



Tito Ballesteros López  
titoballesteros@gmail.com

# Juego de palabras ?

Somos pacientes en estado final. Nacemos, pero al instante nos instalamos en la muerte física y a veces, la de los sueños. Mientras el calendario camina la vida retrocede y empezamos a navegar en rápidas corrientes que pierden fuerza y se convierten en gotas, gotas de agua. Es ahí cuando estamos muertos. Muertos físicamente. Y cuando la rutina nos derrota, también morimos y cuando nos instalamos en el pasado sin mirar el futuro, morimos también.

Las americas están más cerca que lejos de celebrar 100 años de radio. Sobre el micrófono mucho se habla pero, poco se escribe.

Y no es porque la radio sea oral, creo, más bien, se debe al poco rigor con que ha sido visto el medio en materia de investigación.

La evidencia salta a la vista cuando se revisa la calidad y cantidad de trabajos sobre el tema. En Google, al digitar "libros de radio" el resultado es de 6,860,000 coincidencias, pero, no son más que eso, tristes coincidencias porque al ingresar a las paginas hay un gran vacío en investigaciones, libros y estudios.

A casi 100 años de radio, pienso en dos escenarios que van cambiando nuestro modo de concebirla, hacerla, contarla. **La programación y los oyentes.**

### **Programación vs. Reprogramación en radio**

Hasta ahora hemos hablado de Parrillas de Programación y poco sobre Reprogramación. Sin duda me quedo con la segunda expresión, hoy, menos segura, pero, más aventurada y cercana a la "realidad" futura.

El concepto "programación" merece ser reconceptualizado al incluir **el ojo del otro**. Hoy hablamos de una programación hecha por el equipo de la radio, que, al tener la "verdad revelada", apunta al exterior, "impone".

El concepto "programación" merece ser reconceptualizado al incluir **el oído del otro**. La radio se anota puntos cuando convoca a la comunidad para

diseñar la Parrilla de Programación, pero no bastará con eso. Hoy coexisten nuevos flujos de audiencias. El "usuario" final ha cambiado.

Hasta aquí el concepto "programación" merece ser reconceptualizado al incluir **el gusto del otro**. Si la emisora programa, lo hace desde su verdad. Si se apoya en la comunidad, lo hace asumiendo su verdad y la de la comunidad; pero aún así, está coja. Le falta una pata y a la pata el zapato.

El concepto "programación" merece ser reconceptualizado al incluir **el "modus" del otro**. Vamos al llamado "usuario final". Con la radio de hoy y la de mañana, la programación la hará un desconocido y claro, sin nuestro permiso. La radio a la carta le permite al "escucha" consumir la oferta en el momento que considere oportuno.

El transporte de los contenidos. El podcasting, la posibilidad de grabar en un radio portátil, la movilidad, la banda ancha. El nuevo "prime time" no se rige por el viejo método de franjas. La franja es la gente. Será la gente. Porque la franja también es imposición. El nuevo "prime" saca a ese usuario final, que ya no está en el final, sino en el comienzo del proceso radial.

Si el usuario tiene el control, ¿por qué programar, cuándo el otro reprograma? sobre esta premisa a muchas radios les puede ocurrir lo que a veces pasa con el amor: sentimos que llega a destiempo. Muchas de ellas aún programan con el ojo, el oído, el gusto y el "modus" de su director. Entonces, asisten a las últimas gotas que bebe la consola.

Cierro esta primera reflexión con un texto citado en la cadena SER de España. "Estos son los canales de podcasting de la Cadena SER. Puedes elegir entre distintos contenidos para poder escucharlos en tu reproductor de audio MP3 o en tu PC. De esta forma construyes tu propia programación a la carta para disfrutarla cuándo y dónde quieras".<sup>[1]</sup>

## ¿Oyentes obedientes?

Los oyentes, que daré en llamar de aquí en adelante radio-participantes o, radio-fieles para el caso de los medios religiosos, sienten la pisada de fenómenos como radio a la carta y así, discusiones sobre programación o reprogramación.

Algunos personajes de la radio fueron paridos en medio de gritos. Sus casas desprovistas de luz, agua y de medios, medios de comunicación. Las nuevas generaciones han crecido en medio de muchos reflectores. El texto sonoro evidentemente ha cambiado y por eso, apuntaría a escribir una carta de despedida a los oyentes de la radio para decirles gracias por lo que hicieron, por lo que permitieron, por soportarnos, por haberse sometido a escuchar y no hablar. Por su audiencia como sinónimo de obediencia.

Observando este conjunto de dificultades –Pilar Pérez Herrero - podemos afirmar, sin temor a desviarnos demasiado de la realidad, que, en gran medida, los periodistas se encuentran prácticamente desvinculados de sus audiencias. Y aunque las representaciones sobre las mismas no llegan a ser “inventadas”, en el sentido dado por Gans (1979), sí se encuentran muy cerca de lo que se ha denominado el “modelo autista” (cfr. Rodrigo Alsina, 1989:161-162). La etiqueta de este modelo se aplicaría para describir un cierto estado de aislamiento que obliga a los informadores a fundamentar las decisiones sobre sus tareas principalmente de los juicios y las referencias que extraen del ambiente laboral en el que trabajan. Como consecuencia de esta patología, la audiencia acaba convirtiéndose en una extensión del propio mundo del comunicador (cfr: McQuai, 1997:113). <sup>[2]</sup>

Entonces, gracias por creer que participar era llamar a la radio, recitar el documento de identidad y pensar que eso nos hacía radio participativa. Gracias por creer que les abrimos las puertas, que hacíamos un ejercicio plural. Gracias por pensar que participar era tener un programa en la emisora, llevar una carta para que fuera leída, ser complacidos con una canción, escuchar su nombre en la voz del locutor y gracias por nombrar a esta, su radio, como la estación preferida.

Gracias por habernos escuchado con las clásicas narraciones de planteamiento, nudo y desenlace en las que ustedes nunca participaron porque sus voces no eran radiofónicas. Gracias por entender lo inentendible. Gracias por vernos tras el cristal y dejar sus huellas ansiosas por hablar y gracias por haberse llenado de conformidad con escuchar.

---

<sup>[2]</sup> Pilar Pérez Herrero. Imaginar la audiencia: el modelo autista de relevancia informativa. Universidad de Salamanca

Cuando la ciencia descubre que la infidelidad está en todas partes, ustedes rompieron las premisas y se quedaron viendo a sus "hombres de radio" caminar por las calles. Este es nuestro agradecimiento por acompañarnos con su silencio.

**su** emisora amiga.

El relato de hoy, multilíneal y multifacético nos plantea varios interrogantes dignos de ser estudiados por el equipo de la radio.

- Qué es un radio- participante
- Cómo hacer que alguien pase de oyente a radio participante
- Nacen nuevas figuras en la radio con los radio-participantes
- En qué momento se hace la transición de oyentes a participantes
- Se trata de un juego de palabras
- Cómo se refleja la palabreja en la Parrilla de Reprogramación
- Entonces: ¿no habrá oyentes?
- ¿Para quién vamos a producir?
- ¿Van a cambiar los modos de producción?

Las preguntas se dirigen al centro de la discusión. Son preguntas que encontrarán respuesta en sus foros. Foros abiertos para radios abiertas.

Traigo a esta discusión un texto de Franco Berardi 'Bifo' sobre la televisión, que bien podría encajar en la realidad de todos los medios.

"Cuando las comunidades comienzan a usar la telecámara para informar, o jugar con su vida cotidiana, la televisión deja de ser algo que se ve y comienza a ser algo que se hace. Esta es la posibilidad implícita de la micro tv. No se trata de hacer una televisión más justa, una televisión más bella. La televisión siempre es una mierda, y solamente una mierda. La única televisión buena que se puede hacer es la que destruye la televisión, que transforma el equipo de videocámara-transmisor en un teléfono, un video-teléfono comunitario. Si esto se vuelve una moda, un modo de ser, un comportamiento de masa, solamente los más tontos mirarán la televisión todavía, porque los otros estarán ocupados haciéndola".<sup>[3]</sup>

## Con las nuevas tecnologías y los radio participantes vendrán cambios

- ¿Renacerá la a.m?
- ¿Que hará la f.m?
- ¿Qué pasará con el libre comercio, la globalización. Quién defenderá los intereses de los no globalizados. De las llamadas "pequeñas" emisoras
- Qué pasará con la onda corta.
- ¿Quién tendrá los derechos sobre los derechos de autor?
- Ahora si, ¿los medios serán medios de comunicación y no de información?
- Y los radio-participantes manejarán la nueva publicidad del medio. ¿Cuál es la tendencia?

Muchos periodistas en el continente son pagos gracias a que venden cupos publicitarios. ¡Les pagan con la muerte!

La publicidad en muchos medios radiofónicos es la herramienta ideal para ofender, restringir, silenciar, prostituir, asumir falsas solidaridades, ilegitimar la profesión. Por eso, bienvenida una nueva tesis. Radios sin publicidad. Sin limosnas que separan a los periodistas y los enfrenta por el plato de comida.

- ¿Serán los radio-participantes los que sostengan económicamente los medios?.
- Las publicidades radiofónicas estarán en las tramas de las producciones
- Los tiempos de comerciales se reducirán

Para qué una radio si la gente en el futuro no querrá escuchar nada y no lo hará porque estará ocupada produciendo.

Todo lo anterior que pareciera un factor externo o ajeno a la emisora causa inquietud en la empresa radiofónica porque pareciera escapar a su control y comprensión. Nadie quiere pensar en cómo se administrarán las nuevas radios.

¿Cuáles serán sus efectos políticos, económicos y sociales? En estos momentos, no existe una respuesta clara y coherente sobre lo que pasará.

En los años inmediatos, tendrán que coexisten las Parillas de Programación con las de Reprogramación y los oyentes con los radio participantes. Algunas emisoras están dando sus primeros pasos.

Habrá que sopesar esa supervivencia, la oportunidad con la necesidad y parar de celebrar porque la radio llega a Internet o porque mejoraremos nuestro sonido, pues, qué sentido tiene sonar mejor, si se dice lo mismo.

Sólo nos resta entender que mientras el calendario camina la vida retrocede y empezamos a navegar en rápidas corrientes que pierden fuerza y se convierten en gotas, gotas de agua.

Es ahí cuando estamos muertos. Muertos físicamente. Y cuando la rutina nos derrota, también morimos y cuando nos instalamos en el pasado sin mirar el futuro, morimos también.

#### **Bibliografía:**

- <http://www.google.com/search?client=opera&rls=esLA&q=libros+de+radio&sourceid=opera&ie=utf-8&oe=utf-8>
- Pilar Pérez Herrero. Imaginar la audiencia: el modelo autista de relevancia informativa. Universidad de Salamanca
- Franco Berardi 'Bifo'. La incesante guerra entre red y videocracia. ([www.rekombinant.org](http://www.rekombinant.org))
- <http://www.cadenaser.com/podcast/>

