
Capítulo II

La especificidad del medio

Capítulo II

La especificidad del medio

"El emisor debe tener claro que su mensaje será escuchado desde el medio de comunicación y no desde el templo. Pues el medio no es templo y tampoco se convierte en templo. Más bien, tiene una dinámica que le es propia. Aquí, una vez más no se propone una discusión sobre lo sagrado sino sobre el pavimento del texto sonoro. Y así, desde esa lógica, todo discurso que pase por la Parrilla de Programación ha de cumplirlo".

“Ante la necesidad de conceptualizar el “discurso radiofónico” y, para continuar con la amplitud de acepción utilizada al iniciar este apartado, diremos que es todo lo que se emite a través de una radio. O, siendo más rigurosos, que es el flujo de sonidos portadores de significación que asumen la función de configurar textos.”^[17]

“Los componentes a los que venimos aludiendo pueden agruparse en *series informativas* de tipo lingüístico, para-lingüístico y no lingüístico. El primero se basa en palabras; la para-lingüística la hace en sonidos, unos codificados (ambientación, puertas, timbres, señales horarias) y otros no codificados (el “gong” que separa partes de un programa, etc.); la serie no lingüística incluye la música (que en ocasiones cumple funciones para-lingüísticas), el ruido (que generalmente constituye un dato relevante debido a que puede estar provocado por desajustes técnicos de emisión, transmisión o recepción, pero en ocasiones puede responder a interferencias premeditadas) y el silencio” ^[18]

La propuesta católica, sin importar sus géneros o formatos es ante todo radial. Por eso, sus expresiones de piedad o culto, deben vincular los componentes arriba citados.

En las Eucaristías diseñadas especialmente para el medio, el oyente siente que ese es un espacio diseñado para él, pues se pone el acento en esa producción para alcanzarlo con la Palabra.

Las lecturas pregrabadas, bien proclamadas, acompañadas de efectos de sonido que enriquezcan el relato siempre serán válidas. También lo serán los silencios que cobran sentido durante la celebración y las frases que se emitan en posibles “baches”. Las homilías siempre sonarán mejor si son especialmente preparadas para que toquen la realidad del oyente.

El emisor debe tener claro que su mensaje será escuchado desde el medio de comunicación y no desde el templo. Pues el medio no es templo y tampoco se convierte en templo. Más bien, tiene una dinámica que le es propia. Aquí, una vez más no se propone una discusión sobre lo sagrado sino sobre el pavimento del texto sonoro. Y así, desde esa lógica, todo discurso que pase por la Parrilla de Programación ha de cumplirlo.

^[17] GARCIA, Jiménez, Jesús. Op. Cit. 1993

^[18] CASASÚS, Josep M. Ideologías y análisis de medios de comunicación. (editorial Mitre. 3ª edición, Barcelona, 1995)

Componentes de la radio

La voz.

La voz es el eje principal que soporta el ejercicio radial. Si bien es cierto, son cuatro sus componentes (palabra, música, efectos y silencio) la palabra es indispensable. El énfasis en las oraciones y la intención de lo que se comunica está definido por sus componentes (tono, ritmo, volumen, etc.)

La voz tiene un significado especial dependiendo del manejo y la intención comunicativa que se le imprima a cada palabra. Los discursos “acalorados” tienen una mayor velocidad que los reflexivos. Un llamado de atención se mide no sólo por lo que dice, sino por cómo se dice. Piense en una discusión. ¿Cuál es el tono, el volumen y velocidad en la voz? Ahora, piense en un momento de reflexión, una situación de perdón. ¿Qué pasó con los componentes de la voz? ¿Cambiaron? Recuerde una situación de alegría vs. tristeza. ¿Cuál de las dos propone una mayor rapidez y fuerza en la voz?

Al hablar de la palabra, se hace referencia a imágenes. La palabra radiofónica no es hablar. No. En los programas se pueden crear “retratos” a través de recursos metafóricos, ejemplos, utilizando colores, describiendo objetos, narrando historias, exagerando, pintando escenarios. Por eso, algunos autores hablan del recurso expresivo como un arte que utiliza dos sentidos. El oído y la vista. Pues, el oído le habla a la imaginación y desde allí se dibujan imágenes.

Los efectos sonoros.

Sirven para describir ambientes, lugares, sabores, aromas y colores. Las condiciones en que una señora cruza la calle no serían contadas más gráficamente que a través de los sonidos registrados en la escena. Pitos, carros, vendedores.

Como productor, siempre es bueno recordar que todo aquello que no fortalezca la intención comunicativa, pasará de ser efecto a ruido. Por ejemplo, golpe al micrófono, golpe a la mesa, caída de un objeto.

Funciones del efecto.

- Decora el discurso hablado
- Crea escenografías
- Ambienta lo que está ocurriendo en la escena
- Es expresivo cuando reemplaza palabras
- Ornamental, cuando da color a la escena

El silencio.

Para muchos, este no forma parte de los componentes del discurso radial. Sin embargo, el silencio es capaz de expresar, narrar y describir distintos escenarios y ambientes. ¿Qué sería de una confesión sin los silencios que permite la meditación? ¿Cómo retratar un pensamiento profundo sin un momento de silencio? El silencio fortalece la intención comunicativa cuando es construido y no cuando accidentalmente se presenta generando un ruido. Si es diseñado para realzar la intención de lo que se quiere narrar se llama silencio. Si no es así, si no suma, entonces, se llama ruido. Según la tipología de Bruneau podemos clasificar el silencio en dos categorías:

“Silencio psicolingüístico: Puede a su vez ser rápido o de duración débil o lento o de larga duración.

Silencio interactivo: Se refiere a pausas intencionadas en cualquier interacción verbal comunicativa”.

Otras estructuras podrían ser: Silencio narrativo, descriptivo, rítmico, como recurso expresivo, como pausa, error o reflexivo.

Como productor, ¿en qué momento utiliza ese componente teniendo en cuenta que se puede aplicar a cualquier formato? Escuche su programa, escuche los silencios que dentro de él se producen y en una autocrítica describa cuáles apoyan lo que está diciendo y cuáles son ruido. Anótelos y corrija los. Si estos no se producen en su programa, hoy podría ser un buen

momento para incluirlos.

La música.

Al caer la década del 50, las emisoras encontraron en la música un nuevo amigo. Empezaron a emitir ritmos que salían de las grandes salas de recitales para acompañar miles de hogares. Aún hoy, las frecuencias en FM se valen de esta herramienta para ofrecer entretenimiento a oyentes de todos los estratos. De hecho, la FM que hoy conocemos tiene un alto contenido musical.

La música no sólo se utilizó como suma de canciones que entretenían a la audiencia. Este complemento formó parte de cabezotes, aperturas, cierre de series radiales, novelas, momentos de suspenso, terror, alegría, acercamientos pasionales, momentos de humor y un inenarrable número de puestas en escena que provocan a la imaginación.

La música puede cumplir funciones que indican comportamientos personales (malo, bueno), descripciones de escenarios (terror, oscuridad), cierres, entradas (cabezotes) o reflexión.

Inserciones musicales.

Algunas de ellas pueden utilizarse para identificación, introducción de programas o temas, como cierres musicales, puentes sonoros, como ráfagas, temas musicales, cortinillas, etc.

Musicalizar no quiere decir rellenar, endulzar el programa con cortinas o cortinillas sin sentido. La música acompaña la temática del programa, aporta información y nuevas miradas sobre el tema sin importar el idioma, género o estilo.

Un productor organizado no llega a último momento a dar la orden de “poner cualquier canción”. Pues, toda herramienta sonora acompaña la intención del programa.

Expresividad radiofónica.

En Colombia, para el año de 1997 el Estado, a través del Ministerio de Comunicaciones otorgó más de 500 concesiones para el funcionamiento del Servicio Comunitario de Radiodifusión Sonora. La Iglesia Católica presentó sus propuestas y varias le fueron asignadas.

Muchas frecuencias se quedaron con la sola aprobación o adjudicación de la licencia del Ministerio de Comunicaciones, porque nunca se supo hacia donde ir. ¿Cómo desarrollar el medio?. O no se entregaron los estudios técnicos, o se entregaron vencidos los términos. No se cumplió con la adquisición de los equipos, los pagos de las pólizas, se incumplió con la ubicación del transmisor o, la antena se colocó en el sitio exacto donde no debía colocarse. Y así, con más sombras que luces y el desconocimiento unido a un compromiso sin compromiso por todo lo que es “regalado” fue llevándolas al silencio y reduciéndolas en el mejor de los casos a la emisión de sus verdades. La Eucaristía, algunos signos de piedad y la comunidad por ningún lado.

Conozco emisoras católicas que arriendan espacios y sus directores se quejan, porque resultan ser jugosos negocios para quienes los alquilan, pero, no para la radio. Entonces, en una de esas rabias, el arrendado sale de la pieza y la pieza jamás consigue inquilinos. ¿Por qué? Porque tampoco se sabe vender. Porque la oferta de la Parrilla de Programación se cierra. Porque si algo sobra, en muchos casos, es el desconocimiento del medio que además, se quiere administrar como si fuera parroquia.

Hay cientos de directores que en América Latina no saben que hacer con sus frecuencias y de seguro, mientras usted lee este párrafo hay más de un sacerdote entregando o vendiendo el medio. No exagero. Los he visto y también ante mí mirada impotente he visto cancelar más de una frecuencia.

Déjese ayudar. Nada le cuesta.

Los laicos son parte viva de la Iglesia y en ellos podría estar el manejo de estas herramientas mediáticas. Laicos promovidos. De probada reputación. Comunicadores sociales o laicos cercanos a la academia, gente que conozca del tema.

El director se acompaña de un personal consecuente con los caminos del Evangelio, los valores del reino, una sólida espiritualidad y mística. Los profesionales de la comunicación son los primeros en acercarse a las convocatorias de los sacerdotes. Hace falta la profesionalización de los medios, porque si hay algo claro es que con la buena voluntad no basta.

El voluntariado.

Si algo hace daño a las estaciones católicas es el voluntariado. En pleno siglo XXI no se puede hablar de la justicia siendo injusto. Si alguien trabaja, merece su salario. Lo tiene ganado. No es voluntario quien es exigido en resultados o, se le asignan horarios de trabajo o es subordinado. ¡Eso no es así!. Otra cosa es que un colaborador dedique un tiempo extra, que su cariño por la Iglesia y el medio, le permita “darse” y cumplir con su compromiso eclesial sin dejar de ver su compromiso familiar. Su cuadro más humano.

El voluntariado no es una opción y no lo es porque es así, voluntario, sin proceso, sin exigencias y además, se arrancaría de un tajo la posibilidad de la promoción humana al tenerlo bajo la figura de un “apostolado” que separa al cristiano del cumplimiento de sus necesidades primarias. La satisfacción de los mínimos humanos. Un hogar digno, una familia bien alimentada y escuela para todos.

El comunicador tiene una irrenunciable vocación de servicio y de atención a la comunidad sin perder de vista su crecimiento y la promoción humana que la misma Iglesia le presenta.

Los sacerdotes directores o gerentes de emisoras pueden inyectar mística y

ofrecer a cada colaborador una formación integral: espiritual, técnica, económica, humana, doctrinal.

Desde la Asociación de Radios Católicas de Argentina (ARCA), proponen una comunidad radial que "sintiéndose parte de la Iglesia, está llamada de una manera especial a ayudar a los hombres en su formación para alcanzar su plenitud humana y cristiana. Esta vocación surge del mismo mandato de Jesús: "Vayan, y hagan que todos los pueblos sean mis discípulos, bautizándolos en el nombre del Padre y del Hijo y del Espíritu Santo, y enseñándoles a cumplir todo lo que yo les he mandado". (Mt. 28, 19-20).

Los sacerdotes tienen un papel específico dentro del medio católico: asesoría, asegurar la fidelidad doctrinal, mantener la identidad, etc. Y en el terreno de la comunicación, los laicos también han recibido el llamado a descubrir su vocación en la Iglesia. Apoyar desde su saber. Ser constructores de nuevos agentes, multiplicadores de los dones que ha recibido de Dios.

Experiencia radiofónica

La Colifata: la radio de los locos

II

Todos los sábados transmiten durante cinco horas en el 100.1 del F.M con un alcance apenas de treinta cuadras a la redonda, aunque con pequeñas cápsulas y reportajes pregrabados, la voz de los internos es retransmitida por 40 emisoras comerciales argentinas”.

Para empezar, significa **"Radio Loca" en Lunfardo**. También es el primer programa del mundo que transmite en vivo desde un hospital psiquiátrico. Durante los últimos 14 años, ha tenido un papel único en ayudar a los pacientes a enfrentarse con sus problemas y a disipar los estereotipos acerca de la enfermedad mental.



La Colifata comenzó con un pequeño dictáfono que Alfredo Olivera, un psicólogo del Hospital Borda, empezó a usar con los pacientes. "Invité a algunos pacientes a sentarse alrededor de la mesa y a hablar de lo quisieran. La única cosa que tenían que hacer, si querían hablar, era tomar el dictáfono y al terminar, pasarlo a otro. Esto, como concepto, ya tenía un elemento de terapia - el derecho a hablar, y dar ese derecho a otro".

Distintas estaciones comunitarias comenzaron a difundir las entrevistas de La Colifata, que resultaron ser enormemente populares entre el público. Distintas redes recogieron las difusiones y pronto el Hospital proporcionó el equipo para transmisiones en vivo. Se calcula que el programa llega ahora a 12 millones de personas en Argentina.

Julio César participa con La Colifata como paciente externo. "El programa te da la libertad de expresarte", dice. "Derriba las barreras. La pared que rodea el Hospital ya no existe porque la antena la demuele".

Contra la discriminación.

"La sociedad tiene miedo de cruzar las puertas del Borda porque somos locos, pero si vos las cruzas, habrás entrado a otro mundo... pero con los mismos seres humanos, tal vez un poco en el olvido": ex interno e integrante de La Colifata.



Julio Díaz, para enfrentar los prejuicios sobre la locura decidió participar en el proyecto radial, hizo su primera nota sobre la discriminación: “lo que hice fue denotar que nosotros no somos peligrosos y sentí que la gente al escucharme perdió el miedo, se cayeron los muros...”

Todos los sábados transmiten durante cinco horas en 100.1 F.M con un alcance apenas de treinta cuadras a la redonda, aunque con pequeñas cápsulas y reportajes pregrabados, la voz de los internos es retransmitida por 40 emisoras comerciales argentinas.

La radio se concibió como “un salto al muro” para trabajar, con la comunidad externa, las problemáticas relacionadas con la locura. Al pasar de los años, se convirtió en un espacio de reflexión y motor de la deconstrucción de mitos sociales en torno a los enfermos mentales. Se fue desnaturalizando el estigma del loco violento, peligroso, demencial, insensato.

Los internos.

Alfredo Olivera y Laura Gobet, psicólogos que continúan con el proyecto, narran los primeros pasos. “Nace la columna de comunicación. Un grupo de internos habla frente a un grabador de reportero, y empieza a debatir y platicar sus sentimientos, después la palabra grabada sale del hospital, se transmite en una radio y empieza a tener oyentes. Hay llamados de los radioescuchas que también se graban y regresan al Hospital. Los internos empiezan a recuperar su espacio en el afuera.

Luego empiezan a jugarse otros roles. Quién quiere salir de corresponsal, preguntamos. Alguien se anima y sale a recuperar la palabra para después compartirla con sus compañeros. La primera operación se da en un espacio grupal, se aprende a hacer radio, nos acercamos al micrófono.”

El presente.

La Colifata se compone de 30 o 35 internos y ex internos. Funciona como una organización no gubernamental (ONG) y busca interactuar con la población que asciende a 1.200 pacientes crónicos y agudos. Los objetivos se dan en dos niveles: En el clínico, a partir de un dispositivo comunicacional; y el social, a partir de la desestigmatización de la locura.



“Todos en el Borda estamos esperando el sábado para poder mostrar lo que se hizo en la semana, o sea La Colifata se vive fuera y dentro del micrófono, pasa por el hecho de compartir, de estar juntos, de pasarla bien, de sentir una amistad... La estación unifica a un grupo, empiezas a tener amigos, valores, familia, en quien confiar, un compañero, dijo Piccicaco y siguió: ‘yo me acuerdo que’ Miki (otro interno) decía: ‘yo no veo la hora que sea el sábado, el sábado para mí es lo único que tengo’. A mí me pasa lo mismo.”

Los textos han sido recogidos de una visita al Hospital, a la Radio y de la página web de La Colifata.