
Capítulo XIII

En camino

Capítulo XIII

En camino

Conocí de noticieros con separadores atractivos. No lo hacen con cortinas o ráfagas “típicas” sino con el sonido que produce la ambulancia, el carro de bomberos, el pito del carro, el sonido de la ciudad. El mar. O, también sabemos de corresponsales que en bicicleta recorren el barrio con el “bolso de las noticias” y la comunidad deposita allí sus informaciones”.

Claro, muchos “hombres de radio” reirán al leer el párrafo. Dirán que no. Pero SI mis amigos. SI. No siempre las cosas serán como las hacíamos.

El sol es más amarillo.

A partir del encuentro con distintas radios compartimos sus miradas evangelizadoras. Algunos formatos que utilizan y que bien podrían despertar la imaginación para provocar ideas en el lector – productor.

Hágalos hablar.

En 30 segundos se desarrolla una historia. Los personajes hablan, anuncian y denuncian. Hacen reír. Desde formatos ágiles y muy entretenidos se hace hablar a la banca del parque principal. La banca en 15 segundos cuenta historias de vida. Denuncia al político, llama a los educadores para que cumplan con sus funciones, dice lo que a diario escucha y con ello, anuncia y denuncia.

Este formato monologado, también se puede utilizar con personajes como la mascota del pueblo, la bolsa de la limosna que cada día llega más vacía a la Casa Cural y desde esta posibilidad radial se queja, se duele. También, de gran atractivo resulta escuchar al “bobo” del pueblo. La Colifata, en Argentina, emite desde el Hospital Siquiátrico Borda y son ellos, los locos quienes hacen un programa. No está demás advertir que es un espacio que se escucha en muchos lugares de Argentina y resulta una experiencia creativa y exitosa de comunicación como ejercicio terapéutico.

¿Qué dirían las manos de los fieles en el saludo de paz? Y si la Hostia hablara, ¿qué diría? El Cristo crucificado que está en el templo ¿qué podría decirle a la comunidad que pasa frente a el?

En este mismo contexto, alguna vez escuché en una radio Argentina un trabajo titulado “el muñeco de goma”. Es la puesta en escena de un muñeco que habla al ser “espichado” por un niño. Sin duda, un formato entretenido. Inteligente. Gracioso y claro, muy creativo.

En estos diálogos solitarios o monólogos, también se puede personificar al Padre regañón. Al ama de casa que se queja de la subida de los precios. La mujer engañada. A los fieles que piden más respeto y silencio en el templo.

El esposo maltratador o, lo que podría decir el sacerdote durante la penitencia a uno de esos personajes “importantes” del pueblo.

Trivias.

La gente siempre quiere conocer más y la emisora puede responder a esa curiosidad. Por eso, las trivias pueden servir como estrategia de participación, entretenimiento y despertar un espíritu de cercanía y mayor conocimiento de la población a la que pertenece la radio.

Con el oyente al teléfono, se le cuenta una historia: Eje. Si usted va caminando por la playa encuentra el anillo periférico. En el anillo periférico hay una valla inmensa. ¿Qué anuncia esa valla? ¿Comida, jabones, joyas? El oyente participa desde su respuesta y de paso, se va conociendo más la localidad.

Eclesiales. Marianas. Sobre la Diócesis. De Pentecostés. Litúrgicas. Se pasan a un cedé y se envían a colegios, escuelas, bibliotecas, parroquias, teatros, foros, buses. Sirven como ayuda para los profesores de religión y para concursar con los oyentes. Eje. La Virgen María murió por: (a). un accidente. (b). Por amor. (c). De una enfermedad. Rta/La Virgen María murió por (b) Amor.

Sobre la ciudad o sociales. El edificio más alto. El nombre completo del Alcalde, etc. Se escoge un barrio. La comunidad de ese barrio llega a la emisora con las 10 trivias. Los oyentes llaman y así, se van conociendo detalles de la zona seleccionada para esa semana. Lo anima la gente del barrio invitado.

Para el aniversario se puede hacer una olimpiada de trivias sobre el medio de comunicación.

Frases.

Mira despacio y haz el bien sin mirar a quien. Sólo hazlo. Arquidiócesis de ...

Ayuda al mendigo. Solo ayuda. Arquidiócesis de ...

La hora.

Fácilmente se puede tropezar, en algunos medios, con formas creativas de presentar lo que para muchos otros es una norma fría y repetitiva. La hora.

Como mecanismo de refuerzo a iniciativas de la emisora. Son las tres, como las camas que necesita el asilo. Se hace en voces de los abuelos y abuelas del asilo.

Como presión social. Son las 12, como los días que faltan para que pavimenten las calles.

Como espacios que recuerdan momentos, hechos o signos eclesiales. Es la una, como la Iglesia. Son las tres, como la Trinidad, las 10, como los mandamientos. Desde la narración de historias que tienen que ver con la actualidad de la comunidad.

Como expresiones que ayudan a la sana convivencia. Son las seis, hora de limpiar la playa.

Como los escenarios de la región. Son las tres, como las universidades de Chinandega o, son las cinco, como los colegios del barrio.

Como expresiones que aportan al conocimiento de otras latitudes. En Colombia son las tres, en Denver Colorado, es la una. En Argentina las tres y en Vietnam las 10 de la noche. ¡Siga con nuestra programación!

Editoriales.

Se pueden emitir al iniciar la programación. Que sean cortos. Puede ser un llamado a campesinos, obreros, profesores, políticos o madres solteras, etc. La voz de los editoriales puede ser del Alcalde. El profesor. La religiosa. Los alumnos. Las amas de casa. Los deportistas. El párroco. Estos mensajes son

tan evangelizadores como cualquier otro formato y pueden apoyarse con efectos de sonido.

Los editoriales se pueden hacer a partir de un caso concreto hasta llegar a la generalidad del asunto mencionado. Se hace así para ubicar rápidamente el tema. Para que el oyente identifique de primera mano su realidad y cómo ésta se articula dentro de una generalidad. También se puede hacer al contrario, con la lógica deductiva, yendo de lo general a lo particular.

Campañas a favor de:

- El valor del mes que propone la Iglesia
- El cuidado de los recursos naturales
- El Proyecto de Renovación
- La construcción de la Casa Cural
- La terminación de las carreteras, la ubicación de un puesto de policía
- A favor del acompañamiento a las actividades del Plan de Pastoral o del calendario litúrgico
- La puesta en marcha de un acueducto local

La historia incompleta.

Este formato plantea una historia incompleta. Entonces, se pide a los oyentes que cuenten su final. Un seminarista que estudiaba y la gente define: ¿Se casa? ¿Sigue su vida sacerdotal?, ¿lo hacen obispo?, etc. O, se plantea un sueño. La construcción de una gran obra en beneficio del barrio. La obra inicia y queda en la mitad. La comunidad llama y propone el final. Esta historia incompleta también sirve como mecanismo radiofónico de fiscalización.

Los conversatorios.

Todos los fines de semana y desde el atrio se pueden realizar conversatorios radiofónicos. Se invita a jóvenes para que en noches de sábado canten sus temas preferidos. Los fines de semana los poetas y "locos" toman el micrófono y se hacen escuchar de la comunidad.

Nos cayó el 20.

La producción la escuché en Honduras. Programa con preguntas a la comunidad sobre la vida de la Iglesia. 10 preguntas. Una por oyente. Los 60 minutos están ambientados con música y comentarios eclesiales.

Programa de entretenimiento. Ágil, dinámico y participativo. Entre los que acertaron las respuestas del día se hace un sorteo y el ganador tiene derecho a un almuerzo con un párroco. Se trata de acercar la comunidad a la Iglesia. De escuchar a la gente. Hacen preguntas como: ¿Cuál es el nombre del nuevo párroco de la parroquia de San Pedro?. ¿Cuántos diáconos permanentes tiene la Parroquia de Santa Helena? ¿Cuándo cumple años el Obispo de la localidad?

Quemados.

Es una serie de programas propios que se graba en cedé y se entrega a las comunidades alejadas como apoyo para la formación eclesial de los fieles que se encuentran más apartados. El sacerdote al llegar a la comunidad reflexiona sobre el material radiofónico que previamente se había enviado.

Sirve como material educativo y apoyo pedagógico. Los programas hechos por el Obispo, los programas de liturgia, el espacio de la catequesis o el programa de la Pastoral Juvenil son ideales para este tipo de actividades.

El Rosario, la Coronilla.

El cedé que da vueltas y vueltas se reemplaza por la voz en vivo y en directo de la comunidad. Un locutor en cabina da el cambio a los oyentes que llaman desde distintos barrios.

Locutora 1: Desde el barrio "Cielo azul", Ana Teresa ofrece el segundo Misterio. Porque... familia que reza unida...

Ana Teresa: ... Permanece unida. El segundo Misterio de hoy lo ofrecemos por...

Y así, la comunidad va participando. Después, se puede hacer en directo desde hospitales, cárceles, asilos, etc.

Las que nunca suenan.

Para no escuchar a los de siempre, un programa con las canciones que nunca están en la Parrilla de Programación y que la gente nunca pide, porque nunca se ponen. Se trata de abrir la mirada. De ser musicalmente propositivos.

Cante aunque no cante.

Locutor. Ahora, en cante aunque no cante: Carlos Méndez.

Antes de escuchar su terrible interpretación, recordamos que las grabaciones son los miércoles de 9:00 a 11:00 de la mañana. Se suelta la voz de Méndez y los oyentes escuchan en algunos momentos del día canciones interpretadas por el vecino que vende el arroz, el párroco, la alcaldesa, el equipo de bomberos, etc. Resulta ser muy entretenido y de paso, se marca el paso para apoyar a quienes nacen al mundo de la música. Sin embargo, resulta más entretenido, cuando más desafinado es el participante.

Series radiales.

- El catecismo de la Iglesia Católica en píldoras
- Algunos proverbios grabados en cedé
- Cómo comportarse durante la celebración
- Las bienaventuranzas
- Historia de las parroquias de la diócesis
- Las parábolas de Jesús
- Lecturas del calendario litúrgico
- El mes de la Biblia. Grabar segmentos y enviarlos en cedé para vender a comunidades alejadas. Se incluyen interpretaciones de los mensajes
- Diccionario católico o lenguaje de la Iglesia

La Parrilla de Programación.

Su apertura se puede hacer de múltiples formas, como igualmente se pueden hacer sus identificaciones. Muchas emisoras renuncian a la repetición de... esta es, radio Única... transmitiendo desde... y entonces, se "inventan" cosas. En Radio Kupia Kumi, en la Mosquita, zona selvática de Honduras se les ocurrió: *desde el lugar donde abunda el agua, pero falta en casa, transmite Radio católica Kupia Kumi.*

Al iniciar la emisión se puede leer la misión, visión y filosofía del medio.

Al iniciar el día, se comparten los modos cómo se puede participar en la emisora. O, se pueden mencionar los nombres de los miembros de la Junta de Programación y ellos hablan sobre el papel que cumplen en las decisiones de la radio.

Hace poco en un canal de televisión de cobertura nacional vi como anunciaban la Parrilla de Programación. Días después, su competencia copiaba el formato. Formas de presentar y promocionar la Parrilla de Programación hay muchas. Esperamos conocer cómo lo hace su radio.

Que la parrilla se grabe y se emita durante el día. Los programas de la mañana son anunciados en la voz de un niño. Adolescentes anuncian los espacios del medio día. Adultos al caer la tarde. Ancianos dan la bienvenida a la programación de la noche.

Imprimir la parrilla en volantes y distribuirlos en librerías. Supermercados.

Pegar la Parrilla de Programación en distintas oficinas de la emisora y entregarla a todos los programadores.

Obsequiarla a la salida de las eucaristías.

Pegarla a los recibos de los servicios públicos.

Dibujarla en el muro de la radio.

Pasar la Parrilla de Programación por cines, programas de televisión y otras estaciones.

Desde alta voces de la parroquia destacar algunos programas de la semana.

Amplificar la señal a la entrada y salida de las eucaristías y emitir la Parrilla de Programación.

Grabar mensajes cortos que anuncian la Parrilla de Programación y emitirlos en el templo antes y después de la Eucaristía. El mismo mensaje se puede pasar en distintos templos, emisoras amigas o mezclándola con algunas canciones. Se puede emitir en centros comerciales, buses etc.

Que el periódico local destaque la Parrilla de Programación. La radio hará promoción del periódico.

Creando la zona de repetición. Se toman los mejores espacios de la semana y se repiten.

Incluir la Parrilla de Programación dentro del tarifario de ventas.

Club de amigos.

Esta experiencia más allá de ser un ejercicio económico, es un ejercicio de verdadera participación en la toma de decisiones de la programación. Sin embargo, se han extendido “modelos” alrededor de los muy “famosos” clubes de amigos.

Algunos clubes de amigos visitan casas de familias católicas o del club y hacen desde allá sus emisiones. No esperan a que los socios llamen. Buscan a los socios en sus propias casas. De igual manera, los llaman para

felicitarlos en el día de su cumpleaños y cada viernes reúnen a los que estuvieron de fiesta y hacen una gran celebración.

Para promocionar el club llaman a cualquier número telefónico al azar y dicen: somos el club de amigos, estamos en 110.5. Sólo queríamos invitarlo a participar.

Algunas radios celebran eucaristías especiales para los socios del club. Otras, logran descuentos económicos – para los socios - en droguerías, hospitales, supermercados y demás.

En últimas, resulta más atractivo permitir que sean los socios los que hablen y no los locutores de siempre.

Informativos.

Algunas radios católicas tienen como corresponsales a catequistas o grupos pastorales y así, consolidan la red de comunicadores eclesiales. Otros medios utilizan formularios, que son diligenciados por Delegados o Agentes de Pastoral y así, pasan las informaciones más importantes ocurridas en sus comunidades.

Conocí de noticieros con separadores atractivos. No lo hacen con cortinas o ráfagas “típicas” sino con el sonido que produce la ambulancia, el carro de bomberos, el pito del carro, el sonido de la ciudad. El mar. O, también sabemos de corresponsales que en bicicleta recorren el barrio con el “bolso de las noticias” y la comunidad deposita allí sus informaciones.

Trabajos alternativos.

Múltiples son las ideas desarrolladas para visibilizar el medio. Creación de manillas, botones, bolsos, cachuchas y medias. En cumpleaños radios envueltas en papel regalo. O, emisoras que dictan cursos de radio, desde el medio y por perifoneo para toda la población.

Resulta de la mayor creatividad la grabación de mensajes sociales para difundir en buses y taxis. (Campañas). O, las producciones especialmente dirigidas a presos, visitantes de plazas de mercado, gimnasios. Piezas radiofónicas para colegios, escuelas, catequistas, grupos de liturgia, aldeas.

La colocación de bafles en la calle para que la señal sea amplificada. La realización de cine foros, obras de teatro o apoyo a desempleados de la región como lo hace Radio Sur en Argentina, son alternativas que dinamizan la programación. También se pueden crear sedes de producción donde se hacen pregrabados y así, la comunidad no tiene que ir hasta la emisora.

Radio Aclo en Bolivia abre el medio como acompañante y organizador de campeonatos de fútbol, carreras en bicicleta y demás. Otras crean consultorios radiofónicos y caravanas en favor de actividades anuales: ayuda a los ancianos, a enfermos. Una experiencia similar realiza Radio Sur en Argentina con sus "Caravanas de la Solidaridad" distribuyendo útiles escolares para los niños de la región. Esas ayudas provienen de la comunidad.

Experiencia radiofónica

Sexto Sentido Radio

II

Pienso en los jóvenes de las Facultades de Comunicación de América latina. Los animo a todos una vez más a “crear sus propias radios”. Ir a las nuevas tecnologías, migrar.

Para hacer radio no se necesita tener una radio”.

La consola parece cansada. El estudio es tan grande como un baño. Igual pasa con la sala de locución. Las necesidades saltan. No hay Internet, pero transmiten por ese sistema a todo el mundo. No tienen radio, pero tienen Podcast. No se quejan. Trabajan. No se quejan. Trabajan y trabajan bien.

Los escuché por Internet. Los busqué en Nicaragua, estaban en Managua y conversamos en la Universidad Centroamericana. UCA.

He visto radios con misión y visión. Escriben pero no dicen.

Conocí una nueva experiencia. Un programa creativo con una bonita producción. Un público muy bien definido y una cadena nacional fruto de la calidad del programa y no, de una imposición estatal. A una radio la pueden obligar a entrar en cadena nacional, pero a la gente no la pueden obligar a oír. ¡Con una orden del cerebro se tapan los oídos!

Sexto Sentido Radio es un producto de una organización llamada Puntosdeencuentro. El programa se emite de lunes a viernes a las cinco de la tarde.

He visto radios muy modernas con parrillas muy antiguas.

La emisora de la UCA los vio nacer. Desde allí parían la señal. Las demás emisoras del país la sintonizaban. Metían las voces a la consola y ¡ya! Ocho provincias conectadas con el programa. Hoy, emiten desde el mismo lugar, pero, la señal la suben a un servidor que está en la sede de Puntosdeencuentro, a diez minutos de la radio. Ya en el servidor, el mundo los puede escuchar. Insisto. Hacen el programa desde una cansada consola.

He visto radios muy limpias físicamente, pero sucias al aire.

A una señora, en otro país, al hablar de la estructura de un programa, le sugerí que saliera, que hablara con la gente, que se untara de calle. Entonces, me miró con rabia y asco. Me dijo: ¿“y la unidad móvil”? Me repuse y le hablé del teléfono, pero... me cansé. No hay peor ciego que el que no quiere ver. Que ella siga diciendo que no se puede, mientras aquí, en Nicaragua, estos chavalos se divierten haciéndolo.

La marca que los señala los condena. Su paraíso es el género. El sexo “seguro”. La creatividad. La producción. Son jóvenes. Algunos estudian comunicación en la UCA y otros, otros tiene muy claro el rollo de la comunicación y la provocación del oyente.

El día que los visité me presentaron a una mujer – hombre. Era un invitad@. Creo que eso era. Nunca pregunté. “Abiertos”. Así se declaran.

¿Cuánto nos enseñan estos jóvenes estudiantes de comunicación? Pienso en las universidades y en la lucha de profesores - alumnos. Los alumnos, mueren. Mueren por la práctica. Los segundos, viven, viven por lo que te marca, te define, por tu sombra. Por el árbol de la teoría sobre el cual sembrarás y saldrás a contar.

Es casi insólito y hasta vergonzoso encontrar radios que se quejan o que, le piden limosna a la comunidad para comprar un ventilador. Otras viven de la caridad de sus oyentes para comprar una silla que de vueltas o un micrófono más grande para agrandar las tonteras que dicen.

He visto radios con muchos empleados pero pocos oyentes

Sexto Sentido no es una radio, pero se escucha más que muchas de ellas. Eso no lo duden nunca. ¿Cómo lo hacen? Lo hacen definiendo con claridad sus públicos, su filosofía, sus formatos, su lenguaje, su aroma, su compromiso. Planteando una propuesta comunicativa desde un papel que sube hasta la boca y llega a los oídos que corren a buscar el aparato para no perder el programa. Simple. Lo hacen porque saben del recurso sonoro.

Pienso en los jóvenes de las Facultades de Comunicación de América latina y Centroamérica. Los animo a todos una vez más a “crear sus propias radios”. Ir a las nuevas tecnologías, migrar al Podcast. Shoutcast. Para hacer radio, no se necesita tener una radio.

Piensen siempre en la capacitación. Duden de sus profesores. No hay formulas. Constrúyanlas. Tengan siempre un radio cerca, para apagarlo. No se abran el camino hacia la desdicha repitiendo lo que otros. Y siempre, siempre será mejor que les vean la cara de que les gustan las cosas necias.

