

LA RADIO EN TIEMPOS DE POST-MODERNIDAD

Juan Eleazar Figallo

En el marco de estas Jornadas de Reflexión me dispongo a ofrecer mi experiencia y visión del medio *Radio* en el cual me desempeño desde hace ocho años como *locutor*. Desde entonces y hasta hoy he ejercido diversas funciones dentro de esta área, tales como: animador de programas musicales, locutor de promociones, narrador de programas especiales, narrador de noticias. Igualmente incursioné en el medio televisivo como locutor en off.

La radio nos ofrece múltiples alternativas; es cuestión de gustos. Hoy por hoy la segmentación, clasificación, concentración, particularización o delimitación del público es una realidad. Es a un público determinado al que yo como productor o gerente de una estación dirijo la programación, elaborada para satisfacer el gusto y las preferencias de este sector al que yo como medio deseo captar. Sobre este esquema, la mercadotecnia y la publicidad han realizado distintos estudios, repito, con la finalidad de saber los gustos y las preferencias de un público en particular, determinado por ciertos factores. Los mercadólogos están interesados en la clase social, porque la gente dentro de una clase social dada suele exhibir una conducta similar. Hoy por hoy inclusive, y digámoslo así, encuadrada dentro de la postmodernidad, los expertos en el área de los medios de comunicación han llegado a clasificar una serie de grupos de individuos según su estilo de vida.

Digamos que es como quien tiene su novia o su novio, o bueno, alguien a quien se quiere muy especialmente, como un amigo o una amiga; y se le conoce lo suficiente como para saber qué le puede gustar, a la hora que deseamos obsequiarle un regalo. Si es una persona de quien sabemos es amante de

la literatura, es fácil predecir que le agrada una buena novela, o un libro de poesía.

Si nos estamos levantando a una chama, procedemos a conquistarla propiciando encuentros inolvidables, una botella de vino para compartir (escogemos por supuesto el mejor), poemas, peluchitos, una rosa..., en fin, hasta haber alcanzado nuestro objetivo. Algo así pasa también a un nivel macro cuando hablamos de los medios de comunicación. Se conoce aquel segmento de público, para decirlo con un término técnico, el *target*, al cual quiero captar. Sé que esto tiene un lado bueno y un lado cuestionable. Ya volveré sobre esto. Lo cierto es que esa multiplicidad de opciones determinada por el gusto de cada quien, se refiere al hecho de que en nuestro espectro radiofónico o línea del dial, tanto en AM como en FM, podemos disfrutar desde una vieja canción, un bolero por ejemplo, un programa especial dedicado a los tangos de Gardel, las canciones de Tito Rodríguez, Ismael Miranda y Héctor Lavoe, para los amantes de la salsa, un especial de Alí Primera, un resumen musical con los éxitos de hoy, programas de opinión, de astros, de medicina natural, de sexo; hasta escuchar, como en el caso de radio Tropical, la realización de grandes milagros en el nombre del Señor, por parte de pastores evangélicos. Por ejemplo, a usted le agrada escuchar música venezolana, entonces sintoniza RQ 910 que dedica toda su programación a colocar ese género musical, o usted prefiere el canal clásico de la Radio Nacional de Venezuela, para escuchar música de Beethoven. Después de todo, ése es su derecho, porque ¿quién le puede imponer a Usted lo que tiene que escuchar? Usted escoge.

Mucho se discute sobre el hecho de que mientras mayor es la conciencia del individuo, se encuentra más capacitado para exigir de los medios de comunicación mayor calidad en el contenido de los mensajes incluidos en su programación.

Llegados a este punto, quizás sea el momento de preguntarnos si entonces la radio, queriendo simplemente satisfacer los gustos, deseos y preferencias de un público sin más, sigue la corriente de unas estructuras que como todos sabemos generan cantidad de injusticias. Podríamos citar por ejemplo el caso de la educación. ¿No es acaso la educación un factor primordial para el desarrollo de los pueblos?, ¿está acaso la radio al servicio de este desarrollo o más bien, y en virtud de tantos intereses comerciales, prefiere hacerle el juego a las actuales circunstancias?

En el folleto titulado *Radio y Nueva Evangelización* de 1992, Aler (La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) escribe: “Otros rasgos de la comunicación moderna son la subordinación de la programación al interés comercial y la permanencia del pueblo como mero consumidor de mensajes. Al mismo tiempo las expresiones culturales se utilizan descaradamente para la promoción de productos de consumo. Esto se entiende mejor en el contexto de cómo el sistema económico influye en todos los aspectos con la consecuente frustración de quienes se ven impedidos de satisfacer las necesidades e ilusiones creadas”.

Jesús nos enseña (Lc. 12:15): “Eviten con gran cuidado toda clase de codicia, porque, aunque uno lo tenga todo, no son sus pertenencias las que le dan vida”, y más adelante nos exhorta: “júntense riquezas celestiales que no se acaban, donde el ladrón no puede llegar, ni la polilla destruir. Porque donde está tu tesoro, ahí también estará tu corazón” (Lc. 12:33-34).

Me pregunto: ¿dedican las estaciones de radio suficientes espacios a la reflexión sincera y profunda? Mucho se habla en torno al cambio de actividades, de mentalidad, de patrones de conducta, de reforzar valores positivos, elevar nuestro nivel, y en este sentido la radio como medio de comunicación de masas juega un rol primordial. Pero, ¿está la radio al servicio de estas prioridades a través de ideas constructivas que generen una elevación, desarrollo de nuestra sociedad? Pero atención: que comience desde dentro de cada uno de nosotros un cambio en lo profundo, en lo interior, siguiendo las enseñanzas de Jesús cuando señalaba a los fariseos que purifican el exterior de copas y platos, pero su interior está lleno de rapiñas y perversidades... El que hizo lo exterior ¿no hizo también lo interior? Pero, según Ustedes, basta dar limosnas sin reformar lo interior y todo está limpio... y mientras tanto descuidan la justicia y el amor a Dios. Entonces de nada nos sirven los paños calientes, los efectos pasajeros, oportunistas.

FORMA Y NO FONDO

Ahora bien, interesa a la radio y a los medios de comunicación en general los cambios que esta evolución desde lo interior generaría, quizás en muchos casos en contra de los intereses creados. Pero, por supuesto, este cambio toca a ellos mismos en las personas de sus propietarios y directores, en quienes

esperaríamos una transformación como ocurrió en Zaqueo, o seguirán siendo como los invitados que se excusan para no asistir al gran banquete, como el joven rico, y seguirá siendo realidad aquello de que es más fácil para un camello pasar por el ojo de una aguja que para un rico entrar en el Reino de Dios; y es que como explica Jesús: “Lo que sale del hombre, eso lo hace impuro, pues del corazón del hombre salen las malas intenciones: inmoralidad sexual, robos (si lo sabremos nosotros los venezolanos), asesinatos, codicia, maldad, infidelidades, vida viciosa, envidia, injuria, orgullo y falta de sentido moral. Todas estas maldades salen de dentro y hacen impuro al hombre” (Mc. 7, 20-23).

Ahora bien, para Dios todo es posible: en la tierra paz a los hombres de buena voluntad. Así es, no todo el panorama es pesimista. La Radio ha jugado y sigue jugando un papel protagónico en la historia reciente de nuestro país. En los tiempos críticos denunció y en los acontecimientos más trascendentes informó. Personalmente fui testigo de hechos como los golpes de Estado, y jamás olvidaré cómo el entonces Presidente Pérez, a través de Radio Rumbos, empresa en la cual me desempeñaba en ese momento, anunciaba al amanecer del 27 de noviembre que no pasaba absolutamente nada y que la situación era normal y exhortó a la colectividad a dirigirse a sus puestos de trabajo...

La noche del “cacerolazo”, el Ministro Piñerua Ordáz se presentó en los estudios cuando se transmitía el evento y “al aire” presentó sus advertencias que acompañó con unos golpecitos de sus puños a la mesa. Otro acontecimiento importante fue la entrada de funcionarios de la DISIP a las instalaciones de Rumbos para arremeter contra los periodistas que allí laboraban y causar destrozos en los estudios.

Hoy por hoy, en R.C.R. trabaja un equipo de buena voluntad, comprometidos con la calidad para satisfacer a un público exigente: una sociedad de la información, de la globalización, valiéndose del desarrollo en la tecnología de las comunicaciones. Informática y satélites nos ponen en contacto con el mundo entero. Mención aparte merece el informativo *Solar*, de la sociedad latinoamericana de radiodifusión que conecta el diario a Perú, Bolivia, Ecuador, Argentina, Colombia y Venezuela, dándonos a conocer las noticias de esos países. De manera que la radio informa, muestra, reseña todo cuanto acontece en esta “post-modernidad”... en medio de tantas situaciones terribles, muchas de ellas “constantes históricas”, situaciones de “nunca acabar”

porque como escribió el dramaturgo inglés T. S. Eliot en el texto de su magistral obra "Asesinato en la Catedral", en boca del propio personaje central, el Arzobispo Tomás Beckett: "No sabemos demasiado del futuro, salvo que de generación en generación las mismas cosas pasan siempre y siempre. El hombre poco aprovecha las experiencias ajenas".

Así parece expresarse la corriente del mundo que Juan en su primera Carta escribe como codicia del hombre carnal, ojos siempre ávidos y gente que ostenta su superioridad.



NUEVO MUNDO

REVISTA DE ORIENTACION PASTORAL

Editada por los Hermanos Menores Capuchinos de Venezuela
Sirviendo al pueblo y construyendo el Reino en el NUEVO MUNDO

SUSCRIPCION

Venezuela 1.100 Bs; América 20 dólares USA;
Resto del mundo 25 dólares USA

DIRECCION

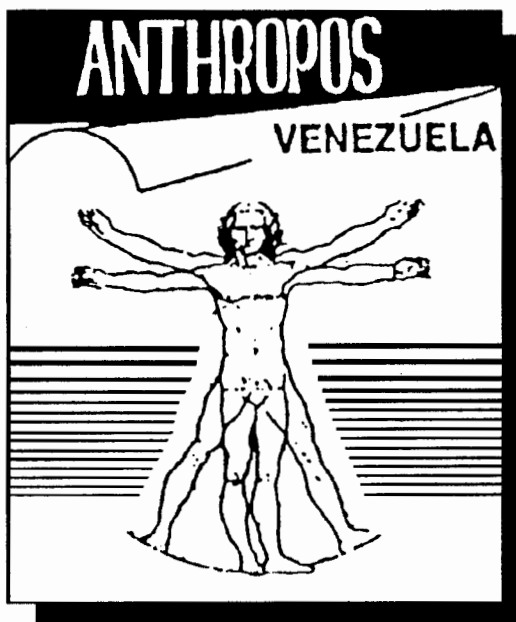
Apartado de correos 51.608 - Caracas 1050-A
Teléfono (02) 862 68 73



Centro Paulino, Salas a Caja de Agua, CARACAS



**Para estar al día en la dinámica teológica
y pastoral latinoamericanas**



Es una revista que estudia la realidad del hombre desde el contexto de América Latina

**Instituto Superior Salesiano
de Filosofía y Educación**

Avenida El Liceo, Apartado 43
Los Teques 1201-A (VENEZUELA)
Telf.: 032 - 32 98 12

Valor de la suscripción:	Venezuela:	Bs. 1.000,00
	Extranjero: Vía Aérea:	\$ 12,00
	Correo Normal:	\$ 10,00