

LAS RADIOS CATÓLICAS EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA – ARGENTINA –

Marcelo Daniel Castagno

INTRODUCCIÓN

El uso de los medios de comunicación para difundir la fe católica tienen en Córdoba antecedentes de más de tres décadas, con la emisión televisiva de misas y el cierre de programación a cargo de sacerdotes. Con el tiempo, esos espacios perdieron el interés del público y fueron abandonados.

El presente trabajo se basa en mi tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación presentada en el año 2003, en la Universidad Blas Pascal; la misma lleva el título “Hacia una Propuesta Superadora en la Radiodifusión Católica Cordobesa”. Los datos presentados responden a la situación analizada entre 2001 y 2003.

En ese momento, en la ciudad de Córdoba, operan 2 emisoras católicas: Radio María y Radio Libre. Para éste trabajo se seleccionó un corpus teórico, que fue aplicado posteriormente al análisis de ambas emisoras.

La inspiración definitiva para elaborar la tesina fue leer que “los oyentes y espectadores de las emisiones religiosas han de esforzarse en mejorarlas expresando su juicio sobre las mismas”¹.

Como una primera aproximación, cabe señalar que: mientras los servicios públicos o privados de comunicación tratan a los receptores como objetos que los anunciantes deben capturar, perfeccionar o informar; las radios comunitarias y las cristianas tratan a sus oyentes como personas y participantes².

Ambos servicios son medio para la acción pastoral de la Iglesia. Ya que se trabaja con ellos por acción directa en los medios propios de entidades eclesiales (diócesis, parroquias, congregaciones religiosas, etc.), o mediante formas de evangelización más sutiles³; partiendo de la premisa que la comunicación católica tiene por cimiento la comunión entre sus artífices y los pastores del pueblo de Dios y de estos con el Santo Padre⁴.

GENERALIDADES DE LAS EMISORAS CATÓLICAS

La propagación de las ideas y las creencias religiosas tienen en la radio su primer y más importante medio masivo de difusión, por una cuestión de economía de instalación. Casi todos los credos, pero especialmente los occidentales, buscan el soporte de las ondas para darse a conocer⁵.

Se puede decir que la radio católica, escucha la palabra de Dios y la comunica a sus oyentes con el lenguaje y las técnicas que le son propias⁶.

En general, las emisoras católicas se constituyen jurídicamente como organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro, financiadas mediante donaciones institucionales, aunque en la práctica es más importante la colaboración de fieles y simpatizantes⁷, ya que el fin de estas emisoras es proselitista.

Al mismo tiempo, cumplen un papel trascendental en materia educativa y de instrucción, mediante programas especiales en las regiones menos desarrolladas del planeta, y son una ayuda notable en situaciones como las de los países latinoamericanos tan vastos y escasos de clero⁸.

Es factible identificar dos modos en el desarrollo de estas radios: por un lado, una tendencia orientada hacia la vivencia personal de la fe, donde se destaca el trabajo de Radio María; y por otro lado, una

¹ PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, “Instrucción Pastoral *Communio et Progressio*” n° 155, Mayo 1971, 12/08/00, <http://www.vatican.va>

² Cfr. Peter LEWIS y Jerry BOOTH, “El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria” (Paidós Comunicación, 50), Ediciones Paidós, Barcelona – España - , 1992, p. 34

³ Cfr. Gabriel PÉREZ (SJ); et al. “Comunicación, Misión y Desafíos. Manual de Pastoral de la Comunicación”, 2ª edición (Colección de documentos CELAM – DECOS N° 73), Prensa Moderna Impresores, Santafé de Bogotá, Colombia, 1997, p. 242

⁴ Cfr. en Mons. Jorge CASARETTO, “Comunicación, esperanza y solidaridad: Segundo Congreso de Comunicadores Católicos”. Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1999; Parte 1 ‘Apertura’, Mensaje de Mons. John FOLEY, p. 21

⁵ Cfr. José MUÑOZ y Cesar GIL, “La radio. Teoría y práctica”, 1ª edición, IORTV, Madrid, España, 1988

⁶ Cfr. en Mons. Jorge CASARETTO, “Comunicación, esperanza y solidaridad: Segundo Congreso de Comunicadores Católicos”. Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1999; Tema II ‘Espiritualidad del Comunicador’, p. 198

⁷ Ibid.

⁸ Ver en Benito SPOLETINI, “Comunicación e Iglesia Latinoamericana”, (Colección Comunicación), Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1985, DOCUMENTO de la 1ª CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO, Título VI ‘Medios Especiales de Propaganda’, 4 de Agosto de 1955. p. 5

orientación hacia la organización participativa de sectores populares y desposeídos⁹, donde se funda Radio Libre.

LAS EMISORAS CORDOBESAS

Desde mediados de la década del '80 hasta mediados los '90, no había legislación específica que ordenase las emisiones por modulación de frecuencia, y por esto proliferaron en todo el territorio nacional pequeñas emisoras que precariamente se instalaban en las principales ciudades y originaron el actual servicio de radiodifusión, tras un proceso de regularización llevado adelante por el Estado.

En ese contexto, en los albores de la década del '90, con diferencia de un año, se crea primero "Radio Encuentro", como parte del programa de comunicaciones de la Parroquia "Nuestra Señora del Rosario y San José Obrero", y posteriormente "Radio Desde el Corazón de Alberdi", en la Parroquia "San Jerónimo"; ambas de la ciudad de Córdoba. Desde mayo de 1991, las áreas de cobertura de ambas emisoras superpuestas transmitían mensajes católicos a toda la ciudad.

Ambas solicitaron, oportunamente, al entonces arzobispo de Córdoba Raúl F. Primatesta, su mediación ante las autoridades nacionales para obtener las licencias pertinentes al servicio de radiodifusión por modulación de frecuencia.

Al cabo de dos años de iniciados cada uno de los tramites, el Arzobispado recibía las autorizaciones, del Comité Federal de Radiodifusión y la Comisión Nacional de Comunicaciones. Esto implica que, si bien las emisoras están legalmente autorizadas, ninguna de las Asociaciones Civiles es propietaria de la licencia que explota.

"Radio Encuentro", recibe en 1995 la licencia que incluye su frecuencia y potencia autorizadas, manteniendo su nombre y lugar de funcionamiento. A fines de 1996, se convierte en emisora de la cadena internacional "Radio María", con una cobertura regional de casi 90 km². Hoy, mediante emisiones satelitales y convenios con diversas radios diocesanas y parroquiales, conforma una red nacional de emisoras que cubre la provincia de Córdoba y numerosas ciudades del país.

"Desde el Corazón de Alberdi", al ser notificada de la asignación de licencia cambió su nombre al de "Radio Libre". Continúa hasta nuestros días, concentrada en su barrio original que se caracteriza por la diversidad de nacionalidades de sus habitantes (peruanos, bolivianos y paraguayos). Esta circunstancia, la obliga a realizar esfuerzos junto a la Parroquia, para valorizar las diversas culturas preservando la unidad vecinal.

EL VOLUNTARIADO

Un elemento que caracteriza a las radios católicas son los voluntarios, que no son el resultado de cálculos ahorradores, sino que significan un medio esencial para contactarse con la comunidad o comunidades implícitas, asegurando que estén representadas en el funcionamiento diario de la emisora¹⁰.

En Radio María destacan que el número de voluntarios empadronados en todo el país, multiplica varias veces a la plantilla de personal remunerado, que desarrollan tareas esenciales, colaborando en áreas administrativas, técnicas, de producción y locución, y que trabajan no sólo en la central, sino en las diversas repetidoras.

En Radio Libre, en cambio, señalan no tener un registro de voluntarios, ni espacios institucionales para ellos, aunque reconocen que algunas personas colaboran con la emisora de manera desinteresada.

EQUIPOS TÉCNICOS DE EMISIÓN

Radio María, se destaca por la operación con dos transmisores según la modalidad diurna (30 kw) - nocturna (1 kw), más la emisión satelital al resto de la red. Posee dos conjuntos control/ estudio, provistos de equipos de altísima calidad técnica. Tiene computadoras en todas las áreas y después de la medianoche, pasa a funcionar de manera automática, con programas pregrabados o re-emitidos. Además, posee equipos técnicos y humanos para realizar transmisiones de altísima calidad desde exteriores.

Radio Libre, posee un solo transmisor de baja potencia (210 watts), que debe ser apagado cada 16 horas para enfriarse. Por su baja potencia es interferida por una emisora comercial e intenta solucionarlo

⁹ Cfr. Gabriel PÉREZ (SJ); Luis SIERRA; Carlos CORTÉS; Jesús AGUIRRE, (SJ); Mons. Juan Luis YSERN. "Comunicación, Misión y Desafíos. Manual de Pastoral de la Comunicación", 2ª edición (Colección de documentos CELAM – DECOS N° 73), Prensa Moderna Impresores, Santafé de Bogotá, Colombia, 1997, p. 242

¹⁰ Cfr. Peter LEWIS y Jerry BOOTH, "El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria" (Paidós Comunicación, 50), Ediciones Paidós, Barcelona – España - , 1992, p. 34.

desplazándose a otra frecuencia. Posee un solo conjunto de control / estudio, cuyos equipamientos tienen baja calidad, si se considera su empleo en radiodifusión.

PROGRAMACIÓN

Se puede decir que la programación es el producto de la radio en términos de mercadotecnia¹¹. Pero, se debe remarcar que las radiodifusoras confesionales, no producen ni transmiten, con el fin de generar interés comercial.

Por sus contenidos, se habla de programación “convencional” o “tradicional” (con programas variados) y “especializada” o de “radio-formula” (con contenidos exclusivos o cualidades similares a lo largo de todas las horas). Ambas emisoras coinciden en lo convencional porque una parte significativa de sus emisiones son destinadas a público general. Pero, ambas tienen espacios de “especializada”, tanto en las misas y oraciones litúrgicas y marianas (para público católico), como en algunos programas de contenido exclusivamente musical.

Por su frecuencia se pueden clasificar a la programación como “diaria” o “de fin de semana”, tanto Radio María como Radio Libre coinciden al poseer una estructura de lunes a viernes que varía significativamente en el fin de semana.

Por su estructuración, se habla de programaciones “mosaico” (con programas cortos de contenidos aislados) o “de bloque” (con programas de larga duración). En ambas radios de lunes a viernes por la mañana tienen la estructura de bloque y las tardes y noches de mosaico. El fin de semana en ambas es de mosaico.

Por su adecuación, se habla de la programación como “armónica” (si se adapta a la emisora y a la audiencia); o “anárquica” (si existe desorden y no previsión). En Radio María, es armónica; mientras Radio Libre, tiene elementos que la aproximan hacia lo anárquico, porque no hay certidumbre en la emisión de los programas.

PROGRAMAS

Diversos autores consideran que es posible agrupar los programas mediante la identificación de tres géneros a) informativo; b) interpretativo o de opinión, y c) recreativo; analizando las cuestiones de forma a través de estructuras de producción a las que llaman “formatos”¹².

Se destacarán aquí sólo los géneros y formatos que tienen presencia predominante en estas emisoras.

El género informativo, puede dividirse en dos formatos: a) “deportivos” y b) “informativos”¹³.

Los “formatos deportivos”, son espacios centrados en las actividades directa o indirectamente relacionados con el deporte en todas sus modalidades¹⁴. Este formato existe sólo en Radio Libre.

De los “formatos informativos”, rescataremos el boletín (recopilación breve de noticias llegadas a la redacción entre emisiones) que está presente exclusivamente en Radio María; y el noticiero o noticiero (que es un programa de actualidad en que los temas se ordenan por áreas o secciones)¹⁵, tienen horarios de emisión al mediodía y la noche en Radio María y una única emisión matutina en Radio Libre.

El género recreativo, tiene una gran variedad de formatos:

El “magazine” o “magazín”, es un programa de contenidos variados, unidos con el estilo particular de un presentador, que son ofrecidos bajo un título determinado, y que pueden considerarse en sí mismos como microespacios dentro del programa¹⁶. Por su flexibilidad son muy empleados en ambas emisoras.

Los programas de participación, buscan el contacto con la audiencia, pidiendo su opinión sobre determinados temas o personajes. El programa suele iniciarse centrandolo la cuestión a tratar por medio de una presentación del tema y habitualmente cuenta con un invitado especialista en la materia para responder a los oyentes¹⁷. Este formato, si bien aparece puro en las propuestas de ambas emisoras, suele integrarse temporalmente en los magazines.

Los programas infantiles, dada la existencia de distintas edades que cubrir, buscan un tono medio que abarque el mayor número posible¹⁸ de niños. En este formato, se destaca Radio María por su emisión diaria, en tanto que Radio Libre lo hace semanalmente.

¹¹ Cfr. FIGUEROA BERMÚDEZ, R. 1997. “¡Qué onda con la radio!”. 2ª reimpression. México, D.F. Longman de México Editores, Alambra Mexicana.

¹² Cfr. Ricardo HAYE, “Hacia una nueva radio”, 1ª edición, Editorial Piados, Buenos Aires, 1995, p. 83

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Cfr. José MUÑOZ y Cesar GIL, “La radio. Teoría y práctica”, 1ª edición, IORTV, Madrid, España, 1988

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

Otro género existente es el de los programas musicales. Y de la diversidad de formatos existentes, se destacan los programas de música especializada (que emiten un único estilo musical, tomando como parámetro autores, épocas, estilos o ritmos)¹⁹. Aquí mientras en Radio María emite principalmente música cristiana y programas exclusivamente dedicados a la música clásica y sacra; Radio Libre emplea generalmente música folclórica, tango y otros ritmos populares.

RECURSOS RADIOFÓNICOS

Un viaje por el espacio radiofónico es exigente porque en él se carece de estímulos para la mayoría de los sentidos de la persona, por ser solamente sonido²⁰. Estos sonidos provienen de tres de los recursos radiofónicos: el fundamental es la voz humana, que interactúa con la música, y los efectos sonoros. En tanto que el silencio, puede ser utilizado en la radiodifusión como un cuarto recurso²¹.

La Voz Humana

La voz se expresa por medio del lenguaje, cuyas palabras son un conjunto de sonidos articulados producidos por un ser humano para expresar una idea. La palabra es el lenguaje humano por excelencia y por ello es el elemento principal del lenguaje radiofónico²².

Pero el lenguaje radiofónico es artificial y la palabra radiofónica, aunque transmite el lenguaje natural de la comunicación interpersonal, es palabra imaginada y fuente evocadora de una experiencia sensorial más compleja²³.

En ese contexto, el locutor tiene que sustituir las pausas gramaticales de los textos por las pausas lógicas o inesperadas que subrayan el sentido de una determinada palabra construyendo una nueva estructura sintáctica²⁴.

Al mismo tiempo, las voces poseen características que las hacen ser de mayor o menor aptitud para las emisiones radiales. Subrayándose en ellas particularidades como su claridad o inteligibilidad, la dicción, el timbre, la entonación o la presencia de regionalismos particulares.

La situación en Radio María, es que todas las voces son bien entonadas, destacándose especialmente por su dicción, timbre y carencia de regionalismos, ya que se trata en general de locutores matriculados. Las voces de Radio Libre, si bien son claras e inteligibles, suelen denotar falta de entrenamiento en locución y presentar diversidad de regionalismos, lo cual tiene origen en las características poblacionales del barrio y en la venta de espacios para la producción independiente.

La música

Es definida como una secuencia organizada que se produce de forma tanto simultánea como consecutiva de sonidos modulados, ruidos y silencios, que atienden a la altura, duración, volumen y dinámica para producir sentimientos, afectos y/o significados²⁵.

Es la segunda gran protagonista de la radio²⁶ y tiene diversas funciones entre las que se pueden distinguir: funciones de contenido, de acompañamiento y ortográficas²⁷. En ninguna de las radios, se encontró la aparición pura de una de las funciones. Pudiendo inclusive identificarse como la combinación más común son las funciones de contenido y de acompañamiento, que interactúan en diferentes programas.

Dentro de la música reproducida por estas emisoras se encuentra la religiosa, en sus diferentes expresiones, desde devocional-religiosa, pasando por la testimonial-carismática, la música litúrgica-ritual e incluso aquella que sin mencionarlo explícitamente tiene valores evangélicos o humanistas²⁸. Las tres primeras categorías mencionadas, están presentes de forma significativa en Radio María, mientras que Radio Libre sólo las incluye ocasionalmente. En tanto que la última, es una característica común a ambas emisoras.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Cfr. Miguel ORTIZ y Federico VOLPINI, "Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas", Ediciones Piados Ibérica, 1995, p. 41

²¹ Ibid. p. 42

²² Cfr. José MUÑOZ y Cesar GIL, "La radio. Teoría y práctica", 1ª edición, IORTV, Madrid, España, 1988

²³ Cfr. Armand BALSEBRE, "El lenguaje radiofónico", 3ª edición, Ediciones Cátedra, España, 2000, p. 35

²⁴ Ibid., p. 72

²⁵ Cfr. José MUÑOZ y Cesar GIL, "La radio. Teoría y práctica", 1ª edición, IORTV, Madrid, España, 1988

²⁶ Ibid.

²⁷ Ibid.

²⁸ Cfr. en Mons. Jorge CASARETTO, "Comunicación, esperanza y solidaridad: Segundo Congreso de Comunicadores Católicos". Ediciones Paulinas, Buenos Aires, 1999; Tema II 'Música Cristiana', Conferencia de Rogelio Zelada, p. 177

Por otra parte, están las llamadas inserciones musicales, que responden a las necesidades expresivas y narrativas institucionales de cada emisora radial²⁹. Dentro de ella, hay dos subgrupos uno que es el institucional de la emisora y otro que caracteriza a cada uno de los programas.

Aquí también Radio María, marca una gran diferencia ya que es posible escuchar una variada gama de inserciones institucionales; y todos los programas tienen que grabar algunas. En Radio Libre, es casi nula la presencia de estos elementos.

Los efectos de sonido y el silencio

Se entiende por efecto sonoro, cualquier sonido inarticulado que representa un fenómeno meteorológico, un determinado ambiente espacial, la acción natural sobre un objeto inanimado o cualquier fragmento de realidad animal³⁰. Este elemento es empleado como referencial de las actividades de los conductores en Radio Libre y no es emitido intencionalmente en Radio María.

El silencio es definido como la ausencia de cualquier sonido³¹. Pero esta ausencia puede resultar contradictoria para el oyente o poseer la propiedad de valorar los sonidos precedentes y consecuentes a él. Como tal y de manera pura, es inexistente en ambas emisoras. A pesar de ello, algunos conductores al hablar muy lentamente lo emplean.

PROPUESTAS PARA RADIO MARÍA

En lo organizacional y administrativo se sugería, vender espacios para la producción independiente de programas los días Sábados y/ o Domingos (cuando la mayor parte de la programación es pregrabada), ejerciendo sobre esos espacios un control de formas y contenidos de acuerdo a los parámetros que ya posee y aplica la emisora. Pudiendo inclusive, en ese mismo período la emisora ser contratada para la emisión de publicidad.

En relación con la faz técnica, se le recomendaba pasar de ser una red de emisoras (una cabecera transmite un mensaje único que es reproducido por las demás radios) a la modalidad de cadena (que permite un mayor apego del oyente a la emisora por hablarle momentáneamente con los códigos locales). Optimizar, mediante el uso informático, la recepción de llamados y mensajes. Y contratar una línea de llamados gratuitos y una de donaciones telefónicas.

Respecto de la programación, las propuestas eran incorporar un noticiario en las primeras horas de transmisión y modificar el horario del informativo de Radio Vaticano.

En referencia a los programas, incluir en los espacios de reflexión el silencio subjetivo o música instrumental de fondo que luego siga sonando por un tiempo, para que el oyente reflexione; e incluir música en los espacios religiosos destinados a la oración, ya que los mismos tienen una dinámica de repetición que sería modificada o atenuada por este recurso.

Por otro lado, se le sugerían modificaciones en su página web para que sea más dinámica y; emplear el segundo estudio para la grabación a largo plazo (3 a 6 años, según los ciclos, organizados en función de disponibilidad), de los evangelios de cada día como dramatizaciones, que combinen palabras, música, efectos sonoros y silencio. Siendo este producto de utilidad para la propia emisora; y que una vez finalizados, podrían ser vendidos a otras emisoras.

PROPUESTAS PARA RADIO LIBRE

En lo organizacional y administrativo se le recomendaba (dado que vende los espacios para la producción de programas), que firme contratos, que incluyan cláusulas referidas al pago anticipado del espacio por el período de un mes y el cobro de un porcentaje adicional a quienes deseen emitir publicidad, lo que en otras radios suele operarse mediante la venta de una cantidad de publicidad para la emisora.

En lo referido a la faz técnica se le proponía, establecer un plan a largo plazo de mejoras que vayan desde la renovación de sus equipos de control/ estudio hasta el cambio del transmisor e incluya la informatización, y la incorporación de al menos una más rotativa.

En la programación se le sugería incorporar, al menos un noticiario en horario vespertino o nocturno y algún programa de formación religiosa en las tardes o los fines de semana, además de cerrar la programación con algún símbolo de cristiandad.

²⁹ Cfr. Armand BALSEBRE, "El lenguaje radiofónico", 3ª edición, Ediciones Cátedra, España, 2000, p. 100

³⁰ Ibid. p. 117

³¹ Cfr. José MUÑOZ y Cesar GIL, "La radio. Teoría y práctica", 1ª edición, IORTV, Madrid, España, 1988

En lo referido a los recursos del lenguaje radiofónico, se le recomendaba incorporar en los espacios de reflexión alguna canción cristiana referida al tema, y emplear música instrumental para generar espacios para la meditación personal, así como incorporar paulatinamente inserciones musicales de la emisora y los programas.

Fuera de lo radial y dado que la emisora no posee una identidad institucional plenamente desarrollada, se le sugería organizar un concurso para el diseño de un logotipo y sus aplicaciones, que incluyesen la página web.

CONCLUSIÓN

Para que las radios católicas sean realmente efectivas, deberían tomar en cuenta las características regionales de su público, orientando su programación, los programas, sus contenidos y música, hacia ese público heterogéneo pero que tiene elementos que lo singularizan.

En función de la experiencia descrita, de dos emisoras destinadas a la difusión de los valores y doctrinas católicas, que trabajan de modos diversos, orientadas a diferentes públicos, contemplando las características peculiares de ellos, sería recomendable que en todas las grandes ciudades se contase con diversas ofertas que se desarrollen especialmente destinadas a las subculturas que allí conviven.

VERSIONE PROVVISORIA
IN ATTESA DELLA
PUBBLICAZIONE DEGLI ATTI