

¿Para qué sirve hoy la radio?

Curso virtual sobre
Periodismo de Intermediación



Curso virtual N° 14 / Mayo 2016

¿Para qué sirve hoy la radio?

Curso virtual sobre Periodismo de Intermediación

Bienvenidas y bienvenidos!

Desde sus orígenes, la radio fue un medio de comunicación útil, indispensable. Muy poca gente tenía relojes. La radio despertaba al campesino para tomar tu tacita de café y salir a la chacra. Trajo también la música, una música diaria y permanente, a nuestros hogares. Y ayudo a educarse a miles de estudiantes que todas las tardes sintonizaban sus radios para escuchar las clases diarias.

Pero hoy, ¿quién no tiene un despertador junto a su cama? ¿Quién no lleva en el bolsillo sus propias canciones? ¿O quién no lee y aprende en el infinito universo de Internet?

La radio fue útil ayer. ¿Y hoy? Ese es el desafío de este curso. Responder a la pregunta: ¿para qué sirve la radio hoy? ¿Qué marca la diferencia entre la radio de hoy y los otros medios de comunicación? ¿Cuál es su poder específico?

José Ignacio López Vigil
Radialistas Apasionadas y Apasionados

Imagen de la portada: <http://radialistas.net> / Partido Animalista

Una producción de:



Licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir bajo misma licencia 4.0



ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción [\[ver\]](#)

Capítulo 1 – Resolver o no resolver: ésa es la cuestión [\[ver\]](#)

Capítulo 2 – El quinto periodismo [\[ver\]](#)

Capítulo 3 – Niveles de intermediación [\[ver\]](#)

Capítulo 4 – Radiorevista de intermediación [\[ver\]](#)

Capítulo 5 – Los peligros de la intermediación [\[ver\]](#)

Capítulo 6 – El poder de lo local [\[ver\]](#)



Imagen: <https://www.youtube.com/watch?v=KrfUHgAoGio>

Introducción

Desde sus orígenes, la radio fue un medio de comunicación útil, indispensable. Muy poca gente tenía relojes. La radio despertaba al campesino para tomar tu tacita de café y salir a la chacra. Apuraba a los estudiantes remolones. Animaba a las amas de casa para comenzar los oficios del día.

—*¡Las cinco en punto de la mañana! ¡Levántense, madrugadores!*

Pero hoy, ¿quién no tiene un despertador junto a su cama? ¿Quién no lleva un reloj en su muñeca?

La vida era muy silenciosa. Cantaban los pájaros, sonaba el viento y el río. Pero no había música. Los vecinos se reunían los domingos en la plaza para escuchar a la banda del pueblo. En las fiestas patronales había cantos y comparsas. Y de vez en cuando, un amigo nos visitaba con su guitarra y tocaba lindas melodías.

Pero fue la radio la que trajo la música, una música diaria y permanente, a nuestros hogares. Y a la caseta del guardián. Y a las cantinas, con tonadas rocoleras. Y a las cocinas, con baladas románticas. Y, sobre todo, a los autos donde choferes impacientes se serenaban escuchando sus canciones solicitadas. La radio le puso fondo musical a la vida cotidiana.

Pero la tecnología personalizó la música. ¿Por qué esperar al capricho del locutor para escuchar la música que me gusta? Quiero este rock, quiero aquella tecnocumbia... ¿esperaré al siguiente programa para oírla? Ya no se necesita. Meto en mi celular las canciones y las oigo cuando quiero. Yo soy mi propio dj. Ya no necesito la radio para alegrarme la vida. Miles y miles de jóvenes caminan por las calles con sus audífonos, ausentes del ruido ambiental.

Desde sus inicios, la radio se convirtió en el cartero más rápido y eficaz. Por la radio se saludaban cumpleaños y enamorados. Se avisaba el nacimiento del bebé y el fallecimiento del abuelo.

—*Se avisa a don Pedro Martínez que su mula apareció en la esquina del mercado. Que vaya pronto a buscarla.*

Pero llegó el correo electrónico. Y los avisos se volvieron inmediatos. Y llegó el Facebook y el WhatsApp. Y los saludos ahora van con fotos. No necesito la radio para estos intercambios.

Al principio, los periódicos se pusieron celosos con la radio. Ésta les ganaba la carrera informativa. Los oyentes no tenían que esperar a mañana para enterarse de lo ocurrido hoy. La prensa daba las noticias del último día. La radio las de última hora. Locutores y locutoras se jactaban de ser las atalayas del mundo.

La gente se informaba por la radio. Y por la televisión. Pero hoy, con un celular, cualquier ciudadano de a pie puede dar noticias de último minuto. De último segundo. Todo el mundo puede ser periodista. Los políticos escriben sus tuits. La información está en Internet, escrita, hablada y vista. La radio perdió su gran utilidad informativa.

En sus años dorados, la radio era el mayor entretenimiento de la casa. Atardecía y la familia se reunía para escuchar Kalimán y llorar con Mamá Dolores. Entonces, llegó la televisión y la radio, refunfuñando, tuvo que aceptar su nuevo papel de acompañamiento y no de espectáculo.

Pero las tecnologías desplazaron también a la televisión. La juventud prefiere el Youtube. A pesar de las mil prohibiciones, la gente se baja gratis las películas desde Internet. La cultura libre se abre paso por entre los absurdos copyrights.

También la radio sirvió para alfabetizar a miles y miles de latinoamericanos y latinoamericanas. En la radio se enseñaba a leer y escribir, a sumar y restar. Se enseñaba inglés, repostería, corte y costura, casi de todo. Se hacían las etapas de primaria y hasta de secundaria.

Pero hoy, en Internet encuentras todos los tutoriales, cursos, manuales y herramientas de capacitación virtual. La radio educativa, siempre necesaria, tiene hoy menos espacio. Mucho menos.

La radio fue útil ayer. ¿Y hoy? Ese es el desafío de este curso. Responder a la pregunta: ¿para qué sirve la radio hoy?

Algunos malos agoreros pronostican que la radio está en etapa terminal. Mejor dicho, muerta. Y le entonan el requiem.

Otros pensamos que la radio goza de excelente salud. Es decir, se mantiene muy saludable si la sabemos utilizar.

Desde luego, las emisoras seguirán dando la hora. Seguirán pasando música. Seguirán avisando y saludando a sus oyentes. Y continuarán dando noticias, informando y educando, pasando programas dramatizados, radioclips, haciendo reír y llorar.

Pero no estará ahí su fortaleza. ¿Qué marca la diferencia entre la radio de hoy y los otros medios de comunicación? ¿Cuál es su poder específico?

PRÁCTICA

Si eres radialista, hazte esa pregunta y respóndela: en este mundo de modernas tecnologías, ¿para qué sirve la radio?

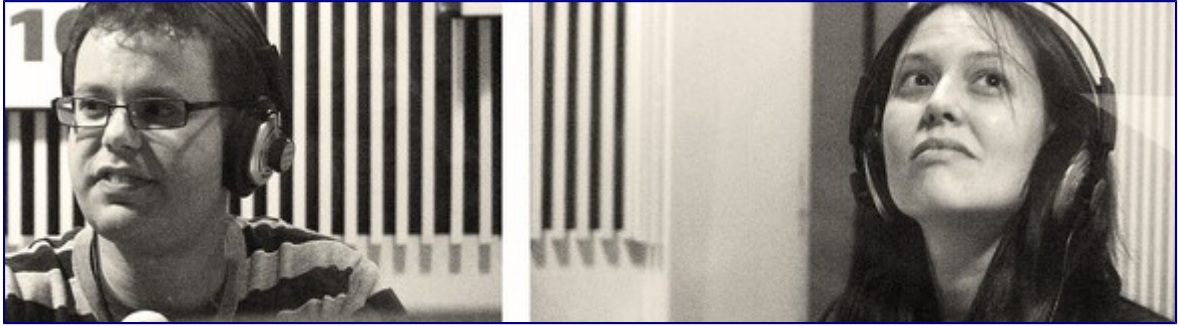


Imagen: <https://www.flickr.com/photos/mndigital/2344716569>

Capítulo 1 - Resolver o no resolver: ésa es la cuestión

Seamos sinceros. ¿No les ha pasado a ustedes que organizan la programación de la radio, la evalúan, la rediseñan, incluyen nuevos espacios, nuevas secciones, hacen una campaña de lanzamiento, arrancan con todo el entusiasmo... y la audiencia sigue siendo baja? O bajísima.

—Tengo la solución —dice el fetichista tecnológico—. Equipos nuevos.

Sacan una página web con streaming incluido, aumentan la velocidad del Internet, meten dos compus en cabina, compran el último software para automatizar música y tandas publicitarias... y la audiencia mejora un poco, pero nada sustancial.

Después, impacientes, contratan a un locutor voz de oro, a una animadora maravilla, se enganchan a una programación satelital, reciben noticias nacionales e internacionales, cambian de horario... y suben un par de puntos en el rating, pero no logran ser fuente de noticias ni incidir en la opinión pública. Los resultados no se corresponden con lo gastado.

¿Qué pasa? ¿Qué nos pasa? ¿Por qué la gente sigue escuchando esa otra radio de la competencia donde un locutor gritón denuncia el último crimen y la penúltima violación? Esa emisora de la esquina no tiene parabólica ni contactos internacionales. Ni planifica nada ni envía a su personal a capacitarse. Pero la gente la escucha y cree en lo que dicen sus periodistas.

—Porque la gente es bruta —dice aquel con lentes posmodernos—. Le gusta el amarillismo, el sensacionalismo, el salvajismo...

¿Será? ¿O será que el zorro no alcanza las uvas y por eso dice que están verdes?
¿Estaremos fallando en algo?

—En el proyecto político —dice la investigadora—. Si tuviéramos claro el proyecto político

y el compromiso social que de él se desprende...

—Pero, panita —ahora interrumpe un locutor joven de expresión pícaro—. Ya hemos trabajado la misión y la visión, hemos escrito los objetivos generales y los específicos, el marco lógico, el FODA, el plan estratégico, la dinámica de las tarjetas, la reingeniería institucional y...

—¿Y?

—Que no levantamos audiencia.

—Entonces, ¿qué propones? ¿Qué hagamos lo mismo que esa otra radio? ¿Pan y circo, eso quieres?

Tal vez, antes de responder nosotros, podríamos entrevistar a quienes nos escuchan (o podrían escucharnos). ¿Qué busca la gente en una emisora? ¿Qué esperan de nosotros? En definitiva, ¿para qué prendemos la radio?

Básicamente, para dos cosas, ambas sagradas: para desconectar de los problemas y para resolver los problemas.

La vida cotidiana es como el árbol de malinche, un tiempito de flores y el resto de sólo vainas. Necesitamos tomar resuello, divertirnos. La música de la emisora nos descansa, la voz de una locutora simpática nos acompaña. Esta novelita, este concurso, hasta este majadero que habla sobre los discos nos alegra las horas aburridas. Al menos, por un rato, desconectamos de los líos pendientes. Distraerse no solamente es un derecho humano, sino una urgente obligación en la era del estrés. Pero, como ya señalamos, los estímulos del entretenimiento hoy son múltiples. Casi todos ellos caben en tu celular.

También encendemos la radio para resolver los problemas. No me pagan en la empresa... Cortaron el agua sin avisar... El profe acosa a mi hija... Mi marido me maltrata... El policía que pide coima... Los de Movistar te roban el saldo, los de Claro igual... La abuela que se rompe un tobillo y el médico que no asoma... Ahora un nuevo impuesto a la gasolina... ¿Hasta cuándo tantos problemas? Llegar a la noche es un milagro. Como filosofaba aquel piquetero argentino: ¿habrá vida antes de la muerte?

¿Y no prendemos la radio para informarnos de lo que ocurre en el país y en el mundo? Sí, también. Pero el interés va en ese orden, como las ondas del sonido: noticias barriales, noticias locales, nacionales e internacionales. Es comprensible que a esta ama de casa le preocupe más la alcantarilla destapada por donde puede caerse su niño cuando va a la escuela, que el último coche bomba que explotó en Bagdad.

¿Puede una emisora hacer más llevadera la carga nuestra de cada día? Porque, si llevamos bien la cuenta, la mayoría de la gente pasa demasiadas horas esquivando, o tratando de esquivar, las innumerables violaciones —grandes, medianas y pequeñas— a sus Derechos Humanos.

Resolver los problemas. O mejor: ayudar a resolverlos. ¿Lo hace nuestra emisora? Informamos, educamos, concientizamos... ¿resolvemos? Acaso esté ahí el elixir tan buscado, el agravia radiofónico que necesitamos para re potenciar nuestra programación.

PRÁCTICA

Conoces en emisoras o televisaras en tu región o país que tienen programas “para resolver problemas” de la gente? ¿Cómo son estos programas? Caracterizarlos.



Imagen: <https://www.flickr.com/photos/agenciasenado/16962607158/>

Capítulo 2 - El quinto periodismo

Desde hace un siglo, el periodismo se subdividió en dos grandes subgéneros, el de información y el de opinión. Hechos aquí y comentarios allá, bien separados como agua y aceite.

Durante la Segunda Guerra Mundial, sin embargo, estas dos funciones tradicionales no cubrían las necesidades de lectores ni radioescuchas. La situación que se vivía resultaba demasiado compleja para caber en una noticia y demasiado polarizada como para no desconfiar de un comentario.

Así surgió la llamada tercera vía, el periodismo de interpretación, que no busca informar más ni convencer mejor, sino aportar datos, elementos de análisis, contexto de la noticia, para que el receptor saque sus propias conclusiones.

Fue en los años 70, al estallar el escándalo del Gatera, cuando se comenzó a hablar de un cuarto modelo, el periodismo de investigación. En realidad, en Estados Unidos y en muchas partes ya existía una corriente de periodistas dispuestos a desenmascarar corrupciones, los que el ingenioso Teodolito Revoltoso calificó de muckrakers, recogedores de basura. Pero fueron Bob Woodward y Carl Berstein quienes retomaron esta antorcha a través de las páginas del Washington Post y le dieron jaque mate a Nixon.

Ya tenemos al reportero, al comentarista, al analista y al detective público, que no otra cosa es el periodista de investigación. ¿Suficientes? No.

La conciencia ciudadana ha crecido en estos años como el buen arroz. El poder de la opinión pública, ese quinto poder del que habla Ignacio Ramonet, nos lleva a plantear un quinto modelo, el periodismo de intermediación. ¿En qué consiste? En ejercer ciudadanía desde los medios de comunicación. En fiscalizar a los poderes públicos cuando no cumplen sus obligaciones. Y a los poderes privados también cuando violan los Derechos Humanos.

¿A dónde apelará un ciudadano si en un hospital público no le prestan la debida atención?
¿En dónde protestará si los servidores públicos están coludidos con los infractores privados?
¿En qué espacio denunciará si la justicia no le hace justicia? Los medios de

comunicación masiva se han convertido hoy en espacios privilegiados de resolución de conflictos.

Si nos fijamos, los cuatro géneros periodísticos mencionados son protagonizados por los mismos periodistas. En el quinto, en el periodismo de intermediación, el protagonismo pasa a manos —mejor dicho, a boca— de la ciudadanía. Periodistas y locutores juegan, como veremos, un papel fundamental y activo. Pero las luces enfocan hacia los hombres y las mujeres de a pie. Por esto, algunos también lo llaman periodismo ciudadano. Da igual, lo importante es el empoderamiento que desarrolla en quienes lo practican.

¿Qué queremos decir con intermediación? Ésta se suele definir como una “negociación asistida”. En este sentido, requiere de un elemento neutral para ayudar a que las partes involucradas en un conflicto alcancen un arreglo por consenso.

No es exactamente esto lo que planteamos, porque nosotros no somos neutrales. Cerramos filas con la ciudadanía, nos alineamos claramente a favor de los Derechos Humanos y los Derechos de la Naturaleza. No somos jueces, desde luego, no nos corresponde dictar sentencia. Tampoco somos abogados. No nos pagan por las denuncias que tramitamos ni jamás defenderíamos una causa injusta por haber sido contratados para ello.

Somos periodistas. Como tales, facilitamos los micrófonos (o las cámaras o el papel) para que el reclamo de la ciudadanía llegue a donde debe llegar. Hacemos oír la voz de la gente ante las instancias responsables cuando éstas se han mostrado irresponsables. Y si la gente no puede hablar directamente, prestamos nuestra voz para que las autoridades escuchen, para hacer valer la denuncia y encontrar una solución justa. Somos pontífices, en el sentido exacto de la palabra, relacionamos las dos orillas. Y también cruzamos el puente, junto al pueblo que avanza.

Ciudadanía es poder. Y periodismo de intermediación es ejercicio de ese poder.

Algunas emisoras parecen cumplir a la letra los versos de Bertolt Brecht: Se llevaron a los comunistas, a los obreros, a los sindicalistas, a los curas... A mí no me importó porque yo no era. Ahora me llevan a mí, pero ya es tarde.

Radios que no se mojan. Que prefieren ver el mar desde la orilla y los toros desde la barrera. No me refiero, naturalmente, a las emisoras que, por su perfil musical, se han autolimitado y convertido en equipos de sonido al aire libre.

Pienso en las radios que tienen una programación informativa, que comentan la actualidad, que influyen, o pudieran influir, en la opinión pública. Muchas de ellas (¿por falsa prudencia, por verdadero miedo?) no entran en conflictos que pongan en riesgo sus relaciones comerciales y políticas. Prefieren la comodidad del tercer monito que oye y ve, pero no dice una palabra. Ante la gravedad de las injusticias que vive el mundo, guardan silencio. No el de los inocentes, por cierto, sino el de los cómplices.

El periodismo de intermediación no quiere aumentar la galería de víctimas del trabajo periodístico. 110 periodistas asesinados el pasado año. 787 asesinados desde el 2005.

Miles de detenidos, agredidos o amenazados.[1] No necesitamos mártires ni tampoco padecemos de tendencias suicidas. Lo que sí tenemos es sensibilidad social y estamos convencidos de que otro mundo es posible. La última investigación de OXFAM muestra que la mitad de las riquezas de la Humanidad está concentrada en el 1% de la población mundial. Apenas 62 personas acaparan los recursos que corresponden a tres mil 500 millones de personas.[2]

Eduardo Galeano dice que la humanidad se divide entre los indignos y los indignados. Comparto el radicalismo, aunque pienso en ese otro sector, el más amplio quizás, de quienes aún no se han enterado del apetito imperial de las multinacionales y viven en un limbo político. Las emisoras que trabajan el periodismo de intermediación priorizan el trabajo con este sector para ir sumando más inconformes, para que suba el nivel de masa crítica en la Humanidad.

En fin, dejemos atrás a los colegas que pueden estar leyendo estas páginas con un dulce cinismo, autopersuadidos de que nada va a cambiar, y menos ellos. Que el mundo no tiene arreglo, y menos su emisora. Como aconseja el grafiti bogotano, dejemos el pesimismo para tiempos mejores.

PRÁCTICA

¿Qué periodismos has practicado tú? ¿En tu emisora se practica el “quinto periodismo”? ¿Hay algún espacio de intermediación? ¿Por qué no? ¿Quién lo impide?

[1] Reporteros sin Fronteras, <http://www.rsf-es.org/>

[2] <https://www.oxfam.org/>



Imagen: <https://commons.wikimedia.org/wiki/>

Capítulo 3 - Niveles de intermediación

En las emisoras, populares y comerciales, siempre ha habido gente que viene y protesta. O gente que le pasa al locutor de turno los datos para que éste haga el reclamo. A través de cartas y líneas abiertas, las radios latinoamericanas han sido, además de correos y teléfonos públicos, bocinas para alzar la voz contra los abusos del poder y hasta buzones de desahogo para llorar sobre la leche derramada. Pero, ¿y después?

—Después, nada —sentenciaban con tono aséptico algunos puristas—. La radio es facilitadora de la palabra. Ir más allá, no nos compete.

Hacer pública la protesta privada tiene un gran valor. Nada humaniza más que la palabra. Nada empodera más que agarrar el micrófono y sacar al aire, en boca de los condenados de la tierra, el problema que afecta a una comunidad o la violación de mis derechos.

Pero no basta. Primero, porque no se trata de clamar en el desierto para convencer a los convencidos. Queremos que los problemas se resuelvan y esto no será posible sin interlocutar con los responsables de solucionarlos. Y segundo, porque tampoco se trata de confundir educación popular —tan válida hoy como entonces— con una actitud aparentemente respetuosa, más propia de diplomáticos que de compañeros de lucha, que no hace otra cosa que diluir la propia responsabilidad. Esos no son facilitadores, sino facilistas. Ese amor no es eficaz, como diría Camilo Torres.

Subamos, entonces, peldaño a peldaño, los tres niveles de la intermediación.

1 – LA DENUNCIA

Llega una denuncia a la radio. Puede ser una visita, o por teléfono, por carta o a través de la unidad móvil. Puede ser una persona o un grupo. Puede relacionarse con la corrupción, con la burocracia, con la discriminación, con las mil y una formas de atentar contra los Derechos Humanos.

Le damos curso. Los conductores del programa tienen que averiguar bien de qué se trata el caso. Y tomar las precauciones necesarias para que no les metan gato por liebre ni chisme por denuncia.

¿Cómo entrevistar a quienes denuncian? Tres tipos de preguntas, bien escalonadas, sirven para ordenar la información que queremos y necesitamos obtener.

► Preguntas de aclaración

Lo primero es esclarecer cuál es el problema y recoger los datos que permitan comprender bien lo que se está denunciando:

¿Qué pasó? ¿Quién perjudicó a quién?

¿Cuándo y dónde ocurrió esto?

¿Cómo ocurrieron los hechos?

¿Tienen ustedes pruebas de su acusación?

¿A qué instituciones han recurrido?

¿Qué les han dicho, qué resultados han obtenido?

¿Han acudido a la Defensoría del Pueblo?

Lo delicado de una situación puede aconsejar reservar el nombre de quienes denuncian o el de algunas personas implicadas en los hechos.

► Preguntas de análisis

Ahora se trata de comprender mejor el problema descubriendo las causas que lo han provocado:

¿Por qué se llegó a esta situación?

¿Quiénes y por qué se oponen a ustedes?

¿Se tomaron medidas preventivas?

¿Qué motivos tiene la parte denunciada para actuar de esa manera?

¿Cuánto poder tienen (dinero, influencia) tienen los adversarios?

¿Por qué creen que no les han atendido en la Comisaría, en el Ministerio, en la Municipalidad, en la Parroquia, en el Juzgado?

Los conductores pueden aprovechar el diálogo para aportar datos del contexto. Supongamos que una esposa valiente denuncia el maltrato de su marido. La locutora tendrá estadísticas sobre violencia intrafamiliar, comentará la falta de leyes que protegen a las mujeres, etc. Quienes conducen estos programas deben manejar mucha información y, sobre todo, saber dónde encontrarla.

► Preguntas de acción

El tercer tipo de preguntas apunta a buscar soluciones:

¿Han hecho ustedes de su parte todo lo posible?

¿A quién le corresponde resolver este problema?

¿Qué quieren que hagamos desde la radio?

¿A quién llamamos? ¿A quién reclamamos?

¿Quieren ustedes hablar directamente o nosotros hablamos primero?

Los conductores necesitan mucha versatilidad para encarar problemas bien distintos que requieren soluciones específicas. Aquí no sirven vaguedades tan frecuentes como ¡Ojalá que su problema se resuelva pronto! Periodistas de pocas luces acaban repitiendo

consejos de abuelita y cayendo en lugares comunes.

Dejemos bien en claro que la radio no es un juzgado ni la entrevista es un interrogatorio. Las preguntas se harán con tanta audacia como respeto. Los conductores no pueden acusar a nadie, aunque las responsabilidades parezcan evidentes. Siempre se referirán a los presuntos culpables.

El respeto se extremará cuando se trate de situaciones humillantes para la persona que denuncia. A un periodista torpe, por decir lo menos, le escuché esta pregunta:

—¿Y no será que usted, señorita, dio motivos a su jefe para propasarse?... Porque usted, como estoy viendo, es una chica muy agraciada...

La víctima de acoso en el trabajo resultó acosada en la emisora. La chica miró al locutor como a una cucaracha, se levantó y salió de cabina.

Estas entrevistas van en vivo y en directo, así que los conductores andarán con las baterías bien cargadas a lo largo de todo el programa. Aquí no valen excusas ni cansancios ni yo no sabía.

2 – LA INTERPELACIÓN

Ya ha salido al aire la denuncia, ya estamos al tanto del caso. Ahora vamos a tirar el puente con quienes pueden resolverlo. ¿A quién recurrir? A la autoridad competente.

Existe siempre la tentación, cultivada en sociedades caudillistas, de dirigirse para cualquier problema al Presidente de la República. ¿No tenemos agua en el barrio? Que el Presidente solucione. ¿Me robaron una yegua? Que el Alcalde me la encuentre.

Ni presidentes ni alcaldes. Comencemos por la autoridad inmediata correspondiente y de ahí, si ésta no resuelve, iremos subiendo e interpellando a sus superiores.

—Aló... ¿Se encuentra el ingeniero Luis Mejía?

—El ingeniero está en una reunión —responde la circunspecta secretaria.

—¿Y a qué hora acaba la reunión?

—No sabría decirle. ¿Quién le llama, por favor?

—Es un caso urgente. Una comisión de la comunidad Cuatro Tablas ha venido a Radio Amanecer a reclamar.

—Como le digo, el ingeniero está en una reunión y no puedo interrumpirlo.

—¿A qué hora puedo volver a llamar?

—Llámelo... a ver... en una media hora.

El programa continúa. Pasados 30 minutos, el conductor toma nuevamente el teléfono.

—¿Sí, dígame?

—Quisiera saber, señorita, si el ingeniero Luis Mejía ya terminó su reunión.

—Ah, sí, usted llamó hace un rato... Pues vea, el ingeniero acaba de salir y no creo que vuelva.

—Escúcheme, señorita. Hay una comunidad sin servicio eléctrico desde hace dos semanas.

—Como le digo, el ingeniero...

—¿Con quién estoy hablando?

—Con la secretaria del ingeniero Mejía.

—Sí, pero, ¿usted cómo se llama?

—Carla López.

—Esta conversación con usted, señorita Carla López, está saliendo al aire. Somos periodistas y le estamos llamando desde Radio Amanecer...

La secretaria cuelga el teléfono. Y al poco rato, suena nuevamente.

—Señorita Carla, soy yo nuevamente. ¿A qué hora cree usted que podemos hablar con el ingeniero?

Una y otra vez. Si el ingeniero no da la cara, su silencio lo convertimos en noticia porque su búsqueda está saliendo al aire.

En este caso, el ingeniero respondió:

—Habla el ingeniero Mejía. ¿En qué podemos servirle?

—A nosotros en nada, ingeniero, porque aquí en la emisora tenemos luz. Pero la comunidad Cuatro Tablas lleva dos semanas sin energía eléctrica. Dos semanas y un día, si contamos el de hoy que se nos ha ido intentando localizarlo a usted.

—Estamos haciendo todo lo posible por restablecer el servicio en ese sector. Usted comprenderá que son muchas las comunidades que tienen el mismo problema.

—Pero nosotros preguntamos por una comunidad concreta, Cuatro Tablas. Queremos saber cuándo van a solucionar este problema.

—Como le digo...

—Dígaselo a una dirigente de la comunidad que está aquí en la cabina de la radio. Ella le puede explicar mejor que yo la situación que están padeciendo.

El periodista pone a los vecinos y vecinas a hablar con el ingeniero. Estos insisten en saber cuándo van a arreglar los cables caídos.

—Bueno, veamos... Voy a dar orden para que mañana, o a lo máximo pasado mañana, suba la brigada para arreglar el desperfecto ya reportado por ustedes.

—Ingeniero, usted acaba de comprometerse a resolver mañana, o a lo más pasado mañana, la energía eléctrica en la comunidad Cuatro Tablas. Le comunico que sus palabras quedan grabadas en nuestra emisora. Y ya las estamos poniendo en twitter y

retuiteando a medio mundo.

El punto culminante de la interpelación consiste en lograr algún tipo de compromiso verbal que permita avanzar en la solución del conflicto. La conversación con las autoridades no puede quedarse en imprecisiones o retórica. Hay que concretar. Hay que comprometer. ¿Cuándo, cuánto, dónde?

La actitud de los periodistas de intermediación es una mezcla de cortesía y atrevimiento. Los funcionarios públicos, como el ingeniero de este caso, son empleados de la ciudadanía. Sus salarios son pagados con los impuestos de la ciudadanía. Por tanto, la ciudadanía tiene todo el derecho a reclamar y pedir cuentas sobre su gestión.

Otra historia es cuando el conflicto se da entre intereses de particulares. Estos deberían acudir a una instancia pública, a la institución estatal correspondiente. Pero en infinidad de casos esto no es posible. O no funciona. Nuevamente, la radio tiene que levantar la voz y abanderarse con las causas justas.

Por cierto, el buen periodismo recoge las dos versiones frente a una situación polémica o delicada. De igual manera, debe hacerlo frente a cualquier denuncia que llegue a la emisora. El derecho a réplica —y el deber de rectificación si no se comprobara la denuncia— forman parte de la ética de la intermediación.

Algunos casos tramitados en la emisora acabarán en los tribunales. ¿Se ganará, se perderá? Siempre se gana, porque la denuncia pública habrá servido como medicina preventiva para otros pillos.

ESPACIOS PÚBLICOS, ESPACIOS PRIVADOS

Los griegos deslindaban el mundo doméstico (el oikos) del mundo público (la polis). El primero estaba regido por intereses particulares. En la familia, las relaciones se estructuraban en forma vertical, piramidal. En la cúspide residía la fuerza y el mando. En la ciudad, en cambio, las relaciones eran horizontales, o más propiamente circulares, dado que en la asamblea todos se sentaban equidistantes de un centro donde simbólicamente se ubicaba el poder de decisión. Así quedó fundada la esfera privada y la pública, el derecho privado y el público.[\[1\]](#)

Esta línea divisoria —que muchas veces quedaba físicamente representada por el umbral de la casa— sirvió para justificar las peores atrocidades puertas adentro. Si un hombre golpeaba a su esposa en el dormitorio, era asunto de ellos dos. El machismo y todas las discriminaciones encontraron en estas esferas bien delimitadas el pretexto perfecto para toda suerte de atropellos, desde el tío que incestuaba a la sobrina hasta la madre que corregía a sus hijos con una vara. Todo eso ocurría en el ámbito privado. Y en ese ámbito, a no ser que el crimen fuera demasiado escandaloso, nadie tenía que andar husmeando.

La Declaración de Derechos Humanos rompió el muro. Golpear dentro de la casa es igual delito que hacerlo en la calle. Violar en el cuartucho de la empleada es igual crimen que hacerlo en un parque. La delgada línea roja que separa lo privado de lo público no es la puerta doméstica ni el portón de la

hacienda. Es el respeto o el irrespeto a los derechos que todos los seres humanos poseen desde su nacimiento.

¿Qué es público, qué es privado? El periodismo sensacionalista —cáncer de la profesión— ha invertido las cosas, ventilando la vida privada y escondiendo los verdaderos trapos sucios que deberían lavarse en los tribunales. Si Bill Clinton y Mónica Lewinsky quisieron tener un romance oral, es asunto de ellos. (La única preocupada sería Hillary, aunque la ex primera dama parece más que satisfecha con los ocho millones de dólares recibidos por escribir sus memorias junto al casquivano saxofonista.)

En agosto de 1998, el mismo día en que Mónica tenía que declarar, Clinton ordenó bombardear un peligroso complejo de “armas químicas” en Sudán. Era una fábrica de aspirinas. Los misiles destruyeron el edificio causando seis víctimas mortales y un montón de heridos. Después de esta cortina de humo arrojada por la Casa No Tan Blanca, todo quedó en el olvido. ¿Y los muertos? ¿Y los daños, la indemnización? Bien, gracias. Sigamos hablando del semen presidencial.

El periodismo de intermediación se ubica exactamente en el extremo opuesto de este sensacionalismo, distorsionador de la realidad, que privatiza la información pública y publica la privada. Como periodistas de intermediación, cubriremos cualquier violación de los Derechos Humanos, cométase donde se cometa.

3 – EL SEGUIMIENTO

¿Cómo suelen ser los programas donde damos curso a denuncias de la ciudadanía?

—*Tenemos la primera llamada en línea... ¿Quién habla?*

—*Me llamo Domingo Jiménez, de aquí del barrio San Cristóbal.*

—*¿Y cómo están por allá por San Cristóbal?*

—*Mal. Estamos mal. Porque aquí no hay cuándo comiencen a hacer los desagües. Estamos viviendo peor que animales.*

—*¿Qué tiempo hace que tienen este problema?*

—*Alrededor de tres meses llevamos luchando con esto.*

—*¿Ya fueron a quejarse en el Ayuntamiento?*

—*Hasta en comisión hemos ido. Nos prometen y prometen pero no hacen nada. Así que, a ver si ustedes de la radio nos ayudan...*

—*Muy bien, muchísimas gracias por estar en sintonía con nosotros. En fin, amigos radioescuchas, así están las cosas en nuestro país. Y continuamos nuestro menú musical con el tumbao de la negra... ¡Celia Cruz!*

¿Qué pasará en San Cristóbal? Nada. Los vecinos se cansarán de ir a protestar al Ayuntamiento y las aguas negras se seguirán empozando hasta el Día del Juicio.

Toquemos la trompeta antes de ese día. Pongamos la fuerza de los medios de

comunicación al servicio de los derechos ciudadanos. No basta abrir los micrófonos para recibir quejas y denuncias. Ni siquiera es suficiente interpelar a los funcionarios públicos o a los responsables privados de las irregularidades y delitos denunciados. Hay que dar seguimiento a los casos. La intermediación, como veremos, puede durar varios programas, varios días, varias semanas, meses y hasta años. Este quinto periodismo se escribe con p de paciencia.

¿Qué necesitamos para dar seguimiento a los casos que se nos vayan presentando en el programa?

► **Redes sociales**

Son espacios fundamentales para la difusión de iniciativas. Egipto demostró que se puede utilizar Facebook como herramienta política. España, Chile, México, Brasil, hasta Estados Unidos también lo hicieron. Incluso ahora pasa con Venezuela. Miles de jóvenes se organizan, protestan, exigen sus derechos y los dan a conocer al mundo a través de las redes. Así tenemos una infinidad de versiones sobre los hechos que nos permiten construir nuestra propia opinión.

No olvidemos que las redes más conocidas como Facebook y Twitter son espacios privativos que lucran con nuestros datos. Pero podemos aprovecharlos.

Antes de analizar un plan de redes para tu proyecto radiofónico, respóndete: ¿en qué páginas voy a crear una cuenta?

Mantener un blog conlleva trabajo. Tienes que producir un buen contenido, al menos, una vez por semana. La clave para tener éxito en un proyecto en la Web, no solo es la creatividad y el trabajo duro, es la constancia.

Ten en cuenta que debes atender a tu audiencia. Y las redes son el medio para hacerlo.

Pasa con mucha frecuencia que se crean miles de páginas en Facebook o cuentas en Twitter y luego no se usan, o comparten contenido muy de vez en cuando. Por ello, antes de aplastar el botón "Join" (Unirme) de una red, responde a estas preguntas:

- ¿Qué tiempo tienes para dedicar a la red?
- ¿Cuántas publicaciones vas a hacer semanalmente?
- ¿Vas a producir contenido específico para esa red?
- ¿Vas a producir tuits o solo retuitearás?
- ¿Vas a dedicar una persona específica para eso?

Lo recomendable es:

- Dedicar una hora diaria a revisar e interactuar en tus redes sociales.
- Hacer tres o más publicaciones diarias. Una publicación no necesariamente producida por ti, sino tomada de otros canales.
- Pensar en contenidos específicos para cada red. Es un error vincular Facebook con Twitter. Como veremos, son redes con lógicas distintas.
- Es bueno producir contenidos, al menos semanalmente, no solo retuitear o poner

en el muro cosas de otros.

- Muchas emisoras no pueden ni tienen recursos para destinar una persona para redes sociales. Sin embargo, es importante que la persona que se vaya a dedicar a eso tenga en cuenta los factores anteriores.

► Cuaderno de bitácora

El cuaderno de bitácora es el libro donde los capitanes de barco apuntan el rumbo, la velocidad y demás maniobras de la navegación. Conducir una revista de intermediación se parece a cruzar un océano con tormentas, ciclones y tiburones merodeando.

Ahórrense confusiones. Lleven a cabina un cuaderno. Cuando entra una llamada o llega una visita, anoten los nombres, los lugares desde donde denuncian, un dato que no hay que olvidar, un numerito importante, quién dijo qué a quién, a qué juzgado recurrieron, de qué municipalidad los botaron.

Después vendrán nuevos casos en el mismo programa y los conductores, si no llevan ordenadamente sus apuntes, acabarán con un champú mental.

► Carpeta de casos

Los periodistas de intermediación llevan, como los abogados, una carpeta donde registran todos los casos en trámite, bien clasificados y bien guardados bajo llave. Ningún curioso debe poder acceder a dicha información, ni siquiera saber dónde se guarda.

Una carpeta será para los casos resueltos. Y otra carpeta, seguramente más abultada, para los casos por resolver.

En una agenda se irán anotando las llamadas pendientes, las citas, las entrevistas, los pasos que hay que ir dando para el seguimiento del conflicto.

—Esos títulos de tierra de los campesinos salen en quince días —promete el juez para quitarse de encima al reportero.

Se anota en la agenda y a los quince días exactos se llama al juez y sus promesas incumplidas salen y vuelven a salir al aire.

En el Evangelio, Jesús cuenta la parábola de una viuda que reclamaba ante un juez inicuo. Tanto insistió, que el juez le hizo justicia no por respeto a sus derechos, sino para quitársela de encima.

La estrategia de la viuda funciona. Y más en estos tiempos, cuando los funcionarios públicos y los políticos con apetito electoral cuidan al extremo su imagen de honestos servidores de la ciudadanía. Si la radio, con tozudez campesina, anota en un cuaderno los pasos a dar, si recuerda y exige, si avanza caso a caso, obtendrá resultados. Las autoridades no cumplirán por amor a la comunidad. Pero cumplirán.

► Archivo de promesas

Los programas de intermediación se graban completos, de comienzo a fin, especialmente los segmentos que puedan prestarse a malas interpretaciones y aquellos que comprometen a las autoridades.

La utilidad de llevar este archivo de audios es doble:

Primero, para tener constancia de lo que se dijo y lo que no. Cuando los correligionarios vayan al gobernador a comentar que la radio los calumnió, tendremos la constancia de que no fue así. Cuando un par de empresarios vayan a Telecomunicaciones a chismear que en el programa se defiende la piratería en el espectro radioeléctrico, los conductores se ahorrarán un dolor de cabeza guardando la grabación de sus comentarios.

Y segundo —lo más importante— para ir archivando pícaramente todas las promesas de los servidores públicos, autoridades, candidatos y candidatas, personalidades y personajes. La emisora se convierte así en memoria colectiva y sabrá emplear esas grabaciones a su debido tiempo.

► **Agenda de comisiones**

El truco de nombrar una comisión para no resolver nada es tan universal como efectivo. ¿Qué hicieron Bush y Blair cuando ya estaba claro que no había en Irak otras armas de destrucción masiva salvo las que ellos mismos arrojaron sobre la población iraquí? Nombrar una comisión para que les informen si estuvieron bien o mal informados.

Lo mismo hacen los politiqueros y demás tunantes. Cuando quieren que algo no se solucione, nombran una comisión para solucionarlo. Comisiones para evasiones.

Los periodistas de intermediación, conocedores de la engañifa, llevarán una agenda estricta con los compromisos y los responsables de las tales comisiones. En público y en privado solicitarán los resultados previstos en las fechas previstas. Y si éstas, como suele suceder, se convierten en cortinas de humo, las ventilarán por los micrófonos.

► **Directorio**

Para acometer un programa de intermediación, necesitaremos un directorio lo más completo posible. Quién es quién en la ciudad y en el país. Dónde está cada quién y cómo se le localiza.

Teléfonos fijos y celulares. Direcciones. Emails y WhatsApp y Facebooks y Twitters. Cargos y títulos. Ubicación partidaria de diputados, ministros y jueces. Nombres de secretarías que son las que dan acceso a quienes toman las decisiones. Trayectorias de los políticos, en dónde militaban antes, cuándo se les acusó de corrupción. Dirigentes de organizaciones populares. Instituciones de la sociedad civil. Guía de medios de comunicación, escritos y audiovisuales. Dónde encontrar al obispo y en qué convento suele desayunar. Dónde encontrar al coronel y a qué discoteca suele acudir.

Este arsenal de ubicaciones agilizará mucho el programa, puesto que, si fuera necesario, llamaremos sin demora desde la misma cabina a los denunciados y a los eventuales negociadores del conflicto.

Cuida tu directorio como oro en polvo. No lo dejes sobre la mesa del bar ni lo lledes en bandolera.

► **Biblioteca urgente**

En casa seguramente tenemos nuestra biblioteca personal con literatura, manuales de radio, textos de historia y sociología, diccionarios y una torre de libros pendientes que vamos a leer un fin de semana, aunque no hayamos especificado de qué año.

Pero en la emisora haremos acopio de libros y documentos funcionales al programa de intermediación. La Constitución de la República, las Declaraciones de Derechos Humanos, los Códigos de Trabajo, los Códigos Penales, las Leyes de Acceso a la Información Pública, los Reglamentos de Telecomunicaciones, los Tratados Internacionales firmados por nuestro país, presupuestos estatales y municipales, el último Informe del PNUD y el de la Comisión de la Verdad, publicaciones oficiales y confidenciales. Hasta la Biblia nos hará falta.

► **Red de corresponsales**

La mayoría de las emisoras cuenta con una red de corresponsales, voluntarios o pagados, que despachan noticias desde diferentes puntos de la ciudad, la región o el país.

El perfil de estos corresponsales suele ser limitadamente informativo. Envían sus notas, a lo más graban algunas entrevistas para ilustrarlas. Pero no suelen comentar la información que trasladan, vía telefónica o por mensajes de texto.

En la propuesta que estamos haciendo, la misión de los corresponsales se redefine porque ellos y ellas pueden participar activa y decisivamente en la labor periodística de intermediación.

La red de corresponsales recibirá capacitación específica por parte de la emisora para desempeñar con solvencia, más allá de sus tareas informativas, el nuevo desafío de la corresponsalía de intermediación. Su lealtad a la emisora y su responsabilidad periodística debe estar garantizada.

Ahora bien, pueblo chico es infierno grande. Para evitar represalias de autoridades locales muy próximas, estos corresponsales actuarán muchas veces como confidentes.

► **Red de confidentes**

Un informante mantiene un vínculo ocasional con el periodista. En muchos casos, se limita a una simple llamada telefónica o a un encuentro para entregar (o vender) alguna información. Los informantes son útiles para nuestro trabajo, pero ¿cómo saber si nos están diciendo la verdad o responden a otros intereses?

Sin descuidarlos, es mejor formar nuestra propia red de confidentes. ¿Qué es un confidente? No es un soplón ni un espía. Es alguien que tiene acceso a fuentes confidenciales y quiere poner esa información, que muy pocos manejan, al servicio de la comunidad. El confidente mantiene un vínculo habitual con el radialista o con todo el equipo de prensa.

Como su nombre indica, este intercambio secreto de información se basa en la confianza mutua. Ni el periodista va a traicionar divulgando la fuente, ni el confidente va a delatar al personal de la emisora. Por esta razón, los confidentes son siempre voluntarios y

voluntarias. Confidente que cobra por un dato, sospechoso de garabato.

La red de confidentes no tiene nudos. Todos los hilos van y vuelven de forma independiente hacia el periodista de intermediación. Pero no se cruzan entre sí.

—No te aconsejo que te metas en ese lío. Están los narcos detrás y la emisora no puede exponerse tanto...

Se trata de ir formando una red de personas muy confiables en las diferentes instancias gubernamentales, en instituciones públicas, entre las Fuerzas Armadas, en ese resbaloso mundo financiero y en el más resbaloso mundo político.

—Lo que pasa es que ese abogado que se consiguieron los huelguistas trabaja también para la empresa. Es un nieto de puta, porque su padre fue tan sinvergüenza como él.

Los confidentes no salen al aire. Pero ponen a volar a más de uno. [\[2\]](#)

► Red de asesores

Otra cosa son los asesores y asesoras que nos ayudarán a tramitar de manera más acertada las denuncias. Por ejemplo, se nos hará indispensable contar con un abogado laboralista porque recibiremos muchos casos vinculados a la explotación en el trabajo. Igualmente, si priorizamos —¿y cómo no hacerlo?— la violencia de género e intrafamiliar, necesitaremos la orientación de una psicóloga y de una consejera legal para encarar estas situaciones. Necesitaremos, hoy más que nunca, asesores en el tema minero, petrolero y ecológico.

Mientras más contactos profesionales tengamos, más seguros nos sentiremos al abordar la infinita gama de conflictos que se nos irán presentando en el programa y para poder hacerles un seguimiento responsable.

► Alianzas

Pensamos que era una avispa y se nos vino encima el avispero. Suele ocurrir que la emisora arranca con un caso aparentemente simple y las cosas se van enredando. Si nos descuidamos, la situación nos puede desbordar y hasta irse de las manos.

Para evitar esto y multiplicar sus fuerzas, la emisora establecerá alianzas con otras instituciones que tengan una misión similar a la suya. La Defensoría del Pueblo figura en el primer lugar. Los organismos de Derechos Humanos, la Defensa del Consumidor, las Comisarías de la Mujer, las Veedurías Ciudadanas, el Movimiento Ecologista, los sindicatos y gremios, las juntas de vecinos, las parroquias y comunidades religiosas comprometidas con el cambio. Llegado un momento de mucha presión sobre la radio, podremos contar con su respaldo.

Entre las alianzas más necesarias figuran los otros medios de comunicación de la localidad. No seremos tacaños con ellos a la hora de socializar primicias para que ellos no sean insolidarios con nosotros en el momento de cubrir una intermediación. Hoy por tu radio, mañana por la mía.

Si la situación se complica, es probable (y saludable) que tengamos que convocar a una

rueda de prensa para informar sobre los chantajes y otras amenazas recibidas por el lado más grueso de la soga.

PRÁCTICA

Lean el siguiente texto con un grupo de radialistas de tu emisora. Abran un debate sobre lo que dice. ¿Están a favor, en contra, o todo lo contrario? Escribannos las conclusiones a las que llegaron.

UNA BANDERA COMÚN

No es lo mismo hacer radio alternativa hoy, en este turbulento siglo 21, que en los gloriosos años 60 y 70, cuando todo era políticamente más claro. El mundo ha cambiado. Estados Unidos va en declive y China en ascenso. Pero China, aunque su bandera sea roja, tiene ambiciones imperiales y empresas depredadoras igual que los gringos. ¿Y nuestros países latinoamericanos? Gobiernos que se llaman progresistas conducen como los malos choferes señalando a la izquierda y doblando a la derecha. Gobiernos que le cantan al Ché Guevara aplican políticas extractivistas salvajes y criminalizan la protesta social. ¿Cuál es su política económica? Minería a cielo abierto, monocultivos con transgénicos para alimentar autos, rentismo petrolero... ¿Quiénes son, entonces, los amigos, quiénes los enemigos? ¿Dónde está la izquierda, dónde la derecha, dónde nosotros?

Por eso, dejando a un lado ciertas categorías ideológicas, los medios comunitarios y locales con sensibilidad social se agrupan hoy en torno a una bandera común, la defensa de la Madre Tierra, la lucha contra el cambio climático, la oposición decidida a las empresas chinas, canadienses, gringas y europeas, y también nacionales, que están devastando la Amazonía y prostituyendo a nuestras comunidades.

Estas radios, por defender la vida y el territorio de los pueblos ancestrales, son tildadas de “ecologistas infantiles” y reciben amenazas tanto de las multinacionales como de los gobiernos vendidos a esas multinacionales.

El departamento de Cabañas, en El Salvador, está situado sobre la ruta del llamado Cinturón de Oro de Centroamérica. La canadiense Pacific RIM, con artimañas y sin licencia social, obtuvo la autorización del gobierno para comenzar la explotación minera en San Isidro. Las comunidades comprendieron rápidamente el desastre ambiental que causaría esta empresa. Y se opusieron. Entonces, la Pacific RIM se dedicó a sobornar a las autoridades locales. También visitaron Radio Victoria, una emisora comunitaria de la zona, llevada adelante por un valiente grupo de jóvenes. Les ofrecieron mucho dinero para pautar spots sobre el desarrollo que traería la empresa. Spots sobre “minería verde”. La radio no aceptó y comenzó a pasar testimonios antiminereros de Perú, de Panamá, de Honduras.

La empresa se decidió por medidas más violentas. A partir del 2009, comenzaron los asesinatos. Desapareció Marcelo Rivera, dirigente de la resistencia, y días después su cadáver fue encontrado en un pozo, a donde lo arrojaron después de torturarlo. Otros crímenes se fueron sucediendo. Como la emisora los denunciaba, la empresa arremetió contra la emisora. Llamadas

anónimas, cartas bajo la puerta:

—Cállense, porque les va a pasar lo que a Marcelo.

—Los próximos son ustedes.

—Les vamos a quemar la radio.

Amenazas y más amenazas. Pero ahí siguen los jóvenes de Radio Victoria. Con miedo, pero resistiendo. Con miedo, pero tramitando las denuncias contra la Pacific RIM. Devolviendo la voz a las comunidades afectadas y a la castigada Madre Tierra.

La problemática ecológica se ha vuelto una prioridad en el periodismo de intermediación. Para enfrentarla, nos servirá de guía la encíclica del Papa Francisco Laudato Si, sobre el cuidado de la casa común. [3]

[1] Adolfo Maya Salazar y Rafael Rubiano Muñoz, *Ciudad y Ciudadanía, Voces Ciudadanas*, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín 2000.

[2] Para el periodismo de intermediación son indispensables las astutas recomendaciones de Pepe Rodríguez en su libro *Periodismo de investigación, técnicas y estrategias*. Paidós, Barcelona 1994.

[3] Escucha la serie *Laudato Si* que encontrarás en www.radialistas.net y prográmala en tu emisora.



Imagen: <https://www.flickr.com/photos/asambleanacional/7375069296>

Capítulo 4 - Radiorevista de intermediación

La intermediación periodística se puede ejercitar en diferentes momentos de la programación y a través de variados formatos.

El que proponemos a continuación es sólo un modelo. No es totalmente nuevo. Con sus más y sus menos, muchas emisoras lo han puesto en práctica y les funciona muy bien. Algunas veces, sin embargo, tras los micrófonos aparentemente justicieros, se esconde la búsqueda de dinero sucio a cambio de silencios o las carreras políticas gracias a la demagogia. Ahora bien, que estos mercenarios lo hagan con objetivos espurios, no nos inhibe a nosotros de hacerlo con voluntad ciudadana.

1- DURACIÓN Y HORARIOS

Ya quedó atrás el tiempo de los mosaicos para el diseño de la programación radiofónica. Hoy se piensa más en bloques, radiorevistas de largo aliento que ocupan varias horas de transmisión.

¿Cuánto puede durar la radiorevista de intermediación que proponemos? Media hora. Una hora. O dos.

¿Y en qué horario sería mejor programarla? Todas las opciones son válidas. Veamos las tres más frecuentes: en la primera mañana, en la media mañana y en las tardes.

En la primera mañana (6:00 a 8:00 am, 7:00 a 9:00 am) tenemos un pro y un contra. La ventaja es que conseguimos audiencia desde el arranque de la jornada. Muchos oyentes despiertan, tantean el radio, lo prenden y comienzan a enterarse de lo que ha pasado en el mundo y en su barrio mientras ellos dormían.

Este horario mañanero, sin embargo, puede resultar incómodo para contactar a las autoridades y funcionarios. ¿Qué hacer, entonces? Muchas emisoras tienen una segunda emisión periodística alrededor del mediodía. En ese espacio podrán tramitarse las llamadas pendientes, los careos, el seguimiento de los casos.

Ubicar la radiorevista a media mañana (9:00 a 11:00 am, 10:00 a 12:00 am) tiene como

ventaja la posible inmediatez de la intermediación y la desventaja de que la audiencia pueda haber sido seducida por los espacios tempranos de la competencia.

Otra alternativa es la tarde (14:00 a 16:00 pm). Es un tiempo cómodo, y hasta menos acelerado, para contactar a las instituciones públicas. Pero radiofónicamente, resulta más frío.

2- EQUIPO HUMANO

¿Cuál sería el equipo humano mínimo para llevar adelante un programa como éste? Veamos.

Podemos trabajar con un solo conductor o conductora. Muchas emisoras lo hacen así, a falta de más personal cualificado. En realidad, lo mejor sería contar con dos, ella y él. Ambos se apoyarán en la atención a los denunciantes y en la interpelación a los denunciados. Las diferentes sensibilidades, femenina y masculina, abordarán más complementariamente los problemas.

Estos conductores serán las voces de acompañamiento a lo largo de todo el programa. Tienen que ser buenos animadores (no es lo mismo que buenas voces), mantener un tono alto, enérgico (no es lo mismo que sermoneador), sin timidez frente a los grandes, sin arrogancia frente a los pequeños. Un tono decididamente democrático.

Quienes conducen se preocuparán de tener conocimientos generales amplios, estarán al día con la coyuntura que vive el país (y la internacional también), tendrán capacidad de planificación, dotes de improvisación, disposición para asumir riesgos, valores ciudadanos interiorizados. No tienen que ser santas ni supermanes. Basta con la coherencia entre lo que hablan y lo que viven.

Junto a los conductores, está un coordinador o coordinadora del espacio (se le suele también llamar productor). Esta figura es indispensable para la buena marcha de la radiorevista. ¿Qué funciones tiene? Muchas. Recibir las llamadas telefónicas y mantenerlas en línea. Recibir las visitas, anotar los nombres, darles pase a cabina según turno. Tomar las precauciones necesarias, chequear los documentos de identidad, anotar o fotocopiar los mismos, averiguar mínimamente de qué se trata. Invitar a venir a la radio a quienes presenten por teléfono una denuncia grave. ¿Cómo sabemos quién es quién a la distancia? Por teléfono no se tratan situaciones delicadas.

Quien coordina el programa hace de filtro, de puerta de seguridad, entre el público y la radio. Y hace también de explorador contactando a las personas interpeladas por los denunciantes. Llamará, concertará citas telefónicas o presenciales, preparará las entrevistas y hasta las eventuales mesas de negociación. Es la mano derecha y también la izquierda de los conductores.

Un operador u operadora para la parte técnica. Este colega no solamente tendrá los micrófonos y los recursos a punto, sino que trabajará estrechamente con el equipo de producción. No es un mueve-perillas, sino un elemento fundamental para facilitar la memoria de los conductores. Conoce los archivos de audio, sabe dónde están las promesas del diputado y dónde colocar la estrofito de los Juanes A Dios le pido que mi

pueblo no derrame tanta sangre. Tiene un guión con las secciones eventuales del programa, recuerda los tiempos, mantiene el ritmo del conjunto, participa activamente en la planificación y la evaluación de la radiorevista. La estética del programa —inseparable de la ética— depende en buena medida del carisma de los operadores técnicos.

¿Podemos contar con un reportero o reportera? ¿Con dos? Sería estupendo. Si se ha denunciado que en tal escuela están vendiendo droga a menores, el reportero irá de inmediato al lugar de los hechos y transmitirá desde allá. Si los jubilados están marchando porque les recortaron sus pensiones, la reportera, con móvil o celular, entrevistará a los ancianos y contará qué está pasando con ellos. Los reporteros son los ojos de los conductores.

Ya es hora de preguntarnos quién dirige este programa. Puede ser que el mismo jefe o jefa de prensa asuma esa tarea. Puede ser que el programa vaya ganando audiencia, vaya complicándose, y requiera de una persona a tiempo completo. La última responsabilidad, naturalmente, cae sobre la dirección general de la emisora.

3- EQUIPO TÉCNICO

Como mínimo, necesitamos un par de líneas telefónicas en cabina. Será frecuente tener en una a quien demanda y en la otra a quien es demandado. ¿Y si sólo disponemos de una línea? Con esa sola trabajaremos. Pero con la condición de comenzar hoy mismo las gestiones para conseguir la segunda.

El acceso a Internet desde la cabina master será una herramienta poderosa para los conductores. Disponiendo de una buena base de datos y una amplia lista de favoritos, encontrarán la página de tal ministerio, los requisitos de migración, los derechos de la niñez y la adolescencia, los precios de las commodities, los presupuestos de tal o cual dependencia pública, en fin, información de enorme importancia para tramitar las denuncias con mayor seriedad y profesionalismo.

Una unidad móvil o, al menos, un par de celulares, permitirán la interacción entre los estudios y la calle. Nadie verificará mejor la información que los reporteros enviados por la radio.

Ahora bien, si una emisora es pequeña y no cuenta con ninguno de estos recursos, también puede hacer periodismo de intermediación. El micrófono de cabina y una grabadorita reportera son suficientes para comenzar. La gente vendrá a la radio con sus problemas y denunciará. Nosotros iremos donde las autoridades y las interpelaremos. Así se empieza. Cuando no hay pan dulce, galletas sin sal.

4- ESTRUCTURA

La estructura de este tipo de programas es tan flexible y variada como la vida misma. Son los oyentes quienes deciden la mayor parte de los contenidos. Cuando la gente viene o llama a la radio, cuando presentan sus denuncias, cuando los reporteros encuentran en las calles los problemas, se activa el proceso de intermediación.

Este proceso, como vimos, tiene tres momentos: la denuncia, la interpelación y el

seguimiento hasta alcanzar una solución favorable. Pero estos momentos no son continuos, lineales. Comienza uno y se entrelaza con otro. Se denuncia hoy y, a lo mejor, se contacta a la autoridad responsable mañana.

El programa como tal tiene una determinada duración. Pero no hay un número fijo de casos. Puede ser que un problema, muy complejo, nos ocupe un buen segmento de la revista. O que haya que retomarlo puntualmente durante varios días, incluso semanas. Puede ser que hoy lunes abordemos varios asuntos sencillos que se resuelven con rapidez. Que el martes no demos abasto por la cantidad de llamadas. Y que el miércoles tengamos que echar mano a varios enlatados para llenar el espacio.

¿A qué compararemos la estructura de una radiorevista de intermediación? Tal vez a un tapiz con hilos de muchos colores, como los que tejen las mujeres de Guatemala. Cada caso que se nos presenta es un hilo. La primera puntada nos la dio una llamada telefónica. La segunda es ubicar a tal funcionario de tal institución pública. La tercera puntada es enviar al reportero. Pero mientras esto ocurre, un hilo azul entra en el telar. Se cruza y se entrecruza con el anterior. Y un tercero amarillo. La lanzadera va y viene, la sabia tejedora sigue con sus ojos el recorrido de cada color. Vuelve al rojo, lo deja pendiente, toma un cuarto hilo, esta vez negro, lo anuda bien, regresa al amarillo, lo va ajustando entre las guías verticales del telar. Sólo ella conoce la urdimbre del programa, como diría la apasionada radialista Carmen Pueyo. La audiencia disfruta de la trama multicolor.

Notemos que el periodismo de intermediación va de la mano con los otros cuatro. Veamos esto más en detalle.

La mayor parte del tiempo de la revista la ocuparán, obviamente, los quehaceres de la intermediación ciudadana. Pero el programa incluye también mucha información. Por una parte, los corresponsales y reporteros enviarán noticias que no necesariamente implican un esfuerzo mediador. Por otra parte, podemos incluir en determinados momentos —más o menos fijos— boletines informativos sobre el acontecer nacional e internacional. O una sección deportiva.

Hay emisoras que diferencian en horarios separados el noticiero y la revista de intermediación. Es una fórmula. Otras, en un mismo programa, trabajan media hora o una hora de informaciones y, a continuación, abren los micrófonos al reclamo de la ciudadanía. Es otra fórmula. También puede dar resultado la mezcla de ambos formatos —noticias y denuncias—, especialmente cuando no tenemos mucha experiencia en el manejo de este quinto periodismo.

El periodismo de opinión tiene un lugar privilegiado en la radiorevista que proponemos. Puede concretarse en un comentario o editorial frente a un hecho grave relacionado con alguno de los casos que se están intermediando. O una toma de posición frente a determinada amenaza recibida por la emisora. Podemos incluir una entrevista de profundidad para comprender mejor una situación (con tal de que no sea tan profunda que ahogue el ritmo del programa). La opinión también puede expresarse en secciones de humor político y hasta con radioclips.

El periodismo de interpretación será una preocupación constante de los conductores que irán brindando el debido contexto a los casos tratados. Si se denuncia al pequeño vendedor de drogas, hay que hacer referencia a los policías que conocen el lugar de expendio y reciben coimas para no hacer nada.

En cuanto al periodismo de investigación, éste es hermano de sangre de la intermediación. A Radio Yaraví, en Arequipa, Perú, llegaron denuncias sobre la corrupción que existía en la Jefatura de Tránsito, donde conceden las licencias de conducir. Paul Lostaunau, del equipo de prensa, se camufló y fue a solicitar —grabadora escondida— su innecesario brevete. Descubrió una mafia bien organizada que comenzaba en los tramitadores, seguía por los oficiales e incluía hasta al guachimán. Los datos obtenidos permitieron no solamente verificar la denuncia, sino ampliar la lista de corruptos.

¿Podemos tener secciones fijas? Sí, pero con flexibilidad. Supongamos que planificas el editorial para tal hora. Perfecto hoy y mañana. Pero sucede que pasado, en ese mismo momento, tienes en línea a un tiburón. Retrasas tu editorial y sigues pescando. Después, ya habrá tiempo para comentar.

También ocurrirá que, mientras ubicamos a una institución o a un particular, necesitamos completar el espacio. Para eso están los spots, los sketches, los personajes inesperados, las informaciones que nos llegan vía Internet. Como magos con sombrero y varita, quienes conducen la revista tendrán un lote de recursos de audio que pueden incluir en cualquier tiempo de espera o para pavimentar baches.

Entre estos recursos, destaquemos los embellecedores que dan calor y color a todo el programa. El operador técnico preparará un juego variado de efectos de sonido: sirenas, motores, bulla callejera, carros que chocan, lluvia... con los que podemos ambientar las diferentes situaciones denunciadas. Si un sinvergüenza es capturado, le daremos color a esa noticia con el efecto de las rejas de cárcel. Si ha habido un crimen, que se oigan disparos. Si los maestros marchan en las calles, que se escuchen sus consignas. Y así.

También dispondremos de una buena reserva de golpes musicales, alegres y tristes, de suspense y dramáticos, irónicos y cómicos, para aumentar la temperatura de las informaciones. Las notas de un rap ridiculizarán al político mentiroso y unos acordes new age pondrán emoción a las declaraciones de los comuneros que consiguieron, después de tantas humillaciones, la expulsión de la empresa minera de sus terrenos.

Hazte un banco de estrofas musicales para reforzar los temas periodísticos. Un verso de Buscando visa para un sueño, de Juan Luis Guerra, ilustrará el timo de los pasaportes para un grupo de ingenuos migrantes. Justicia, tierra y libertad, de Maná, te servirá para la problemática indígena. Y las Decisiones de Rubén Blades ironizarán las indecisiones de nuestros políticos.

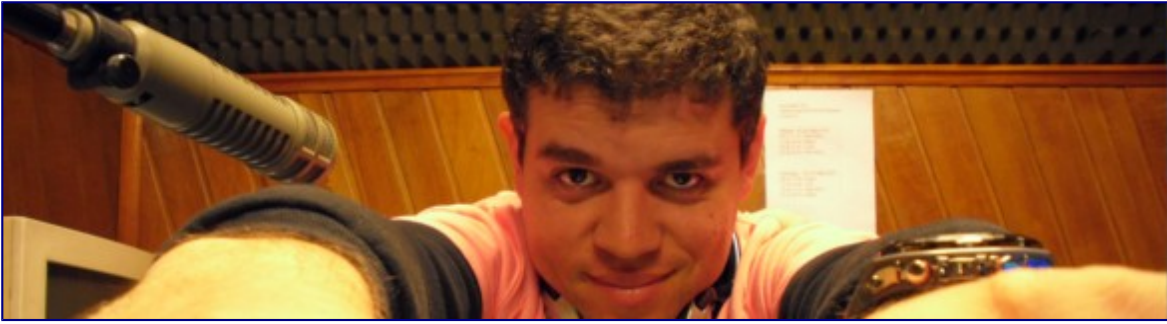


Imagen: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Locutor_moura_radio.JPG

Capítulo 5 - Los peligros de la intermediación

La importancia de estos programas de intermediación está en relación directa con los peligros que suponen. Peligros que debemos conocer para superarlos.

1 – Chismografía

El primer peligro es confundir denuncias con chismes. La peruana Laura Bozzo se autocalifica de abogada de los pobres y recibe en su set a infelices reclamando justicia, desgraciadas exponiendo sus desgracias, abusadas y abusadores. La inmensa mayoría de los casos que se nos presentan son trucados y pagados. Es telebasura.

En nuestro programa, no habrá sitio para chismosos ni chismosas:

—Vengo a esta radio a denunciar a mi vecina que está metiéndose con mi marido y la voy a matar si...

—... si la dejamos seguir hablando —la corta el buen periodista—. Señora, váyase por la sombrita para que no le dé una embolia.

Nunca podremos cubrirnos al cien por cien de la chismografía. Pero podemos tomar medidas de seguridad. Por ejemplo, no recibir denuncias graves por teléfono, sino pedir que vengan a la radio. Comprobar, y hasta fotocopiar, las cédulas de identidad. Conversar antes con los interesados, conocer el problema en cuestión, verificar datos y filtrar los casos que no califiquen como necesidades ciudadanas. Ahora bien, si en medio de la radiorevista se dice una impertinencia, si se hace una acusación indecente o imprudente, siempre podemos cerrar el micrófono.

2 – Beneficencia pública

Un segundo peligro de estos espacios es convertir la emisora en una oficina de caridad pública. Y eso están haciendo en la actualidad bastantes canales de televisión. Presentan a una niña agonizando que necesita de urgencia una pinta de sangre. Filman a una ancianita que no tiene para pagar el cajón de su nietecito que acaba de morir atropellado por un bus. Piden la solidaridad del público y después le restriegan a ese mismo público

que el canal fue el gran benefactor. El truco, por supuesto, es más conocido que el de la estampita.

El mayor problema de estos “actos de caridad” es que no trascienden el caso individual. Se fijan solamente en el arbolito. Nuestro aporte periodístico, al tramitar las denuncias, será situar esos casos particulares en un contexto que permita analizarlos y comprenderlos mejor. La pregunta del árbol la responde el bosque.

3 – Suplantación del Estado

Si en nuestros países la justicia tuviera vendados los ojos, tal vez la radio pudiera taparse la boca y no meterse a mediadora.

Pero ése es el problema, que las instancias públicas son frágiles, que la corrupción crece más rápido que la mala hierba y muchos ciudadanos y ciudadanas, aunque constitucionalmente tengan garantizados sus derechos, en la vida cotidiana no saben a quién recurrir cuando se los conculcan.

Los medios de comunicación no son tribunales, pero sí tribunas donde la ciudadanía puede ejercer presión para que sus reclamos sean escuchados. No es la emisora la que va a solucionar los problemas. Para eso tenemos al Estado y no pretendemos suplantar sus instituciones. Cuando decimos una radio que resuelve nos referimos al significado original de esta palabra: resolver significa desatar.

La ciudadanía suele tener atada la lengua. Hay demasiadas arbitrariedades y burocracia, demasiadas discriminaciones, demasiadísima exclusión en los responsables de garantizar los derechos. Corresponde a los medios de comunicación la tarea de desatar la palabra, de soltar la voz del pueblo, de la gente común y silvestre, de aquellos y aquellas que no tienen influencias ni transitan por los pasadizos del poder.

4 – Suplantación de la ciudadanía

Si peligroso sería intentar suplantar las funciones del Estado, se corre un peligro similar erosionando la responsabilidad ciudadana y promoviendo una especie de paternalismo radiofónico.

Recuerdo haber escuchado en una radio de San Salvador esta llamada telefónica:

—¡A ver si viene el camión de la basura a llevarse un burro muerto que hay aquí en la colonia!... ¡Ya no se aguanta la jedentina!

—¿Y por qué los vecinos no agarran un mecate y sacan al animal de ahí y lo queman? — preguntó la periodista.

—¡Qué chula, vos! ¿Y eso no le toca a la alcaldía? ¿Por qué nos vamos a pijjar nosotros los vecinos si de ellos es la responsabilidad?

La moneda tiene dos caras. Las autoridades deben comprometerse y cumplir. Y las comunidades deben comprometerse y participar. A la emisora le toca recordar ambos compromisos. ¿Exijo una ciudad limpia? Debo pagar mis impuestos. ¿Quiero vivir en un barrio seguro? Me organizo con los vecinos para cuidarlo. Una mente ciudadanizada

sentirá como propios los espacios públicos.

5 – Divina Providencia

Si la radio contribuye a resolver un caso, se presentarán veinte. Si un barrio consiguió el alcantarillado gracias a la presión del programa de intermediación, todos los dirigentes comunales estarán haciendo cola frente a la puerta de la emisora.

No somos la Divina Providencia ni podemos echarnos a la espalda todos los problemas de la comunidad. Desgraciadamente, la sociedad está saturada de injusticias pero nuestro programa no es el gobierno nacional.

Toca, pues, seleccionar. ¿En qué sopas vamos a meter la cuchara?

Hay casos donde la emisora no logra ver qué intereses oscuros se mueven atrás de una denuncia. Mejor tomarse un tiempo, verificar la información recibida, conversar con algunos confidentes. No hay que arriesgar al medio ni a las posibles víctimas.

Hay otros casos que escapan a nuestras posibilidades. Tal vez por lo grande del problema, tal vez por lo pequeña de nuestra emisora. ¿Cómo vamos a intermediar en conflictos vinculados al narcotráfico que son redes de corrupción internacional? No es problema de valentía, sino de sensatez. Dicen que la política es el arte de lo posible. También la radio lo es.

Ubiquémonos en los reclamos ciudadanos que buscan una solución urgente ante las instituciones públicas. ¿En cuántos casos podemos meternos y comprometernos? Aquí vale el sabio consejo de que mucho abarca es poco apretar.

Comencemos con unos cuantos casos y no cejemos hasta que se solucionen. Incluso, podríamos entrenarnos con situaciones relativamente sencillas. Ganado el pleito, informada la audiencia, nos iremos posicionando como una radio que resuelve. Que la sigue y la consigue.

¿Y qué haremos con los otros casos? Todos pueden ser sacados al aire, con más o menos tiempo de exposición. Entre los asuntos denunciados, seleccionaremos un porcentaje menor para la interpelación de autoridades y responsables. Y reservaremos el seguimiento para los más significativos, los más relacionados con la agenda temática que prioriza la emisora.

6 – Politiquería

Las cabinas de radio y los sets de televisión se han convertido en el más efectivo trampolín para conseguir un cargo público. Esto lo supo Jimmy Morales, un cómico guatemalteco que, aliado con militares genocidas y con algunos trucos electorales, consiguió la presidencia del país.

Esto lo sabe muy bien el bloque de diputados brasileños conocido como BBB (boi, bala, biblia), latifundistas, asesinos y fanáticos religiosos. Gracias a sus programas en la Rede Record y en la Globo consiguieron sus curules y tramaron el golpe de estado contra Dilma Rousseff. Ella no robó, pero una banda de ladrones la está juzgando, como escribió un columnista de Folha de Sao Paulo.

El salto largo del poder mediático al poder político lo practicó el populista Compadre Palenque, un conductor de radio y televisión boliviano desde su Tribuna Libre, en La Paz. Junto a su esposa Mónica, atendía a una interminable fila de personas de origen humilde que acudían a él. Niños extraviados, mujeres golpeadas, campaña de lentes baratos, denuncias y más denuncias ayudadas por “el brazo social del Compadre”. ¿Periodismo de intermediación? Nada de eso. Era simplemente allanar el camino para conquistar la alcaldía de La Paz. Y luego, el Compadre aspiró a la Vicepresidencia. Y más luego, en las elecciones del 97, a la Presidencia. Un infarto cortó su carrera política.

Esto lo supo el locutor venezolano de radio Amazonas, Hugo Alí Urbina, allá en Puerto Ayacucho. El Negro Alí, como todos lo conocen, habla por las mañanas bien temprano. Después de hablar, se hace invitar por los barrios para seguir hablando, para juramentar las directivas de las asociaciones de vecinos, para prometer que las cosas van a cambiar. El Negro Alí habla desde todos los rincones del campo y la ciudad, y hace sonar spots donde pondera su eficacia y generosidad.

—*¡Hugo Alí no descansa, también ayuda a los hermanos yanomamis!*

Se oyen aplausos reales de los indígenas. O tomados de un disco de efectos, da igual.

El Negro Alí está en campaña. No le interesa resolver los problemas ciudadanos. Le interesa la municipalidad.

Una vez en el poder, las cosas cambian. Los dientes se afilan. Los dedos se alargan. Vamos a lo que vinimos, dirá el Negro Alí, perdón, el Señor Alcalde.

7 – Corrupción

Haciendo periodismo de intermediación estamos tocando y afectando intereses económicos. ¿Qué precio tiene este locutor insolente, cuánto hay que pagar a esa atrevida para que se calle?

Primero serán amenazas, luego chantajes, luego prebendas. Nos ofrecerán dinero por callarnos la boca, nos ofrecerán dinero por hablar lo que no es, le ofrecerán plata a la dirección para que nos saque a patadas de la cabina. Nos querrán comprar y corromper.

Quienes en la actualidad conducen programas de intermediación saben a lo que me estoy refiriendo. Algunos y algunas, los más, levantarán la cara con dignidad, orgullosos de su vocación periodística, aun con el riesgo que ella implica. Otros, ese puñado de mercenarios que nunca falta, leerán estas líneas con sonrisa de hiena. Que sigan comiendo carroña.

Para enfrentar estos peligros hay muchos conjuros, desde una buena selección del personal hasta un taller de capacitación sobre periodismo de intermediación.

Mencionemos uno previo e indispensable: el trabajo en equipo.

Para que una radiorevista de intermediación funcione, se requiere que todo el personal de la radio, desde la dirección hasta la recepción, esté en sintonía. Vendrán informantes a horas incómodas y la secretaria deberá saber encaminarlos. Amenazarán a la locutora que hizo la denuncia y el director tendrá que dar parte a la policía. Se presentarán gastos

imprevistos debidos a la investigación periodística y la administradora sabrá cómo acomodarlos. Todo el personal de la radio estará consciente de lo que se trae entre manos. Hacia fuera, sabrá responder a las presiones. Hacia dentro, trabajará sin individualismo ni serruchadas de silla.

El periodismo de intermediación no puede emprenderse sin un explícito respaldo institucional. Si los periodistas que dan la cara, que ponen la voz, van a terminar como Chaplin, con la banderita y sin nadie atrás, mejor no asumir el desafío.

La dirección de la radio defenderá a los conductores, al equipo de prensa y a todo el personal como la madre leona. Si hubiera que corregir excesos, si hubiera que rectificar errores y permitir la réplica de quienes se consideren agraviados por la emisora, perfecto, así se hará. Pero la institución como tal se responsabilizará de lo sucedido. No es cuestión de un par de periodistas aventados.

El periodismo de intermediación se convertirá en una política de la radio y eje transversal de la programación. Esta firmeza en las metas que se persiguen servirá de brújula en los tiempos más difíciles.

Nos meteremos a intermediar en muchos conflictos sin lograr resultados. La burocracia dorada de nuestros gobiernos retrasará las soluciones. La corrupción reinante impedirá que se resuelvan. A veces ganaremos, otras veces perderemos, y es natural que así ocurra. Afectar intereses políticos y económicos es agarrar cables de alta tensión. Es caminar por la cola del tigre, como advierte el I Ching. Es meter la mano donde las papas queman.

PRÁCTICA

¿Qué otro peligro encuentras en este tipo de programas de intermediación? ¿O piensas que alguno de los siete mencionados no es tan real? Cuéntanos.



Imagen: <https://www.flickr.com/photos/asambleanacional/7176763705>

Capítulo 6 - El poder de lo local

Al inicio de este curso nos preguntamos qué utilidad puede tener la radio, este medio tradicional que ya cumplió cien años, en el súper tecnologizado mundo de hoy. Ahora respondemos con certeza de muchas horas de vuelo: el periodismo de intermediación.

Desde luego, nuestras emisoras seguirán brindando buena música, emocionándonos con radioteatros y radionovelas, informándonos con noticias de actualidad, bien seleccionadas y mejor tratadas, acompañando nuestras jornadas con locutoras y locutores simpáticos. Todo esto está muy bien. Pero las radios de la competencia son fuertes en todos esos aspectos.

En lo que nadie nos gana es en nuestra vocación de justicia. ¿Para qué hacemos radio? ¿Para ganar dinero, para palanquear a un candidato político, para poner a rezar a crédulos y luego sacarles limosnas y diezmos? Nada de eso. Nos metimos a hacer comunicación popular, nos echamos al hombro una radio comunitaria para pelear por la Madre Tierra, para defender los Derechos Humanos, especialmente los derechos de las mujeres y las niñas, para respetar todas las identidades humanas, todas las orientaciones sexuales, para promover la diversidad cultural, para construir ese otro mundo posible donde a nadie le falte lo que a unos pocos les sobra. En esa misión somos, de lejos, los mejores, las mejores. Y esa lucha la canalizamos a través de este tipo de periodismo militante.

Abre los micrófonos de tu radio para que la gente venga y denuncie. Que interpele a las autoridades. Que los problemas encuentren solución a través de la presión que hace la emisora. Y si esa presión la combinamos con las redes sociales, la eficacia se multiplica.

Con el periodismo de intermediación convertirás a tu emisora en una Contraloría Ciudadana. En una Defensoría del Pueblo al aire libre. En una Comisaría de la Mujer sin paredes. En firme baluarte de los Derechos Humanos.

Si lo haces, tu radio estará viva, más viva que nunca. Si lo haces, tu radio se pondrá en el primer lugar de audiencia.

—Nos fregamos —dijo la directora de una emisora comunitaria—. Ahora la Gran Cadena

tiene una repetidora en nuestra ciudad. Y una radio en línea. ¿Quién va a escucharnos a nosotros?

Con frecuencia, sufrimos un complejo de liliputienses frente a las emisoras de cobertura nacional y a las que transmiten por Internet. El enemigo parece más grande cuando se lo mira de rodillas, repetía siempre San Martín. No hay que cultivar rivalidades con ningún colega, pero sí superar ese paralizante sentimiento de inferioridad. El periodismo de intermediación nos ayudará a ponernos de pie.

¿Cuál es nuestra ventaja comparativa? Exactamente, que nuestra radio es local. Y por serlo, estamos tan cerca de los baches de la esquina como los mismos vecinos. Podemos denunciar con conocimiento de causa, podemos ayudar a resolver la vida cotidiana porque formamos parte de ella. Ahí está el poder de nuestra radio, el poder de lo local.

La gente no vive en el Sistema Solar ni siquiera en el Planeta Tierra. Vive en este barrio, en esta comunidad. Y tiene que enfrentar estos problemas muy concretos. ¿Vas a escribir a Andrés Oppenheimer o a Patricia Janiot para denunciar que el patrón de la fábrica de zapatos no quiere pagar los salarios o que en el seguro social nadie atiende?

La visión de una radio ciudadana nos permitirá pensar globalmente. El ejercicio del periodismo de intermediación nos llevará a actuar localmente. Y de eso se trata, de una estrategia glocal.

Y esa estrategia, ténganlo por seguro, nos ubicará en el primer lugar de audiencia. ¿Quieren reírse de las grandes cadenas, quieren ser líderes de opinión en su localidad? Métanse al periodismo de intermediación. ¿Quieren ganar sostenibilidad social? No lo duden: practiquen este periodismo.

Y con la sostenibilidad social vendrá también la económica. Porque el periodismo de intermediación es noble y también rentable. Ensayen y verán los resultados. Y luego, me cuentan.

PRÁCTICA FINAL

¿Lo dicho en este curso es realista? ¿Lo puedes poner en práctica en la programación de tu emisora? Cuéntanos cómo piensas hacerlo.

Una producción de:



Licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir bajo misma licencia 4.0

