

Este texto desarrolla el itinerario de vida de la comunicación social en general y de la radio en particular. Ofrece propuestas en torno a la enseñanza y el aprendizaje de ese medio, tomadas de experiencias llevadas a cabo en el contexto latinoamericano, en especial en Ecuador, en CIESPAL, y en RNTC. Por último, a modo de cierre analiza lo vivido en relación con la producción del libro *La vida cotidiana, fuente de producción radiofónica*.

LA COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA DESDE UNA PERSPECTIVA PEDAGÓGICA ¹

Esta presentación se organiza en torno de un itinerario de vida en relación con la comunicación social en general y con la radio en particular. Las propuestas que haremos para la enseñanza y el aprendizaje de ese medio, se tomarán de lo que el autor ha experimentado en el contexto de América Latina, en especial de su trabajo en Ecuador, en CIESPAL, y en Centro América en RNTC.

Desde 1983 apoyamos el proyecto de reporteros populares que coordinaba Gloria de Vela. Se trataba de un sistema integrado por cinco cabinas de grabación en zonas indígenas de Cotopaxi, en las cuales se concentraba información recogida por reporteros de la comunidad para luego difundirla en la radio del Obispado de Latacunga. Nos apasionaba entonces, y no deja de apasionarnos, la apropiación de los recursos discursivos por parte de esos sectores. Fue paradigmático el caso de una señora, Isa, que contra las costumbres de su comunidad se abrió camino como reportera hasta que terminó trabajando en la propia emisora. Cuando Isa se enfrentó por primera vez a un micrófono sintió que el cuerpo se le desarmaba del temblor y de a poco, con un esfuerzo que la llevaba a multiplicar sus tareas en el seno del hogar para darse tiempo libre, desbloqueó sus capacidades expresivas.

La experiencia de las cabinas de Cotopaxi fue evaluada en 1987, en un programa que me tocó coordinar. Lo importante de esa experiencia es que la radio aparecía ligada al desarrollo de las organizaciones, cuando más consolidadas estaban éstas mayor aprovechamiento del medio se lograba. Y, por lo mismo, mayor participación de personas que, como Isa, iban apropiándose de la riqueza del discurso para comunicar y comunicarse.

En 1984 publicamos en CIESPAL, dentro de la colección Materiales de Trabajo, un documento titulado *Radiodrama y vida cotidiana*, en el cual retomábamos elementos de la poética y la retórica clásicas para analizar la estructura y los recursos de ese tan difundido formato en nuestros países latinoamericanos. Tomábamos como eje de análisis el relato, tanto en su conformación misma como en su función social. Nos interesaba entonces, y nos sigue interesando, la correlación existente entre constantes discursivas de los relatos y constantes perceptuales de los destinatarios. Un productor de radiodramas podía enriquecer su acervo de recursos si tomaba en consideración ese juego entre la oferta del medio radio y entre las lecturas posibles, usando como punto de referencia la vida cotidiana de los diferentes grupos sociales.

Un año más tarde publicábamos otro documento: *La expresión verbal en la radio*, a fin de profundizar en la oferta discursiva, tomando en consideración las características de la cultura oral. La radio tiene como destinatario el oído, como lo tuvo en tiempos remotos también la retórica clásica. Ese hablar para la sensibilidad del otro pasaba a convertirse en eje de nuestras reflexiones, para entroncar, hacia 1989, con el libro *Manual de producción de materiales para neolectores*, que publicamos en Costa Rica con el auspicio del IICA, la OEA y Radio Nederland. Una persona apenas alfabetizada no podía funcionar sobre la base de una memoria letrada, sino de una memoria oral. Y en dirección a ella, y desde ella, es como puede trabajar la radio con una intención educativa. Además, este medio tiene la posibilidad de enriquecer dicha memoria, a través de sus propuestas cotidianas y sus rutinas de expresión.

En 1987 pasé a formar parte del equipo de Radio Nederland que continuó sus actividades en San José de Costa Rica, luego de colaborar con CIESPAL desde 1979. La labor se organizó en los primeros años con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA. Ofrecíamos en ese programa cursos de ocho a diez semanas orientados a los medios de comunicación y en especial a la radio. Me tocaba coordinar la primera parte, de tres semanas, dedicada a la planificación de proyectos de comunicación, durante la cual veíamos los siguientes temas:

Análisis de los elementos de un proceso de comunicación, tomando en consideración los alcances de las propuestas orientadas a la persuasión y a la educación; análisis de los proyectos de comunicación de sus propias instituciones; diagnósticos de comunicación: relaciones internas y externas de la propia institución; evaluación de distintos mensajes de difusión colectiva e institucional; evaluación de la formación y las características personales de los técnicos y de los promotores; reflexión, a través de historias de vida, sobre las diferentes relaciones de comunicación campesina, tomando en cuenta, como marco teórico, el alcance de los conceptos de cultura y vida cotidiana; formulación de diversos tipos de objetivos y estrategias para un proyecto de comunicación, tomando en consideración la filosofía y los recursos de la institución, las demandas, decisiones y características culturales de los destinatarios del proyecto y las posibilidades de acción, según la coyuntura en la que se trabaje; apropiación de conceptos y técnicas de validación de distintos proyectos de comunicación y elaboración un proyecto de comunicación aplicable a las respectivas regiones.

Sobre la base de ese marco eran trabajados luego los programas radiales, con una apropiación intensa de las características de los formatos.

Esa experiencia nos permitió llegar a numerosos representantes de instituciones gubernamentales y no gubernamentales comprometidos con proyectos en los cuales se intentaba llevar adelante una comunicación educativa. La comprobación era casi siempre la siguiente: los grupos con los cuales trabajábamos no tenían mayor formación sobre planificación de la comunicación y en general su preparación con respecto a los recursos del lenguaje radiofónico y de los formatos era escasa. De manera que insistíamos

en la comunicación desde su definición, análisis y planificación hasta la producción de programas.

Sintetizábamos de esta manera nuestra propuesta con relación a quienes trabajan en el terreno de la educación:

- apropiación del concepto de comunicación y de recursos de diagnóstico y planificación de la comunicación
- apropiación de todas las posibilidades del discurso
- apropiación de técnicas de lectura en profundidad del discurso propio y de los ajenos
- apropiación de todas las posibilidades de los formatos radiofónicos
- apropiación de técnicas de ubicación, selección y procesamiento de la información
- capacitación en la investigación y en la interpretación

Simultáneamente, en esos fecundos años de trabajo con Radio Nederland, coordinamos una investigación de las emisoras en Centroamérica, con el auspicio de UNICEF. La idea era, y es, así de sencilla: el conocimiento de las características técnicas de las radioemisoras, de la composición y formación de su personal y de las líneas generales de programación, permitirían a quienes trabajaran con una intención educativa promover y proponer programas adecuados a regiones y a tipos de emisoras.

Una síntesis de lo reconocido mediante la encuesta es la siguiente:

La cantidad de emisoras encuestada fue la siguiente:

Costa Rica	68
Panamá	92
El Salvador	65
Nicaragua	43
Honduras	174
Guatemala	154

Lo que hizo un total de 596.

Los puntos más llamativos fueron:

1. El gran peso dado a la programación musical, muy por encima de los otros temas seleccionados para la muestra.
2. La poca o mínima preocupación por temas como salud, mujer y niñez.
3. La ausencia generalizada de programas para campesinos.
4. La fuerte presencia de la programación en vivo.
5. Las muy escasas relaciones con organismos nacionales e internacionales.

6. La falta de objetividad en la información dada por los representantes de las emisoras con respecto a la capacitación de su personal. Pudimos comprobar que la mayor parte de los mismos dio datos falsos.
7. La presencia en algunos países de un buen equipamiento para producir, pero a la vez la constatación de muy escasas producciones.
8. La expectativa por programas educativos y una acentuada preferencia por programas de 30 minutos y spots de 30 segundos.
9. La enorme cantidad de locutores, que sobrepasa, en prácticamente todos los países, a los periodistas e incluso a los técnicos.
10. La influencia pequeña de las emisoras estatales e institucionales, contra una gran proporción de comerciales.

Reconocidos los puntos anteriores, ubicadas las radios, hecho el contacto con sus coordinadores, se abrió el camino para una tarea en la cual Radio Nederland continúa hasta el presente: la producción de materiales para su difusión a través de las emisoras, tomando en cuenta necesidades de capacitación y de información.

Así nació, por iniciativa de ese proyecto, la Enciclopedia de Autoformación Radiofónica, compuesta por materiales de educación a distancia, una guía y tres casetes, para su conocimiento por parte de quienes tienen que ver con ese medio. Y el sentido, insistimos, de llevar información que nos resultaba fundamental para la gente, y a la vez de ofrecer recursos para mejorar la práctica misma.

En la primera línea me tocó producir dos textos: *Comunicación y niñez* y *Comunicación e integración*, y un tercero en coautoría con Berta Irene Flores, *Comunicación y medio ambiente*.

Pero esa iniciativa no terminó allí, sino que se abrió a otra de igual valor: una Enciclopedia Popular de la Salud, la cual, con el mismo esquema (guía y casetes) se destina a la autoformación de quienes trabajan con la población en cuestiones como la lactancia materna, la adolescencia, la menopausia, entre otros temas de igual importancia.

Con Carlos Eduardo Cortés diseñamos un sistema de validación de los materiales, que había arrancado en realidad con una población indígena de Costa Rica, la comunicad Bri-bri, a fin de lograr una producción que pudiera ser utilizada en el complejo mapa cultural de Centroamérica.

Por la importancia que le damos a la validación de materiales para la enseñanza y el aprendizaje de la radio, nos extenderemos en fundamentos que escribimos con el colega colombiano, actual secretario del Secretariado Conjunto de organizaciones católicas de comunicación, con sede en Quito:

1. La comunicación con la comunidad, destinada a compartir experiencias y a avanzar en un aprendizaje en común, no puede ser equiparada con el consumo de productos logrado a través de alguna campaña. Lo importante no son los mensajes sino la gente; es ésta la que da sentido a aquéllos.
2. Una investigación de expectativas de comunicación forma parte de una relación de amistad y cooperación con la población. Queda claro que no se busca llegar a la comunidad, reunirla y preguntar, en unos pocos minutos, por preferencias acerca de tal o cual color, forma o contenido de algún material. Cuando se procede de esta manera las personas pasan a ser instrumentos y no el fin último de todo un proceso.
3. De lo anterior se deriva el tratamiento del tiempo necesario para realizar las investigaciones de expectativas de comunicación y posteriores validaciones de materiales. Hay una percepción simplista de este trabajo que consiste en agotar todo en alguna experiencia de grupos focales o en alguna entrevista hecha contrarreloj. Por el contrario, el equipo ha venido trabajando en experiencias de reflexión individual, por parejas y grupal, dando a la gente el tiempo necesario para meditar y analizar. En pocas palabras, estamos ante talleres de reflexión y no ante reuniones o entrevistas dirigidas por un especialista. Esto no quiere decir que no haya una pauta mínima, pero la misma es utilizada sólo como base de trabajo
4. Los talleres no son un fin en sí mismo, sino que forman parte de un proceso más amplio en el cual se involucran los participantes. No estamos ante una investigación o una validación a secas. El trabajo incluye otros eventos recreativos, con lo que se abre el camino para elaborar mensajes posibles dentro de un grupo como por ejemplo títeres, dramatizaciones, juegos, entre otros. Así, investigación y validación pasan a integrarse a una relación más amplia con la cultura y la vida cotidiana de la gente.
5. Principio fundamental, en esta filosofía de no usar a la población, es el de explicar siempre el sentido de las reuniones y el de devolver a la comunidad el producto de su esfuerzo. Es necesario insistir siempre que la gente en las comunidades trabaja demasiado durante la semana y que el tiempo dedicado a estas experiencias es tomado casi siempre del de descanso. En el caso particular que nos ocupa las reuniones han tenido lugar los domingos, después de la misa.
6. El sentido final está dado por un horizonte de acción que dé valor al esfuerzo realizado. Si se ofrece información y nada sucede con ella vienen las decepciones y los justos rechazos. La investigación es importante como proceso, pero para la población involucrada cuentan también los productos, en nuestro caso comunicacionales. No se trata de gestar un prototipo de mensaje más o menos ideal, sino una producción de materiales que lleguen a la población de manera sostenida. Muchas investigaciones en materia de comunicación

terminan en una única experiencia, cuando lo importante es lograr una continuidad.

7. Este último punto nos remite a las relaciones con los miembros de la comunidad y con las instituciones que se desempeñan en la misma: líderes, promotores, la radio, la escuela, los comités, entre otros. La clave de la investigación ligada al contexto es la apropiación de los mensajes por parte de la población, tanto en sus aspectos formales como de contenido. Formales porque sucesivos talleres permiten corregir errores de percepción de su mundo; de contenido porque en definitiva está en juego una propuesta de revisión de hábitos de salud y de cuidado de los niños. Para esto es fundamental avanzar en una corresponsabilidad por parte de todos los sectores.

En su documento “Herramientas para validar” señala Carlos Cortés:

“La validación de material radiofónico introduce otros aspectos ligados al formato utilizado y su duración. Puede llegar a ser pesada para los participantes, pues exige atención permanente. De ahí que la tarea del entrevistador, dentro de una sesión de trabajo, sea definitiva para desarrollar una discusión enriquecedora. “

Una validación completa justificaría escuchar todos los programas de una serie, porque no sólo es conveniente probar cada formato sino los diferentes contenidos que van en cada programa. Por esta razón, se sugiere hacer, en lo posible, todas las sesiones necesarias para completar la audición de todo lo grabado, aunque no pueda probarse por completo con el mismo grupo.

Por cierto, la radio y el video introducen un inconveniente de validación en este sentido: mientras en impresos es, hasta cierto punto, sencillo trabajar con borradores y bocetos, en estos dos medios es equivalente, en términos de costos, producir un piloto o un programa definitivo. En consecuencia, para mantenernos en el criterio de los usos mínimos de la propuesta, sería necesario probar, por lo menos, un programa piloto de cada formato utilizado.

Una vez escuchado cada programa y después de explicar a los participantes las diferencias entre los formatos, tanto en sus características como en su duración, así como el propósito de la validación, puede procederse a desarrollar una discusión en torno de aspectos como los siguientes:

- Capacidad de atracción: ¿Qué les parece? ¿Qué les gustó más y qué les gustó menos?
- Tema del programa: ¿De qué trata?
- Facilidad de comprensión, considerable a partir de la descripción que hagan de la pregunta anterior.
- Uso de expresiones o palabras difíciles: ¿Qué palabras o maneras de decir las cosas no se entienden con facilidad?

- Utilidad e importancia de los contenidos: ¿A quiénes les serviría más oír estos programas? ¿Qué opinan de que las emisoras de radio pasen estos programas u otros parecidos?
- Gusto por los personajes: ¿Cómo les parecen las personas que hablan? ¿Qué opinan de su manera de hablar?
- Gusto por los fondos musicales y los efectos sonoros: ¿Qué les parece la música que se usa? ¿Pondrían otro tipo de música? ¿Cuál?
- Sugerencias para cambiar expresiones, palabras, sinónimos o conceptos: ¿Hay alguna palabra que no les gusta? ¿Cambiarían alguna forma de decir algo? ¿Cambiarían alguna palabra? ¿Cómo quedaría mejor? ¿Cómo lo diría alguien de esta zona?
- Sugerencias para cambiar personajes: ¿Cambiarían a las personas que hablan? ¿Qué otras personas podrían hablar en estos programas?
- Sugerencias para cambiar la duración: ¿Qué les parece la duración del programa? ¿Lo dejarían como está o lo harían más largo o más corto?
- Sugerencias para mejorar el material: ¿Qué cambios le harían al programa para mejorarlo?

Además, una buena observación de la reunión, junto con una escucha atenta del material, por parte de los validadores, puede llevar a complementar lo obtenido en la discusión grupal, mediante la recolección de datos en relación con los siguientes aspectos:

- Capacidad de atracción: ¿El programa es motivador? ¿Capta la atención y mantiene el interés?
- Aproximación a los destinatarios: ¿Se tiene presente a las personas a quienes se destina el programa? ¿Se parte de su experiencia? ¿Se relaciona con un problema importante para ellas?
- Desarrollo del tema: ¿Es claro, lógico? ¿Está bien documentado? ¿Representa bien la realidad a la que se refiere? ¿Es verosímil?
- Facilidad de comprensión: ¿Hay palabras o expresiones poco claras o inusuales en la región o país? ¿Es acertado el ritmo, con sus acentos, pausas, puntuaciones y tonos? ¿Los conceptos utilizados son claros?
- Uso de lenguaje radiofónico: ¿Es equilibrado? ¿El formato es adecuado para el contenido? ¿La presentación y la despedida

son adecuadas? ¿Los fondos musicales y los efectos sonoros son adecuados? ¿La relación entre los segmentos es concatenada? ¿La duración es apropiada? ¿Estimula la imaginación?

- Desarrollo de los personajes: ¿Son ricos en detalles? ¿Permiten la identificación por parte de los destinatarios? ¿Son verosímiles? ¿Las capacidades que se les atribuyen son creíbles?
- Desarrollo de los ambientes: ¿Son reconocibles por los destinatarios? ¿Están bien descritos?
- Desarrollo del o los conflictos: ¿El conflicto es real? ¿Responde a una situación vivida por los destinatarios? ¿La solución planteada estimula a la acción o a la reflexión?
- Desempeño de locutores y actores: ¿Llevan a cabo las exigencias del guión? ¿Desarrollan satisfactoriamente su labor?

Quiero insistir aquí en el principio rector de las validaciones llevadas a cabo para las enciclopedias:

El protagonismo no corresponde al material sino a la gente. Por ello se prefiere el recurso de los talleres, con todo el tiempo y las sesiones que hagan falta, y no la exposición al producto a la manera de la validación mercadológica.

Toda esa experiencia desarrollada por el equipo de Radio Nederland, nos permitió sintetizar el uso de la radio en sistemas de autoaprendizaje en un documento que presentamos en el Curso de Educación a Distancia organizado por CREAD (Consortio Red de Educación a Distancia) y el Instituto Tecnológico de Monterrey, en México, hacia 1993:

Tratamiento de los contenidos

Puesto que, cuando se pretende educar, se está proponiendo siempre alguna información, debemos preguntarnos por el tipo y la cantidad que se adapta a las características de la radio. Esto tiene que ver directamente con la percepción auditiva y con las curvas de la atención. Si escuchamos cualquier oferta de la programación comercial, podemos reconocer que los largos parlamentos brillan por su ausencia. En el esquema típico de un noticiero, el discurso de los locutores se va alternando con música, con cortes. Y, en todos los casos, la extensión de lo dicho es breve para abrir paso a otros temas.

Por supuesto que esto varía según el formato radiofónico. No es igual una cuña que una charla. Pero siempre prima el criterio de brevedad, ligado a las posibilidades de atención auditiva.

En segundo término cabe indicar algo vigente en la inmensa mayoría de las emisoras: el compromiso de claridad. La radio, como medio más

cercano a las diarias relaciones, a la vida cotidiana, ha recuperado el modo de comunicación propio de esta última. Cuando nos hablamos en la casa, cuando conversamos con nuestros amigos, no introducimos términos técnicos, no apelamos a la ciencia o a giros literarios sofisticados. Lo hacemos con toda la naturalidad del mundo, porque nuestro interés fundamental es el de comunicarnos. El compromiso de claridad no siempre está presente en algunas emisoras pretendidamente cultas, pero se ha mantenido con fuerza en las radios orientadas hacia los sectores populares.

Y, ligado a esto último, la presencia de lo oral, entendido como el recurso diario de relación. Ello nos lleva a otro elemento: el de la fluidez. Un mensaje educativo carente de la fluidez de la vida diaria, pierde su capacidad de interlocución. La fluidez se establece cuando se habla para alguien, y no hay que olvidar una frase de Arnhiem: la radio se dirige al oído, es el medio que nos llega de manera más íntima.

La interlocución significa un tratamiento de la información diferente al que se acostumbra en los mensajes escritos, sobre todo cuando éstos se hacen con una intención "seria". Hablar para otro implica tomar en cuenta su atención, su gusto por los ejemplos y las anécdotas, por los testimonios, los recuerdos y las experiencias comunes. Significa la posibilidad de jugar con el lenguaje, como lo hacen de manera permanente los locutores de esos programas en los cuales se habla con un sector del público (el ama de casa, la juventud...); significa apelar a imágenes, a metáforas, a formas preciosas de nuestro lenguaje.

Estamos haciendo referencia a la contextualización en un doble sentido: en cuanto a los temas desde las relaciones cercano-lejanas, y en cuanto al discurso, desde sus modos cotidianos de ser comunicado. Para lograr una adecuada relación entre el material radiofónico y el interlocutor, es preciso partir de una comunidad de significados, ya que a menudo un concepto significa una cosa distinta para uno y otro. Se ha de tener presente que se juega siempre en dos vertientes: la connotativa o subjetiva y la denotativa u objetiva. Muchas veces ambos planos no coinciden entre las propuestas del texto y las interpretaciones del lector. Para una comprensión pedagógica de un material importa mucho partir de un acuerdo mínimo sobre el significado de los conceptos básicos utilizados.

El tratamiento de la forma

En el medio que nos ocupa se habla de *formatos radiofónicos* para aludir a los diferentes modos de trabajar los contenidos y de relacionarse con los interlocutores.

Podemos hablar, siguiendo a Walter Alves, de formatos cortos y largos. Los primeros comprenden el noticiero, el comentario, la charla radiofónica, la entrevista, el reportaje, la mesa redonda y el debate. Los segundos abarcan la tertulia, la revista radial, el documental, el retrato sonoro y el documental dramatizado.

Otra clasificación es la que propuso UNDA-AL en su curso (que mencionamos más arriba): historias con efectos de sonido y música, la charla narrada, la entrevista individual, la entrevista colectiva, el sociodrama, las noticias dramatizadas, las personificaciones y las canciones dramatizadas, la adaptación de cuentos, la cuña, el reportaje, la radio-revista o el noticiero popular.

Por supuesto que ambas no se contradicen, sino que pueden complementarse.

¿Cuáles son los formatos más adecuados para la educación a distancia? Podríamos pasar largo tiempo explicando el valor de uno sobre los demás, pero entraríamos en una discusión sin sentido. Todos los formatos son útiles, según los interlocutores, el tema y los propósitos educativos.

La pregunta correcta pasa por otro lado: ¿estamos ante una buena producción radiofónica? Si la respuesta es afirmativa, habremos acertado con el formato correcto.

Presentamos a continuación una guía de análisis de la producción radiofónica, elaborada por Amable Rosario.

Aspectos estructurales o formales

1. ¿Cuál es el formato?
2. ¿Cuál es la historia, argumento o trama?
3. ¿Cuál es la acción o situación dramática desencadenante?
4. ¿Cómo está presentado el conflicto?
5. ¿Cuántos personajes tiene?
6. ¿Los personajes tienen riqueza humana o son marionetas?
7. ¿Cuáles son las características más sobresalientes de los personajes principales?
8. ¿Cuántas escenas hay? ¿Tienen unidad lógica?
9. ¿Cuál es la duración?

Calidad técnica

1. ¿Los efectos de sonido están bien utilizados? ¿Tienen lógica y ubicación? ¿Ayudan a comprender la historia? ¿Son abundantes, adecuados, escasos?
2. ¿Los efectos de sonido son verosímiles y tienen fuerza expresiva? ¿Ayudan a crear el ambiente?
3. ¿Qué función desempeñó la música? ¿Estuvo bien escogida? ¿Fue coherente con la temática de la emisión y atractiva? ¿Fue abundante, adecuada o escasa?
4. ¿La calidad sonora es audible? ¿Los niveles son uniformes? ¿Los *fade* están bien realizados? ¿No hay distorsión?
5. ¿Los planos sonoros están bien planificados y realizados?
6. ¿El montaje total de la emisión tiene el ritmo y la agilidad necesarios?

Calidad interpretativa

1. ¿Cuál ha sido el tipo de narración empleada?
2. La locución: ¿es natural y clara? ¿Hay buena pronunciación y vocalización?
3. La lectura: ¿es conversada? ¿Hay buena puntuación, acentuación, pausas y ritmo?
4. ¿Los personajes suenan reales o ficticios? ¿Fue correcto el encaramiento de los personajes?
5. ¿Los actores tienen fuerza expresiva, son convincentes? ¿Exageran o sobreactúan?
6. ¿Los diálogos son naturales y ágiles?
7. ¿Los diálogos describen los personajes y cuentan historias?

El oyente

1. ¿A qué público se dirige? ¿Lo capta?
2. ¿Apela a experiencias del oyente? ¿Se pone en su lugar?
3. Considerando el formato: ¿hay un grado aceptable de sencillez, espontaneidad y claridad?
4. ¿Es obvio, lo dice todo o incita a una cierta decodificación activa que lleva a la participación?

Recursos técnicos

1. ¿Los equipos son propios, prestados o arrendados?
2. ¿Qué tipo de consola se usó?
3. ¿Cuántos tocadiscos?
4. ¿Cuántas grabadoras de carretes, casetes y cartuchos?
5. ¿Cuántas cintas se utilizaron?
6. ¿Cuántos micrófonos se usaron en la grabación de la emisión?
7. ¿Qué sistema se empleó en la grabación: grabación directa o pregrabaciones con montaje y sonorización final?
8. ¿Qué tipo de edición se utilizó: mecánica, electrónica o de empalme?

Con estos recursos de análisis del tratamiento de los contenidos y de la forma poníamos en juego nuestra percepción de la radio en el trabajo educativo a distancia.

Radio y vida cotidiana

Cierro este itinerario personal con un análisis de la experiencia vivida en torno a la producción de un libro para el Secretariado Conjunto de Comunicación, *La vida cotidiana, fuente de producción radiofónica*. Aclaro primero el título. Cuando recibí la propuesta para elaborar el primero de una serie de libros destinados a personas dedicadas a la educación a través de ese medio, el título original era: "La realidad es nuestra fuente". Envié una larga carta a los amigos del Secretariado para argumentar sobre otra dirección, la de la vida cotidiana. En la primera línea me hubiera tocado detenerme en cuestiones

sociales y en el análisis de situaciones que, de alguna manera, ya han sido tratadas por muchos comunicadores en nuestros países. La orientación hacia la vida cotidiana buscaba centrar el análisis en los elementos que se comparten en la vida diaria y que son, o pueden ser, utilizados en la producción radiofónica.

Aceptado ese punto de partida, vino otra cuestión. Me pedían un texto para grupos de trabajo en toda América Latina, desde los que actúan en radios para sectores indígenas hasta quienes lo hacen en emisoras urbanas en las grandes ciudades. ¿Cómo llegar a todos con un material que pudiera serles de utilidad? Tenía algo a mi favor para comenzar a escribir: el conocimiento de tanta gente de esos países en mis más de 15 años de peregrinar por estas tierras. Pero ello no era suficiente.

Apelé, luego de mucho reflexionar, a lo que denomino *los universales en la vida cotidiana*. Si bien trabajamos para reconocer las formas diferenciadas de lectura de los mensajes por parte de distintos grupos sociales, según su lugar en relación con la cultura, la economía, la educación, reconocemos también constantes en la vida cotidiana que son apropiadas y utilizadas por los medios de comunicación:

- la personalización
- la interlocución
- las relaciones cercano-lejano
- la apelación a experiencias
- el relato
- el humor
- la fiesta del lenguaje
- los sistemas de reconocimiento por la memoria y las autorreferencias

No voy a desarrollar esos puntos aquí. Digamos que me atuve a ellos desde el comienzo mismo del texto, que se inicia así: me llamo Daniel...

El libro fue organizado en seis unidades:

- El discurso radiofónico
- La vida cotidiana como hogar del sentido
- La incesante trama de lo oral
- El contexto
- El aprendizaje
- La labor educativa

Puedo sintetizar mi intención en ese material, dirigido a productores de programas educativos en América Latina, a través de palabras de José Ignacio López Vigil:

“No tenemos vocación de perdedores. Queremos tener éxito en nuestro trabajo. Sí, éxito. Queremos aparecer en los ratings disputando los primeros lugares de audiencia. ¿Ganar audiencia es el objetivo? No,

pero sin audiencia - sin mucha audiencia - no podemos lograr nuestro objetivo. ¿Que el rating no es la última palabra? Por supuesto que no. Pero sí la penúltima. Porque en radio, si no te escuchan, no existes. ¿En nombre de quién hablas? ¿A quién representas? En la cultura masiva, el éxito no es el criterio de la verdad, pero sí su condición. (...) En la radio, como en la vida, lo que no se mueve se muere. Cambió el mundo. ¿Y no vamos a cambiar nuestras programaciones? Sin descuidar las formas tradicionales que hemos experimentado como exitosas, ¿habrá programas más modernos, más acordes con la cultura masiva y las grandes audiencias juveniles?”

Daniel Prieto Castillo
Agosto de 1996

¹ Jornadas La Radio de fin de siglo, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Crujía.