

LA RADIO ANTE EL DESAFÍO DE LAS NUEVAS AUDIENCIAS.

Benjamín Fernández (Paraguay).¹

Durante mucho tiempo fue la tecnología la que disparó los cambios en materia de comunicación pero poco hemos estudiado a las audiencias reconocidas como un conjunto mas o menos uniforme siempre dispuestas a compartir lo que se le ofrecía desde los medios. Hoy vemos que los cambios demográficos como en el caso del Paraguay, con una migración campo ciudad de casi un 8% anual desde hace unos 10 años, ha producido todo un fenómeno absolutamente nuevo en las “ciudades” desbordadas de una crisis de identidad que ha encontrado en los medios de comunicación y en especial de la radio una extensión de esa dinámica. Estas audiencias a caballo del mundo rural y urbana encuentra hoy identificaciones nuevas en la música, en los programas hablados, en los espacios de entretenimiento y deportivos y demanda un uso intensivo del conocimiento y de creatividad como nunca antes habíamos tenido ocasión de percibirlo.

Somos contemporáneos de un cambio enorme en los paradigmas sociales y los medios de comunicación al tiempo que transmiten estos cambios también lo padecen. Buscamos un espacio de identificación nuevo pero a veces con el viejo formato de una radio que recrea mas la nostalgia de los tiempos idos que la interpretación acabada de los tiempos por venir.

Nuevos intermediarios

Ya no estamos solos los medios tradicionales (radio, televisión y prensa escrita) hoy tenemos una nueva forma de comunicación con nuevos actores de comunicación. Los medios tradicionales viven hoy en internet referencia icónica de estos cambios y a veces la mirada perpleja de los actores mediáticos no acompañan como deberían el dinamismo demográfico y tecnológico que suponen los tiempos actuales. La radio sigue aprovechando sus ventajas tradicionales de portabilidad pero ya no tiene el monopolio de los contenidos. El formato de comunicación auditiva hoy tiene que compartir por efecto de los teléfonos inteligentes con otras nuevas formas nuevas de hacer comunicación que hoy la audiencia tiende cada vez mas a informarse y entretenerse “a la carta” con una posición ante los medios de ser reconocidos no mas como la ultima parte de un proceso de comunicación

Laswelliano sino como un actor dinámico que interactúa y demanda hoy una posición nueva en el esquema de comunicación.

Las nuevas audiencias se reconocen hoy con un status diferente al que teníamos de ella. Activa, demandante y cada vez mas infieles nos fuerzan desde la radio a la necesidad de construir programas que demandan creatividad y esfuerzo.

Esa concesión recreativa de mirarnos hacia adentro, dialogando con nosotros en un especie de endogamia comunicacional nos ha impedido ser mas activos en la comprensión de estos nuevos cambios. Nuestra perspectiva de legisladores (diciendo lo que se tiene que hacer) antes que exégetas (interpretes de los tiempos) nos ha limitado notablemente en acompañar de forma mas dinámica estos nuevos tiempos. Esa “sociedad del espectáculo” de la que hablaba Mario Vargas Llosa ha limitado extraordinariamente el potencial de la radio de comprender la profundidad de los cambios y buscar adaptarse a los mismos.

Vivimos en una sociedad que enfrenta una triple crisis: 1. Identidad 2. Valores y 3. Destino. Nos interpelamos si la radio puede continuar siendo la extensión original de la capacidad de crear mundos nuevos a través del lenguaje en un tiempo donde la capacidad expresiva de nuestros jóvenes se limita a 300 palabras de uso diario de un idioma como el español cuya riqueza expresiva supera los 50 mil términos. Esto ha llevado a que la comunicación se reduzca hoy a interjecciones, gritos, desplantes o expresiones chabacanas intentando llamar la atención de las audiencias por la baja expresiva y visceral antes que por la capacidad de construir vínculos mas amplios en el placer que la expresión verbal supone en la comunicación de las personas.

La comunicación en este contexto puede llevarnos a vivir en esa Babel moderna donde todos creen que pueden comunicarse en idiomas distintos aunque finalmente no logren entenderse como debieran. La radio se enfrenta a este dilema de manera gravosa. Necesitamos identificarnos con un tiempo limitado verbalmente y al mismo tiempo interpretarlo de una manera mas profunda y amplia. Somos como hablamos y nos definimos por la extensión y capacidad del lenguaje. Hay un deseo de saber y muchas veces

estamos confundidos, perplejos y enojados con un tiempo que no nos permite saber mas y actuar en consecuencia. La radio identificado con el buen uso del lenguaje y que incluso relacionó el buen decir con una marca del propio idioma es hoy casi una utopía perdida en la noche de los tiempos. El inglés de la BBC o el español pulido de Gerardo Halley Mora en Radio Paraguay son referencias muy lejanas para un mundo que se comunica con 200 palabras y solo pareciera querer evadirse del tiempo complejo que le toca vivir.

Reflejo de los cambios

Los medios de comunicación y entre ellos la radio, no son responsables de la compleja vida social y económica que hoy vivimos. Apenas la reflejan y en muchos como la lengua del cuerpo humano sirve para identificar dolencias de órganos interiores. Sabemos que hay algo que no funciona pero no podemos ser capaces de interpretar esos tiempos donde la incertidumbre parece ser lo único cierto. La inseguridad laboral o económica confunde e irrita a miles de millones de ser humanos y a nosotros desde la radio nos toca entenderlo y explicarlo. Requerimos capacidades múltiples, saberes relacionados entre si que nos permitan comprender el destino de una sociedad global macluhiano donde “el medio es el mensaje” aunque seamos incapaces de hacer entender cual mensaje o qué medios.

La dinámica de la sociedad no da tiempo para leer un periódico completo o las paginas habituales por lo cual las ventajas de la prensa escrita han disminuido notablemente a nivel global, las radios se interpelan como serán sus días en un mercado que cambia a pesar de que todavía no han encontrado la rentabilidad en internet que les permita explotar su gratuidad favorable frente a los medios impresos y con la oferta a la carta frente a las radios tradicionales. Los medios televisivos se llenan de historias de crímenes y tragedias en el ánimo extraño y cruel de creer que el miedo y la angustia de muchos es la fortaleza y la esperanza del televidente pasivo.

Formas de organizaciones nuevas

La sociedad del conocimiento es hoy un espacio activo y debemos reconocer la horizontalidad en la construcción de las capacidades. La radio ha sido siempre un medio que no necesitó de complejidades para lograr la relación empática con sus oyentes pero requiere hoy capacidades y saberes que le permitan comprender el tiempo que vivimos y transformarse en exégetas de esas nuevas relaciones. El comunicador radial debe comprender la complejidad de estos cambios, prepararse multidisciplinariamente y por sobre todo admitir mas saberes que el suyo y su entorno abriéndose a las audiencias que hoy demandan una participación mas activa. Nuestra experiencia paraguaya en Radio Libre 1200AM desde hace 17 años nos muestran con las imperfecciones propias de toda experiencia en comunicación que vivimos tiempos nuevos y que las audiencias han cambiado de manera notable y estamos obligados desde la radio a ofrecerles espacios donde con ellos interpretemos el mundo que vivimos y no les imponemos de manera vertical lo que nosotros con nuestras propias dudas, incertidumbres e inseguridades las vivimos de manera cotidiana.

Las nuevas audiencias requieren de nosotros humildad para entender la complejidad de los cambios, originalidad para adaptarnos a ellos y conocimiento para admitir nuestros errores y fracasos.

Sigue siendo con todo la radio el medio mas seguido y confiado en nuestro país lo que no es una cuestión menor en un tiempo donde la fidelidad es un bien tan escaso que hoy todos hablan de métodos de fidelización de sus clientes en el ánimo de mantener lo poco sostenible en esta “sociedad líquida” de la que habla Sigmund Bauman en su libro. La consistencia de la sociedad pasará por retornar a sus fuentes originales del lenguaje y esto tenemos un gran camino por andar. Nuestras características de nación bilingüe nos interpela desde la creatividad a participar de experiencias en laboratorios con otros medios e instituciones que hagan que el fuego de la palabra se mantenga y que la radio siga imponiéndose por la capacidad de construir desde el lenguaje la comunidad que finalmente hace en democracia su sentido y destino.

Las nuevas audiencias son mas activas, menos fieles, con mas conocimiento, horizontales en su relación con los otros .. pero siempre curiosas e interesadas en saber mas participando mas.-

¹ Paraguay. Director de Radio Libre, profesor universitario y autor de mas de 15 libros sobre comunicación, democracia y acceso a la información. Su cuenta de correo es: benjaminfernandezb@hotmail.com