativa e indaga el campo de los/as comunicadores/as y sus prácticas radiales en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, vinculadas a temas y problemas psicosociales. Objetivo general: ¡Explorar, identificar y analizar el contexto actual de construcción de espacios y estrategias de los dispositivos radiales y del registro de las necesidades de salud mental desde la perspectiva de los productores-realizadores. Objetivos específicos: ¡Conocer modalidades de producción radial :demanda, propósitos, validez de los propósitos, objetivos y su operacionalidad, condiciones, modos y relaciones comunicacionales, participación en la realización radial. ¡Explorar de los actores sociales que organizan, construyen y gestionan prácticas radiales en temas y problemas psicosociales: Condiciones de vida-condiciones de salud, percepción epidemiológica, recursos formales e informales del sector salud, modalidades de relevamiento de las necesidades socio-sanitarias características socioculturales y políticas de su grupo poblacional, situaciones de riesgo percibidas, estrategias protectivas y de afrontamiento.

## Palabras clave

Prevención Promoción Salud Radio

## ABSTRACT

THE RADIO IN THE HEAD.

SPACES AND RADIAL STRATEGIES OF PREVENTION AND PROMOTION OF THE COLLECTIVE MENTAL HEALTH

We will develop the advances of a research about spaces and radial strategies of prevention and promotion of the collective mental health. It's a participative, exploratory and descriptive research by LatinoamericanA, a communications, qualification and culture Centre; supported by the Government of the City of Buenos Aires, Ministry of Social and Human rights. This research -with a cuali-quantitative methodology- investigates the field of the communicators and their radial practices in Buenos Aires City, related to psycho-social subjects and problems. General objective: ¡To explore, to identify and to analyse the present context of construction of spaces and strategies of the radial devices of the registry of the mental health necessities from the perspective of the producers. Specific objectives: ¡To get to know forms of radial production: demand, intentions, communicational validity of the intentions, objectives and its operability, conditions, communicational forms and relations, participation in the radial accomplishment. ¡To explore of the social actors who organize, construct and manage radial practices regarding psycho-social issues and problems: Formal and informal conditions of life-conditions of health, epidemiologist perception, resources of the health sector, forms of examining social-health needs, sociocultural and political characteristics of its population group, perceived situations of risk, protective and confrontation strategies.

## Key words

Promotion Prevention Health Radio

La inquietud de centrar el proceso de indagación en el Área Interdisciplinaria que comprende la articulación de prácticas y saberes construidas en la intersección de los campos: Comunicación Radial-Psicología Comunitaria/Prevención Crítica nos moviliza en la tarea de proyectar una investigación participativa, exploratoria y descriptiva acerca de las comunicadoras y comunicadores que despliegan espacios y estrategias radiales de prevención y promoción de la salud mental colectiva constituyéndose en promotoras y promotores de salud en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La presente investigación aborda como problema la escasa utilización de producciones radiales como espacios y estrategias colectivas de promoción y prevención de la salud mental.

Entre nuestros propósitos en el recorrido de nuestra investigación se encuentran:

- Proteger y ejercitar el derecho a la libertad de opinión, expresión respecto de la salud colectiva.
- Difundir las experiencias radiales como multiplicadoras de salud colectiva y capacitar en el área de producción radiofónica a organizaciones de la sociedad civil que trabajen desde su visión y misión organizacional según:

**su área temática:** atención primaria de salud, comunicación, cultura, salud, salud mental, medio ambiente, social.

**su tema específico:** abuso sexual, alcoholismo, niñas, niños y adolescentes en situación de calle, ciudadanía, contaminación ambiental, derechos humanos, discapacidad, discriminación, drogadicción, exclusión, familia, género, prostitución, VIH, trabajo, violencias.

**su población objetivo:** desocupados, discapacitados, familia, grupos étnicos, tercera edad, infancia y adolescencia, trabajadores.

**su modo de intervención:** asesoramiento, asistencia, capacitación, promoción, prevención y desarrollo.

## MARCO TEÓRICO

La comunicación, acción de despliegue enunciativo, privilegia la capacidad de llegar al otro y abrir espacios de interrelación y expresión donde se transitan: situaciones intra e interpersonales, emisiones y recepciones constantes en el permanente intercambio de distintas formas de representar y resignificar, textos de contextos que organizan tramas de multiplicidad discursiva cultural, social, cotidiana, en la que no se remite sólo a la acción de transferir; sino de provocar efectos multiplicadores.

La producción radial se configura como un dispositivo mediador que alberga las condiciones de posibilidad de expresión-interrelación-participación-creación, desde una triple voz: "(...) *La radio es sólo sonido, sólo voz pero una voz triple: La voz humana expresada en palabras, la voz de la naturaleza, del ambiente, los llamados efectos de sonido; la voz del corazón, de los sentimientos que se expresa a través de la música. ¿Cuál de las tres voces es más importante? Las tres. (...)*"[1].

Desde el paradigma de la Psicología Comunitaria Crítica y la articulación de sus saberes y prácticas psicosociales y comunitarias en salud tiene como objetivos propiciar el monitoreo estratégico de las necesidades, representaciones; facilitando la coconstrucción de estrategias de promoción y prevención de salud que transformen las condiciones que afectan la salud y el bienestar. En este marco se inscriben las condiciones de posibilidad de explorar las acciones de comunicadoras y comunicadores y sus prácticas radiales vinculados a temas y

problemas psicosociales, los procesos de construcción como actores sociales involucrados en su producción, como efectores del desarrollo de prácticas promotoras y preventivas en salud que incorporen experiencias y saberes producidos en la gestión comunicativa; encaminadas hacia la reapropiación del derecho a la salud.

Desde la potencialidad de estas prácticas mediadoras, la apuesta se concentra en dar lugar a la palabra de realizadores y constructores de producciones radiales de la Ciudad de Buenos Aires que potencie sus posibilidades de procesos de subjetivación y su explícita autonomía.

Comprendiendo a la salud como "(...)satisfactor de necesidades, implica una posibilidad de desarrollo de las potencialidades psíquicas y sociales. Propiciar el despliegue del placer, la inteligencia, remite a subjetividades que no se adapten pasivamente, sino cuestionen y transformen"[ij]. El proceso de salud-enfermedad es "la síntesis de un conjunto de determinaciones que operan en una sociedad concreta y que producen en los diferentes grupos la aparición de riesgos o potencialidades características, las cuales a su vez se manifiestan en la forma de perfiles de enfermedad o de salud"[iii].

Los sujetos productores de modalidades comunicacionales que transfieren temas y problemas respecto de la salud comunitaria despliegan estrategias de autoprotección y estas se hallan enhebradas en la autoeficacia[iv]: conjunto de las creencias y en la propia capacidad para organizar, gestionar y ejecutar las acciones puntuales dirigidas para el control de situaciones y el modo de afrontamiento.

En los procesos subjetivos en la construcción de discursos y prácticas radiales vinculadas a los procesos de salud han de pesquisar movimientos de autonomía progresiva, en sus atributos y en relación a su desarrollo afectivo y responsabilidad creciente de sus actos comunicacionales en la vida cotidiana donde se contextualizan.

La cotidianeidad, vivida como un continuo temporal es "la vida del hombre entero"[v], la vida cotidiana, continua y permanentemente presente, será el contenido posible de los procesos construcción identitaria. Y en esta cotidianeidad, la inclusión de dispositivos comunicacionales en grupos atravesados por la exclusión, la marginalidad, la vulnerabilidad y la ruptura de lazo social provocan el desafío de resignificar y resignificarse, provocando nuevos sentidos de acción participativa y despliegue de estrategias intra e intersubjetivas que suponen la morigeración de múltiples embates diarios.

Estas prácticas comunicacionales bregan por el intercambio y la interacción de la diversidad de productos culturales, promoviendo subjetividades y nuevas significaciones en un campo determinado de fuerzas sociales.

El empoderamiento (empowerment), el acceso a la participación de las personas en las decisiones y procesos que afectan sus vidas como gestores y beneficiarios del desarrollo, se constituye en el tiempo inicial del proceso de formación de promotores de salud como aquellos actores sociales que informan, opinan, escuchan demandas, comparten, construyen y viabilizan un abanico de estrategias para fortalecer conocimientos, aptitudes, actitudes con participación co-responsable en la protección y cuidado de los procesos de salud-enfermedad singular, familiar y colectiva. Los promotores de salud son agentes de cambio social ya que no sólo están en la posición de transferir información sino que son promotores de la participación, de la toma de decisiones y creadores de espacios de opinión, discusión, crítica y cuestionamientos.

Desde esta perspectiva se comprende a las comunicadoras y comunicadores de temas y problemas psicosociales y sus producciones radiales (con sus formatos, sus contenidos y sus lugares de enunciación) como posibles multiplicadores de salud por sus condiciones de posibilidad de resignificar modalidades participativas y es en esta dimensión donde se despliega la indagación del proyecto.

#### **Justificación de la importancia del Proyecto**

Nuestro contexto en crisis socioeconómica e institucional nos

reclama en la tarea urgente de gestar acciones preventivas y promotoras de la salud.

La visualización y la generalización de las estrategias de autoprotección en salud, construidas desde la perspectiva de los actores-autores-productores involucrados, se presenta como posible intervención preventiva y comunitaria en la salud propiciando procesos autónomos de cuestionamiento y cambio que abren la posibilidad de constituirse promotoras y promotores de salud colectiva.

Se apela entonces a las dinámicas creativas, mediatizadoras y participativas propiciadas por la comunicación radial como práctica transformadora con el fin de capitalizar el múltiple y heterogéneo universo radial de nuestra ciudad y promover la eficacia de este medio como facilitadora y viabilizadora de estrategias de promoción y prevención en salud. Desde este marco han de considerarse las acciones de voluntariado como aquellas voluntades implicadas desde la participación-acción concreta y efectiva desplegada en la construcción de saberes y prácticas agenciados de los espacios y estrategias radiales de prevención y promoción de la salud mental

La Secretaría de Cultura - Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales - del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en el Boletín Nro. 5 del mes de Diciembre del 2004, enuncia los datos provistos por el COMFER (Comité Federal de Radiodifusión): "(...) en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires hay 26 emisoras de Frecuencia Modulada (FM) autorizadas, 6 pertenecen al Arzobispado de la Ciudad de Buenos Aires, el resto son públicas, privadas o estatales, en tanto que en la frecuencia de Amplitud Modulada (AM), la cifra asciende a 14 autorizadas. Sin embargo, dentro del territorio de la Ciudad existen otras 39 radioemisoras FM con Permisos Precarios Provisorios (PPP)". Los informes de audiencias de la plaza Buenos Aires provistos por IBOPE correspondientes al período Abril-Mayo-Junio de 2006. aportan los siguientes datos correspondientes de lunes a domingo durante las 24 horas a personas de ambos sexos de 12 a 74 años de todos los niveles socioeconómicos -NES-: (Casos:10.485 Población: 8.399.652 personas).

Según la fuente enunciada los porcentajes de ratings de las emisoras AM (Amplitud Modulada) y FM (Frecuencia Modulada) son: Desde este marco y en articulación con los porcentajes de ratings puede inferirse que la audiencia como producto de radio se encuentra vinculada a formatos radiales musicales e informativos.

#### **RESULTADOS PRELIMINARES**

Hay escasas propuestas radiofónicas enlazadas a temas y problemas psicosociales de las cuales la mayor parte de las mismas son producidas en ámbitos radiales comunitarios. En lo que respecta a las producciones radiales (emisoras y/o programas) populares y comunitarias se han trazado múltiples caracterizaciones, las cuales pueden sintetizarse en sus acciones vertebradas en sostener un medio alternativo que trabaje por la democratización de las comunicaciones posibilitando el libre flujo de la información y el acceso a la palabra y a la opinión de los actores sociales, corriéndose de la homogeneidad y motivando la diversidad cultural.

Son pocas y desconocidas -en su mayoría surgen de ámbitos comunicacionales comunitarios- las producciones radiales que se constituyen como espacios difusores y constructores de prácticas y saberes de promoción y prevención de salud psicosocial.

De relevamientos efectuados hasta el momento se encuentran pocas experiencias donde los medios radiales despliegan acciones de:

- Promoción de estilos, modos y condiciones psicosociales saludables.
- Transferencia y difusión de construcciones colectivas respecto de la salud mental.
- Informar acerca del acceso a los servicios, asistencia, programas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires de salud mental.

- Ofrecer información a las poblaciones vulnerables: infancia en situación de calle, violencia familiar, discapacidad, discriminación, género, vejez.
- Reducir la estigmatización y la discriminación.
- Proponer la desnaturalización de inequidades.
- Monitorear percepción epidemiológica colectiva.
- Obtener, promover, desplegar información sobre la salud mental de la ciudad.
- Fortalecer la circulación entre la red de instituciones y oferta de servicios en Salud Mental.
- Informar sobre Programas específicos: Depresión, psicosis, epilepsia, niños, catástrofes, salud mental y trabajo, entre otros.
- Fomentar la cultura de la salud mental en individuos, grupos y comunidades.

Para la comprensión de algunas categorías, la Cámara Argentina de Control de Medición de Audiencia en su glosario de términos técnicos, define Rating como: "porcentaje de la población, estimado a partir de la muestra, alcanzado por un programa de televisión o radial, en un período determinado"[vi] y Encendido como "porcentaje de la población, estimado a partir de la muestra, expuesto al medio en un período determinado"[vii].

Otros datos indagados se refieren a los ratings según franja horaria para la misma población enunciada: se tendrá en cuenta la caracterización clásica de la audiencia radial, como aquella masa dispersa y extendida -ya que depende de la llegada de las ondas sonoras-, heterogénea -porque está integrada por personas de diferente género, edades, oficios, ocupaciones, nivel económico social-, una masa que puede ser estructurada en nuevos sistemas relacionales o vinculares como las redes de oyentes, una masa fluctuante ya que no está obligada a permanecer sujeta a un único producto radial y acompañando lo enunciado por María Cristina Mata "la audiencia es un producto de la radio (...) no es un hecho u objeto natural que existe porque sí(...) es un objeto histórico, cambiante"[viii].

---

#### BIBLIOGRAFÍA

- [i] LÓPEZ VIGIL, José Ignacio: "Ciudadana Radio. El poder del periodismo de intermediación". Ed. Línea y Punto SAC; 2004.
- [ii] ZALDÚA, Graciela: Material Teórico de la Materia: "Psicología Preventiva". Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, 2002.
- [iii] BREIHL, J. y GRANDA, E.: "Producción y distribución de la salud-enfermedad, como hecho colectivo". En Investigación de la salud en sociedad, CEAS/Fundación Salud y Sociedad, Bolivia, 1985, págs. 45-64.
- [iv] BANDURA, A.: "Guía para la construcción de escalas de autoeficacia", Universidad de
- [v] HELLER, Agnés: "Historia y vida cotidiana. Aportes a la sociología socialista". Editorial Grijalbo. México, 1985.
- [vi] AMARC-ALC: Publicación: "Cara y Señal". Año 1. Nro.2. Buenos Aires. Agosto; 2004.
- [vii] cp. cit.
- [viii] MATA, María Cristina: "Cómo conocer la audiencia de una emisora: Los sondeos de audiencia" Cuadernos de Investigación Nro. 3. ALER-Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica-. Quito; 2004.