

RADIONAUTAS: EL LENGUAJE SONORO EN LA NARRATIVA TRANSMEDIA

Índice

Prólogo

Introducción

Capítulo 1

¿Nuevos medios? Reconfiguraciones tecnológicas y nuevas mediaciones. ¡La radio ha muerto!
¡Viva la radio!. Producir para un escenario en tránsito. Radionautas: Pinta tu aldea y pintarás el mundo. Hola...Hay alguien ahí...?. Artística y estética en el sonido. Las Imágenes Sonoras. Sonoridad y lenguaje

Capítulo 2

De lo local a lo global, la radio, internet y la configuración de audiencias deslocalizadas. Circulación y escucha: no soy de aquí ni soy de allá. Discurso e identidad. Posibilidades y límites. La identidad sonora en la era digital. Reconfiguraciones tecnológicas y nuevas mediaciones. Instalaciones e intervenciones sonoras. Las hipermediaciones. El hipertexto sonoro. Viralización vs propagabilidad

Capítulo 3

Que mantenemos, que deshechamos, que resignificamos y que de nuevo. Nuevas formas de guionar. Escritura múltiple. Del guión a la pauta y de la pauta a la estrategia transmedia. La pieza sonora. La radio como relato. La estrategia transmedia. Diseño estratégico. La trazabilidad imposible

Capítulo 4

El podCast como formato transmedia

Capítulo 5

Los recursos expresivos. Las dualidades en la producción de sentido

Capítulo 6

Construir la ficción en radio: la loca de la casa.

La ficción transmedia. El deseo como eje estructurador en los relatos

Epílogo

Esto recién comienza

Bibliografía

Introducción

Sobre qué escenario debemos pensarnos como comunicadores

Podemos estar más o menos a gusto con las tecnologías comunicacionales y las redes sociales, podemos ser más o menos críticos pero no podemos obviar que cada vez es más evidente que nuestra vida social es inescindible de nuestra “vida” digital. Por eso es necesario para quienes trabajamos en las comunicaciones tener una mirada compleja y no solo instrumental de las tecnologías y las redes sociales.

Mucho se habla en las últimas décadas de la era de la comunicación mundo, sobre la caída de las fronteras espaciales y la conectividad inmediata. Lo que pocas veces se explicita es que la comunicación mundo, es un concepto político y no un término descriptivo de los cambios tecnológicos. Y decimos que es un concepto político porque implica una perspectiva del poder económico mundial del capitalismo - que es de donde surgen los avances tecnológicos - sobre lo que buscan en torno a la conformación de nuevas formas societales hiperconectadas en redes virtuales pero aisladas en la práctica material-social concreta. Donde son las tecnologías las que pautan y reconfiguran “lo comunicable”.

Una de las características centrales es que la percepción de la comunicación sustituye a la percepción del mundo. Es decir el mundo es todo lo que es comunicado. Entonces, ser es ser visto.

Las pantallas, en toda su extensión, son un dispositivo de mantenimiento del orden simbólico mundial. La capacidad de la imagen, por ejemplo, de crear efecto de realidad, mostrar y hacer creer en lo que muestra, la transforma en un dispositivo con capacidad de producción de “reales”. En un mundo hipermediado, donde las redes sociales constituyen un lugar de sociabilidad y producción de sentido colectivo, lo real se desvanece en el discurso. Las puestas en escenas, donde la imagen de una hambruna está en el mismo plano que una ficción sobre hambrunas, desdibuja ese real, y fundamentalmente inocula. La indiferenciación entre real y ficción lleva a que triunfe el verosímil, y su poder de “verdad”, su capacidad para anclar en la subjetividad social e instalarse como verdad. Y esto no es inocente, como no lo son los avances en las tecnologías de las

comunicaciones.

La base de la mediatización de las pantallas, es una puesta en escena negada. Es decir, negar que en esa construcción de realidad podría haber otra cosa. La “realidad de la actualidad”, solo existe porque se oculta sistemáticamente y rigurosamente la enunciación, es decir lo que tiene de puesta en escena y por lo tanto de mirada política en su línea editorial. Las tecnologías comunicacionales actuales ocultan mostrando. Por eso frente a todo lo que se muestra debemos preguntarnos de que se quiere desviar la mirada. Que se quiere ocultara, a que prejuicio se orienta la mirada. Esto es la operación de la hegemonía de las corporaciones comunicacionales mundiales, subsumir lo no dicho en lo impensable.

Una de las preguntas sería ¿Qué mundos virtuales construyen las redes para quienes las buscan como un canal alternativo de difusión, comunicación o información? Internet y las redes sociales con el cúmulo informativo aportan a la inoculación, confusión y generar burbujas donde los participantes de las redes viven en sus micro climas y hacen uso de las redes desde las prácticas pautadas por la intencionalidad política de estas tecnologías. A partir de inyectar información a granel donde se mezclan operaciones, políticas, datos, mercadeo, ficción, photoshop en imagenes, información falsa etc. es tan abrumador y es tan poca la capacidad de dilucidar que termina generando apatía. La sobresaturación de información es la mejor estrategia para la desinformación. Ya no es necesaria la censura, el bombardeo de información falsa, entremezclada con formatos ficcionales, datos descontextualizados, operaciones, etc logra mayor eficacia que la censura. A causa de la sobreinformación que existe en Internet y en particular en las redes sociales, paradójicamente las personas están cada vez más desinformados. Las “fake news”, los trolls y los bots se han convertido en una práctica difícil de controlar y distintas prácticas sociales han demostrado que sus usos pueden condicionar las conductas de las personas. Se reproduce innumerables veces una misma información, que a su vez los usuarios de redes sociales comparten sin antes comprobar su veracidad e incluso leyendo solo el título.

La hiper conectividad comunicacional, las redes, los medios, más que tener impacto sobre

nuestras opiniones impactan sobre nuestros modos de percepción. Es decir nos vamos acomodando a nuevas formas de comunicación, intercambio y comunicación y desde allí vemos la realidad. Y esas tecnologías, decíamos, tienen intencionalidad. La forma de lectura en internet va produciendo una pérdida en la capacidad de concentración y profundización; la dispersión que se genera en la práctica de saltar de un enlace a otro produce un tipo de lectura que se define como escaneo, es decir se buscan los cortes de texto relevantes sin pasar por la lógica de lectura de arriba hacia abajo, y perdiendo la práctica de complejización y argumentación: me quedo con la frase que se acomoda a lo que previamente pienso. Velocidad y fragmentación definen la forma de acceso al conocimiento. Hay más datos y menos conocimiento. Las tecnologías también impactan en el lenguaje. La variación y diversidad de un lenguaje permite la elaboración de pensamientos más complejos. En un punto la reducción del lenguaje en la escritura corta de msn, ws, etc re configura el modo en que nos comunicamos: Imágenes, símbolos y palabras reducidas. Podríamos arriesgar que lo que denominamos pensamiento complejo se ve limitado en su elaboración a partir de una mayor tecnologización.

El Relato en el periodismo como estrategia de control

El investigador francés Christian Salmon define al storytelling como “un arma de distracción masiva” Se utilizan los relatos como una estrategia de narración que presenta una explicación tranquilizadora de los acontecimientos más allá de “la realidad”, es una visión que trabaja sobre el verosímil. No se trata de ficción, sino de una construcción discursiva que no genera contradicción ni ansiedad y permite vivir el cotidiano complejo en un marco más asequible. “El storytelling establece engranajes narrativos según los cuales los individuos son conducidos a identificarse con unos modelos y conformarse con unos protocolos”ⁱ

Antes se decía quiero hechos no palabras, y ahora se comprueba que las historias pueden tener efectos reales sobre los hechos. El éxito del discurso entonces, está en el relato que comunica. Ni siquiera por quién lo enuncia, resulta creíble no por lo que dice sino por las historias que representa. "Al alinear un enunciado con una visión del mundo (y al confundir así deliberadamente

las expectativas), se puede contar fácilmente una historia que nos ayudan a mentirnos a nosotros mismos y nuestras mentiras nos ayudan a satisfacer nuestros deseos" ⁱⁱconcluye Salmon. En una de las marchas en Buenos Aires, Argentina, denominadas Ni Una Menos, contra la violencia de género y los femicidios, viralizaron en redes una foto de un grupo de mujeres con una bandera que decía Cristina presente. El epígrafe insultaba a las congéneres por la bandera suponiendo que hacía alusión a la ex presidenta argentina, cuando las mujeres se referían a una joven llamada Cristina víctima de femicidio. Ejemplos como este podríamos repetir por cientos de miles.

Una regulación necesaria

En este marco urge a los países con menor capacidad económica para pensar las tecnologías desde sus intereses sociales y culturales y su identidad, un profundo debate torno a lo virtual y las redes sociales, donde los frenos inhibitorios, que hacen posible la convivencia social parecieran diluirse. Lo que aparece como horizontalidad en la participación y en la libertad para opinar, se desliza hacia opiniones “Libres” direccionadas. La ausencia de control o de regulación sobre el formato digital de los grandes medios, de los medios chicos, alternativos, blogs, redes, etc, donde vía comentarios de lectores (que son filtrables y clasificables) se permite la difamación, la apología al delito y la promoción de la violencia amparados en el anonimato o perfil falso, no parecería ser inocente o en pos que los “ciudadanos” opinen. Si sumamos la práctica de los trolls y las fake news el panorama es más preocupante. Diego Cano, en *Jungla 3.0*ⁱⁱⁱ destaca que las redes sociales y la pérdida de referencia material, es decir la virtualidad construyen escenarios donde la crueldad se pone de manifiesto sin la inhibición que produce la presencia física del otro. En Argentina, se llegó a un punto que ante el caso de violación y asesinato de una joven, los diarios La Nación y Clarín tuvieron que cerrar los foros por la violencia y apología al delito de sus foristas.

Los denominados comentarios de lectores, no son más que un refuerzo de la línea editorial del medio, o del formato digital. Con el plus que permite la apología al delito, la divulgación de datos falsos y las imputaciones de delitos a figuras públicas, sin tener que dar cuentas ante la justicia. El investigador brasileiro Denis de Moraes^{iv} dice que los medios monopólicos realizan un

doble papel estratégico en la reproducción ampliada del capital: primero, son agentes retóricos que legitiman las ideas capitalistas y las transforman en discurso social hegemónico naturalizándolo. Por otro lado se configuran como agentes económicos prominentes en los mercados mundiales donde venden sus propios productos e intensifican la visibilidad de sus anunciantes y patrocinadores a partir de su capacidad de irradiación.]

En nombre de la libertad, los seres humanos nunca estuvieron tan controlados como en estos tiempos. Si no regula el Estado, es el mercado el que regula e impone sus reglas de consumo. Internet y las llamadas redes sociales deben estar sujetas a regulación. La violencia, agresiones, denuncias sin ningún tipo de sustento y al margen de la punibilidad no son efectos no deseados, es parte de una construcción alentada por el mercado mundial: personas aisladas, sin identidades culturales y territoriales históricas, volcadas al consumo donde las prácticas culturales se desdibujan y con ellas la capacidad de los países de sostener su soberanía cultural, tan necesaria como la independencia económica.

Bajo la inmensa acumulación de relatos que producen las sociedades modernas en el marco creciente de las tecnologías comunicacionales, nace un "Nuevo Orden narrativo" (NON) dice Salmon, que preside el formateo de los deseos y la propagación de las emociones, y concluye que hay una violencia simbólica que pesa hoy en los debates a partir de las *máquinas de narrar* donde el tema desaparece ante la narración. Nuestros ojos cuando enfocan para mirar algo necesitan dejar de ver otras cosas dentro de ese todo que es lo observable. Por esto – dice Salmon- desenfocar es volver a encontrar el tema, y concluye que el desafío último es ver sin mirar: desenfocar, en un mundo en que los medios de comunicación se prosternan ante el altar de la nitidez, y al hacerlo vacían la vida de toda visa, el desenfocador – dice -será el comunicador de nuestra época.

Tecnologías, vida digital y comunicación

La cultura de la conectividad nos lleva a re pensar el concepto de audiencias y usuarios de las tecnologías, donde los límites de donde comienza lo tecno y donde termina lo humano y viceversa es muy difícil de dilucidar y quizás sea imposible porque la interacción desdibuja los

limites. Pensarlo de este modo nos impone cambiar o al menos dejar en suspenso las prácticas tradicionales en torno a la comunicación. Sin por esto desconocer los entramados, ideológicos, políticos, económicos y de poder. Pero del mismo modo que un puñado de mega corporaciones controlan las tecnologías comunicacionales, se van generando espacios y colectivos que buscan otros modos de comunicar, usos y producción, desde el movimiento de software libre, a los portales y medios de comunicación/periodísticos, o de reapropiación de usos en las redes. Comprender las plataformas como mediaciones y no como medios de comunicación es medular para pensar los procesos de producción, realización, circulación y apropiación. La mediación implica que no solo facilita los actos y producciones sino que las moldea de una u otra forma.

En el proceso de producción, realización y circulación comunicacional periodística o de otro tipo, las interfaces – me gusta, comentar, compartir, emojis, etc – si bien no son estrictamente textos, son materia significativa, por lo cual pueden o debería comprenderse o analizarse como textos. Y es importante comprenderlo porque nos da la base para analizar las nuevas subjetividades, su lógica de producción y sus anclajes sociales, culturales, territoriales, etc que nos permite pensar y re pensar las audiencias ahora en términos de prosumición. Es decir una audiencia activa que no solo comparte sino interviene en las producciones comunicacionales que circulan en las distintas plataformas. Hoy la eficacia de una narración transmedia se mide en su interacción; lo que no logra respuestas y propagación no tendría valor o eficacia comunicativa en el marco de las comunicaciones digitales. De todas maneras, no podemos aseverar de modo tajante estas cuestiones. Hay distintos tipos de audiencias; no todas son activas en la práctica, lo que no implica que no sean un perfil y que haya también prácticas y producciones comunicacionales para esas audiencias.

En 2015, el 90% de los usuarios activos de facebook accedían a la red a través de dispositivos móviles. Según datos aportados en el Congreso de Comunicación Política en la ciudad de Córdoba en septiembre de 2018, en Argentina hay 40 millones de cuentas Facebook, lo que nos da dos datos básicos, uno que es falso que esta red esté siendo abandonada por Instagram y otro que nos interpela a pensar esta red como un territorio digital donde hay mucha más participación y

acción de lo que se supone a priori. Es decir, un espacio de interacción virtual que tiene en muchos aspectos una lógica territorial, donde los usuarios se relacionan a partir de sus necesidades, perspectivas de vida, políticas, ideológicas y replican en las redes mucho de sus prácticas de sociabilidad. En el mismo Congreso de Comunicación política del que participé en 2018 se planteaba en relación a este concepto, que las páginas de facebook como estrategia comunicacional que no se mantienen activas y no interactúan con sus seguidores se transforman en un bumerang. Del mismo modo que en un barrio o en un espacio social si una persona interpela o pregunta y no se le responde, se va a sentir mal o incómodo; o si entra en un comercio y no se le responde, o si consulta a un medio de comunicación; en el espacio de territorio virtual sucede lo mismo. Es decir pensarlo como marketing o propaganda es un gran error. Las páginas son instancias en estas nuevas formas de “territorialidad”, entendiendo territorio como espacio de interacción, sociabilidad y construcción de subjetividad social.

Estas breves reflexiones introductorias intentan pensar las tecnologías y la comunicación desde una perspectiva de experimentación, indagación y búsqueda de instancias de uso y sociabilidad comunicacional, así como circulación de información desde otra perspectiva a la que le dio origen. Es decir por fuera o al menos por los bordes de los objetivos de las corporaciones económicas y del mercado. El pensamiento negador o apocalíptico nos paraliza. Que es complejo y una empresa a veces agotadora construir otros sentidos en las tecnologías, es casi una obviedad, que esto no implica una mirada inocente sobre los cambios tecnológicos, algo que debemos tener siempre presente al momento de abordar las nuevas formas y estrategias comunicacionales. Pensar que no hay alternativas es cancelar lo humano. Por eso cierro con una interesante reflexión del filósofo Byung Chul Han: “El Big Data es totalmente ciego ante el acontecimiento. No lo estadísticamente probable, sino lo improbable, lo singular, el acontecimiento determinará la historia, el futuro humano. Así pues, el Big Data es ciego ante el futuro”

Capítulo 1

¿Nuevos medios? Reconfiguraciones tecnológicas y nuevas mediaciones

Cuando los escritores latinoamericanos nacidos alrededor de los años 40 toman como tema de sus obras el melodrama, rinden un homenaje a la vida cotidiana de su infancia, donde en las amplias casonas de provincia, tías solteronas, abuelas tejedoras, sirvientas concupiscentes y estudiantes rezagadas, se arracimaban alrededor de chirriantes parlantes de radios que parecían sarcófagos a oír tras el almuerzo piezas sentimentales o macabras. Durante mucho tiempo los autores que habían crecido oyendo los suspiros de amor de las heroínas radiales o los guturales sonidos de una deliciosa garganta bien rebanada por el cuchillo de un destripador, se resistieron a emplear estos elementos en sus ficciones, conscientes de que era un arte hecho con trucos baratos, destinados a halagar el mal gusto de una población con pocas exigencias estéticas. Pero en mi grupo generacional la mirada se bifurca también a estos subproductos, reconociendo en ellos el horizonte concreto en que se vivió. Los narradores y poetas jóvenes asumen con entusiasmo las formas vulgares de arte, ya sea para encontrar en ellas una secreta poesía, o bien para leerlas satíricamente. Así no es extraño encontrar en su literatura frecuentes alusiones a letras de azucarados boleros, venenosos tangos, erudiciones en hazañas de boxeadores, citas de poemas cursis que las pálidas enamoradas con los cachetes iluminados de colorete destacaban poniendo una hoja seca dentro de un libro.

Reina radio soy tu esclavo

Antonio Skármeta

Mientras arrancaba con este trabajo, una tarde intercambié mensajes por WS con una amiga que vive a 100km de la ciudad de Rosario en la provincia de Santa Fé. Hablabamos (si...hablabamos) de un hecho puntual y en un momento mientras comentabamos una noticia ella me dice: "Yo no miro tele, leo algo por internet, pero tengo la radio todo el día encendida, desde que me levanto hasta que me acuesto y a veces escucho por internet las que aca no agarro". La radio, me quedé pensando. Esa que siempre decimos que acompaña e informa, que cada tanto se le

decreta la muerte y sin embargo todo indica que sobrevive a su gran sombra, que fue la TV. La misma TV que en su formato tradicional por aire o cable, está sufriendo cambios y embates por las nuevas formas de lo audiovisual.

Según Jesús Marín Barbero los estudios latinoamericanos ya advertían tres décadas atrás que no se podía reducir la comunicación a lo mediático. En el escenario en permanente movimiento que generan los cambios tecnológicos, las nuevas formas de comunicación colaborativa a través de las redes sociales renuevan y expanden las prácticas comunicacionales. Los prosumidores de los que hoy tanto se habla, no son algo nuevo en realidad, antes (y también ahora) hacían graffitis o publicaban revistas alternativas, radios comunitarias, espacios culturales... hoy se expresan, además, en blogs, páginas de facebook, instagram, etc. Es decir hay una convergencia de mediaciones tecnológicas que son surfedadas por narraciones y relatos que hoy denominamos transmediales como si fueran algo nuevo. Nos arriesgamos a decir que en realidad hay cambios tecnológicos que reconfiguran prácticas comunicacionales que siempre tuvieron articulaciones o atravesamientos.

La radio –que es de lo que nos ocuparemos– como toda práctica comunicacional/cultural/social es temporal y se desenvuelve en un espacio físico y simbólico cambiante. Es decir presenta continuidades y rupturas producto de los cambios políticos, sociales, culturales, tecnológicos y sus modos enunciativos son emergentes de lo que Raymond Williams denomina *estructuras de sentimiento*.

Williams plantea que en general las descripciones y los análisis de la cultura y la sociedad se hacen en tiempo pasado. Por lo cual define que si lo social es siempre pasado, en el sentido de que siempre está formado, hay que hallar otros términos para la experiencia presente. Porque si lo social es lo fijo, todo lo que es movimiento, cambio, se lo reduce al plano de lo individual o subjetivo, desconociendo el entramado constitutivo del discurso social, complejo, variable, que se suele manifestar por los bordes y sin embargo hace a lo social y a la cultura vivida de una época.

Williams dice que existen las experiencias para las cuales las formas fijas no dicen nada en

absoluto y que ni siquiera reconocen. “la conciencia práctica es casi siempre diferente de la conciencia oficial; y esta no es solamente una cuestión de libertad y control relativos, ya que la conciencia práctica es lo que verdaderamente se está viviendo, y no solo lo que se piensa que se está viviendo”(Williams, R: 2014) estas experiencias son un tipo de sentimiento y pensamiento efectivamente social y material, dice Williams aunque estén en fase embrionaria, por lo cual establecen con lo que ya está articulados y definido, relaciones complejas. Y plantea que son asumidas como experiencia social, antes que experiencia personal, o como el “pequeño cambio” superficial o incidental de la sociedad. Estos cambios sociales los define como las *estructuras de sentimiento* que las diferencia de concepción del mundo o ideología. Se trata de significados y valores tal y como son vividos y sentidos activamente, junto a las relaciones entre ellos. No es el sentimiento contra el pensamiento, dice Williams, sino el pensamiento tal como es sentido. Se trata de una estructura social en proceso, y que a veces no es reconocida verdaderamente como social, sino como particular.

Planteado así, Williams dice que una estructura de sentimiento es una hipótesis cultural derivada de los intentos por comprender sus elementos, sus conexiones en una generación o un período. Entonces pueden ser definidas como experiencias sociales en solución a diferencia de otras son experiencias sociales ya precipitadas evidenciables y asequibles. “Es una formación estructurada , que debido a hallarse en el mismo borde de la eficacia semántica, presenta muchas de las características de una pre formación, hasta que las articulaciones específicas –nuevas figuras semánticas – son descubiertas en la práctica material: con frecuencia, como suele ocurrir, de manera aislada que solo más tarde parecen componer una una generación significativa”(Williams R: 2014)

Ahora bien, ¿Cómo se producen esos cambios en los modos de producción, en la enunciación, en los ritmos y las estrategias en la comunicación radiofónica? Los proceso de cambio suelen ser subterráneos, poco visibles y cuando cristalizan se viven como naturales o repentinos, como si no hubiera una historia en su gestación. La radio es dinámica, lleva el pulso de la cotidianidad por un lado y el de los cambios sociales y culturales por otro. Por esto, si bien hay

herramientas básicas de la producción y la comunicación radiofónica que de alguna manera exceden lo temporal o histórico, las prácticas sociales las re significan y deben ser puestas en discusión y revisadas.

Los cambios tecnológicos producidos en las últimas décadas no solo han generado modificaciones profundas en los procesos comunicacionales sino fundamentalmente en los modos de encuentro y en la vincularidad. Es decir, profundos cambios sociales y culturales. En el campo de la comunicación, el alcance es cada vez mayor y la capacitación relacionada a la comunicación radiofónica ha sufrido notorios cambios en todos sus aspectos, desde los modos de producción a los modos de circulación, escucha y re apropiación. Las mutaciones tecnológicas implican modos de apropiación diversos y distintos a los tradicionales y exigen otras herramientas, o al menos sumar nuevas herramientas y perspectivas de trabajo. La digitalización es una realidad, y con ella todo el universo comunicacional ha ido modificándose. Las narrativas transmedia y los prosumidores como nuevas audiencias son dos aspectos claves al momento de re pensar las estrategias comunicacionales radiales y las competencias necesarias para su práctica.

En este recorrido buscaremos dar cuenta, además de las permanencias desde una perspectiva más compleja por el atravesamiento mediático de la cultura, de esos cambios tecnológicos y nuevos alcances de la comunicación radiofónica: La digitalización, los pod cast, el hipertexto sonoro, las prácticas transmedia, las instalaciones sonoras, etc. Es necesario volver a pensar en los comunicadores al trasluz de estas transformaciones que han modificado sustancialmente las condiciones materiales de formación y producción, al punto que no sólo es posible pensar en otros horizontes de expectativas e imaginar nuevos proyectos, sino también de disponer de las herramientas y los recursos para realizarlos, lo cual implica re pensar las dinámicas de formación y capacitación tanto teóricas conceptuales como prácticas desde una doble mirada: la permanencia y los cambios, lo estructural y las resignificaciones.

Aún así la perspectiva comunicacional debe estar por sobre la mirada tecnológica. Es decir, el eje rector de las prácticas en el marco de las llamadas nuevas tecnologías debe ser la mirada

desde la comunicación y no la perspectiva política cultural de las tecnologías. Esto que parece un juego de palabras, no lo es, ya que según donde pongamos el acento (la tecnología o la comunicación social) implicará perspectivas totalmente distintas y por lo tanto producciones distintas. Una mirada es inclusiva, de respeto a la diversidad y social y la otra es la tecnología como rectora y modeladora de los procesos sociales y culturales. Teniendo en cuenta que los cambios tecnológicos no son producto de un desarrollo del conocimiento en abstracto, sino en el marco del capitalismo y sus objetivos de mercado, consideramos que debemos comprender la re apropiación de esas tecnologías desde otras miradas posibles. De ahí la importancia que en el uso de las tecnologías la mirada sea desde la comunicación social. Lo que nos posiciona en entenderlas como una mediación que va produciendo reconfiguraciones permanentemente.

Pensar el lenguaje sonoro y los relatos que construye en el marco de las narrativas transmedia requiere un desafío de abordaje múltiple. Pensar las tecnologías que pautan nuevas formas narrativas en sus contextos sociales, culturales y de posibilidad. Es decir además de producir discursos sonoros en estas nuevas narrativas o podríamos decir reconfiguración tecnológica donde se re semantizan prácticas, revisar los anclajes territoriales, culturales, socioeconómicos, etc. Y los usos de la tecnología que se realizan, o los modos de re apropiación de los distintos sectores de la sociedad y la comunidad. Y volvemos al postulado anterior. El vector o lo que defina las prácticas narrativas debe estar centrado en la cultura y no en las tecnologías y las prácticas que impone sin mediación de la diversidad. Los modos enunciativos deben ser la impronta que pauten estas nuevas narrativas más allá del soporte tecnológico. Esto implica recuperar el concepto de mediación. Donde la comunicación no es un hecho tecnológico sino cultural y social. Donde la tecnología ocupa ese lugar de mediación.

¡La radio ha muerto! ¡Viva la radio!

Carlos Escolari, en *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva* (2008), le dedica un apartado especial a supuestas “verdades” naturalizadas sobre la “potencia de la web por sobre los otros medios”, el relato digital -dice- que nos alimenta

desde los años 90 “está plagado de zonceras o mitos, como prefiera el lector llamar a estas construcciones ideológicas. Se trata de frases o ideas que viajan por la red a la velocidad de la luz; que aparecen citadas en libros o *papers* o artículos periodísticos y que se reproducen bajo forma de memes. Estamos hablando de ideas virales sumamente contagiosas”. Escolari elige aquella que dice que internet se ha difundido más rápido que otros medios de comunicación. “A la radio le costó treinta y ocho años alcanzar 50 millones de oyentes...en solo cuatro años internet ha alcanzado 50 millones de navegantes” Escolari dice que es una simplificación ya que para manejar los números primero hay que tener en cuenta que las cifras deben pasar el tamiz por el cual no es lo mismo alcanzar 50 o 100 millones de usuarios en los años treinta o cincuenta en el marco de la cantidad poblacional de esa época. Y concluye a partir de los datos analizados que en EE.UU, “En veinte años la radio alcanzó al 75% de la población de los Estados Unidos, mientras que la TV en el mismo lapso se difundió entre el 84% de los estadounidenses. Internet por su parte entre 1989 – 2005 llegó aproximadamente al 68% de los habitantes. En conclusión: *los índices de adopción de la radio y la televisión, considerando la población total del país en cada momento histórico, han sido superiores al de internet*”. Y agrega que el error incluso que baja el porcentual de la radio en relación a la TV se debe buscar en que los estudios confunden la cantidad de aparatos receptores con la de usuarios. Recordemos que en sus inicios la radio se caracterizó por la escucha colectiva, ya que no en todas las casa había aparatos de radio.

Esta breve mención a la radio y su defunción tantas veces decretada nos habla de la necesidad de complejizar las perspectivas sobre los cambios tecnológicos y su impacto en los marcos sociales, territoriales y culturales como decíamos antes. La radio, es ese mundo sonoro que nos acompaña desde muy chicos, en la ciudad, en el campo, en el barrio, en el auto, en el campamento, en la playa, en el monte, en el trabajo...en todas partes. Quien no tiene una anécdota. Las tardes de invierno tomando mate o un café. En la madrugada cuando en la soledad los fantasmas nos rodean, o cuando tratamos de estudiar, en el taller, haciendo la limpieza de la casa, en el colectivo yendo a trabajar, escuchando el partido los domingos, desde los lugares más remotos

esa voz que nos acompaña, allí donde no llega nada...y ahora en forma digital... Sigamos haciendo radio, sigamos escuchando radio. ¡La radio ha muerto, viva la radio!

Producir para un escenario en transito

Según datos del Interactive Advertising Bureau de Argentina (IAB), entidad que agrupa a las principales empresas de Internet y de publicidad interactiva, el involucramiento de la audiencia argentina en Internet es el mayor de América Latina, considerando que el promedio de uso de Internet en el país, supera en 4 horas el promedio mundial. Argentina lidera en la región, con un promedio mensual de 27,4 horas por visitante, y luego se ubican Brasil, con 25,4 horas, y México con 25,1 horas, también superando el promedio mundial de 23,1 horas al mes por visitante.

Argentina cuenta con 40 millones de cuentas de Facebook...Al compararse con otros mercados mundiales, el promedio de los usuarios de Argentina es el segundo más alto en cuanto a tiempo consumido en Facebook.com y es el 5º mercado de Facebook.com por alcance, con un 89,2% de la población web. En tanto es el 7º mercado de Twitter por alcance, con una penetración del 18% de la población web.

EN relación a la categoría noticias e información online tiene la audiencia más fuerte de Latinoamérica. El alcance del 71% en nuestro país y supera ampliamente el promedio mundial para la categoría.

Sin embargo todos estos hay que analizarlos en contexto. Por un lado es muy llamativo el lugar que ocupamos en el contexto global y requeriría análisis profundos sobre la lógica de ser consumidores de una tecnología diseñada, pensada en términos ideológicos e irradiadas desde los centros económicos del poder, y como esto impacta en las construcciones subjetivas culturales. Lo cual también abre el debate – que en mundo central ya se está dando- sobre marcos regulatorios. Es decir, lo que los Estados no regulan lo regula el Mercado desde su lógica...

Según datos del INDEC, en el cuarto trimestre de 2018, se registraron 7.462.305 accesos a internet fijos. Esto significó 1,9% de aumento respecto al cuarto trimestre de 2017. Por otro lado, los accesos fijos residenciales crecieron 2,3%, alcanzaron los 6.916.958, y los accesos fijos de

organizaciones sumaron 545.347, con una caída de 3,4%.

En cuanto a los accesos a internet móviles, en el trimestre bajo análisis, se contabilizaron 31.205.771 accesos, lo que implicó una caída de 0,6% respecto al mismo trimestre del año anterior. Los accesos móviles residenciales cayeron 1,3% y alcanzaron los 27.859.651; los correspondientes a organizaciones sumaron 3.346.120 y acumularon un alza de 5,2%.

Aún así, Según los datos relevados el 30% de los argentinos no tiene acceso a internet y el 40% que lo tiene no sabe cómo usar la red. Además, en el 70% del territorio, donde vive el 30% de los argentinos, no hay acceso a internet o el acceso es de mala calidad. Y para sumar complejidad, Argentina es el tercer mercado móvil más grande de América Latina, con 62 millones de conexiones móviles

Esta breve mención a algunos datos, nos habla más de un proceso que de una realidad. Es decir; si bien la tecnologización y la práctica y sociabilidad virtual es una realidad palpable, dista mucho de lo que a priori se podría pensar. Esto nos obliga a ser cauteloso al momento de pensar los procesos de producción y realización radiofónica en el marco de las narrativas transmedia. En nuestro país es una hecho, pero en proceso de realización, en transición. Aún conviven y creo que por un largo tiempo, distintas lógicas a las que hay que atender para no caer en lecturas erradas del proceso de digitalización de los medios, es decir tapar un agujero y abrir otro

Según datos del CIP -Centro de Informaciones en publicidad- de un informe de 2017 el 70% de la población escucha radio y el 62% usa el aparato transmisor tradicional. Además, el promedio diario de escucha llega a tres horas y cuarto. No obstante, entre 2013 y 2017 disminuyó 17 puntos porcentuales la proporción de oyentes de radio. Este hecho se explica, fundamentalmente, por la muy significativa caída de la escucha entre los jóvenes de 12 a 17 (pasó del 73% al 39%), que constituyen el grupo que menos escucha radio. En cambio, a partir de los 18 años el consumo radial comienza a crecer de manera proporcional a la edad.

El portal totalmedios.Com en una breve radiografía sobre los medios en Argentina, cita un informe de Kantar IBOPE Media que arroja como dato central que la radio es un medio con mucha

tradición y popularidad entre los argentinos. El 62% la escucha en el hogar, el consumo ya es multiplataforma.

Los datos arrojan como lugares de escucha: Hogar 62%, Trabajo 33%, Auto 60%, Transporte Público 34%, Remise o Taxi 31%, Lugar público 25%, Casa de amigos o familiares 25%.

A esto se suma ahora la multiplataforma: Teléfono celular 33%, Internet (PC/Notebook) 21%, Internet en Smartphone 19%, Canal de TV Paga 11%, MP3/MP4/Ipod 8%.

La compañía es lo más valorado como dato sobresaliente del medio radial. Según la medición de Kantar IBOPE Media Argentina, la radio tiene un importante alcance (Reach%): un 79% de Reach semanal en Buenos Aires, un 94% de Reach semanal en Córdoba y un 81% de Reach semanal en Mendoza. Entre las valoraciones más significativas se destacan: 30% "porque me entretiene" 28% "porque quiero informarme", 25% "como compañía" y 17% "para distraerme". Entre los contenidos preferidos por los oyentes de radio se destacan los programas que pasan música y los programas de opinión y noticias. Dentro de los programas que pasan música, todos los géneros están en la preferencia de las audiencias. En cuanto a los contenidos se ponderan las noticias nacionales y locales, programas de interacción, noticias policiales, servicios como estados del tiempo, tránsito, deportes, política y fútbol.

Los servicios utilizados más frecuentemente por los usuarios son las búsquedas online (97%), las redes sociales (91%) y el correo electrónico (74%). Según estos datos, podemos decir que actualmente es factible llegar a través de las búsquedas de Internet a aproximadamente 29,5 millones de personas dentro de Argentina, lo que equivale a más del 70% de la población del país.

El formato audio está viviendo una gran transformación a partir de los servicios de streaming de música. Los podcasts, las aplicaciones y los audiolibros que suman fuerzas a la radio y a los aplicativos conectados a la TV. A modo de ejemplo, el Grupo Español Prisa, está adoptando el audio digital en sus estrategias de negocios, editor del diario El País, controla empresas ligadas al sector en América Latina, como Caracol Radio, en Colombia, y la W Radio, en México. Actualmente, tiene 36 millones de oyentes en línea mensuales en el mundo y el 70% accede a través

de dispositivos móviles. En este marco una de las grandes apuestas son los podcasts, y proyectos como Hertz, que busca en sociedad con Google, una estrategia para que el audio sea más simple de ser identificado en los sistemas de búsqueda. Es en España donde las radios digitales transmedia están creciendo con experiencias sumamente interesantes para observar.

Radionautas: Pinta tu aldea y pintarás el mundo

Si obviamos la imagen, sin duda el sonido y la oralidad en la comunicación nos modifican no solo en el plano de las ideas. Situémonos ahora en distintos ambientes sonoros. El crujir de una puerta si estamos solos en medio del silencio de la noche. La música que suena en un comercio y nos remite a otro momento, el chirrido de unas llantas y su frenada, todos nos detenemos a esperar el impacto. Los sonidos modifican nuestro estado de ánimo, nuestro cotidiano, pueden hacer que pasemos de la euforia a la melancolía. Teníamos un día tranquilo y de repente una melodía que nos remite a otro momento no hunde en la melancolía. Algunos sonidos son tan únicos que una vez que uno los oye jamás podrá olvidarlos: el aullido de un lobo, una locomotora, el disparo de un arma, la música que sonaba en nuestros primeros bailes.

Pensemos un día de nuestras vidas y musicalicémoslo. La variedad de ritmos, colores, sabores y tonos da cuenta de ese cotidiano. Entonces hay un escenario sonoro que nos trasciende y que no controlamos. De ahí la fascinación que produce la música, las melodías, los estados de ánimo a los que nos remiten determinados sonidos.

CODIGO QR a Páginas de SONODOC sonido de Canarias, de Chile etc

Decía el escritor Chileno Antonio Skarmeta: “ En 1962, se jugó el Mundial de Fútbol en Chile y el país fue invadido por la televisión. Los fantásticos locutores radiales que hacían del más aburrido partido de fútbol una contienda mítica quedaron al desnudo. Otra lección en mi vida. La radio era el dominio de la fantasía, la televisión apenas llegaba hasta los umbrales de la realidad. Mirando las desoladas imágenes en la pantalla, propuse a los chicos del barrio sacarle el volumen de la tele y poner la narración del partido de Serio Silba y Darío Verdugo, dos locutores radiales, que lo que no veían con los ojos lo veían con la lengua. No sé qué dicen los expertos. Pero ése fue

el Campeonato Mundial de Fútbol más excitante jamás disputado.”¹

También Cortazar dijo lo suyo sobre la radio “Una noche me toco involuntariamente dejar estupefacta a una señora que me preguntaba cuales eran los grandes momentos del SXX que me había tocado vivir. Sin pensar, como siempre que voy a decir algo que está realmente muy bien, contesté: “Señora, a mi me tocó asistir al nacimiento de la radio y a la muerte del box”. La señora, que usaba sombrero, pasó inmediatamente a hablar de Holderlin.(...) La radio naciente y el box al borde del ocaso habían convergido dramáticamente en mi vida. En 1923 los argentinos escuchamos en transmisión casi directa desde el Polo Grounds de NY, el relato del combate en que Jack Dempsey retuvo el campeonato mundial de peso pesado al poner fuera de combate a Luis Ángel Firpo en el segundo round. Yo tenía 9 años, vivía en el pueblo de Banfield, y mi familia era la única del barrio que lucía una radio caracterizada por una antena exterior realmente inmensa, cuyo cable remataba en un receptor de tamaño de una cajita de cigarros pero en el que sobresalían brillantemente la piedra de galena, y mi tío, encargado de ponerse los auriculares para sintonizar con gran trabajo la emisora bonaerense que retransmitía la pelea.”²

Decíamos el mágico mundo sonoro de la radio. Construir situaciones sonoras que nadie sabe si existen o no, pero eso poco o nada importa. Se trata de crear realidades sonantes que nos remiten a otro tiempo, nos indignan o nos emocionan, o simplemente nos acompañan. Realidades sonantes productoras de otras subjetividades que nos constituyen como sujetos individuales y colectivos.

“En la educación musical se hace referencia generalmente al paisaje sonoro para explicar cómo éste influye sobre la producción musical, o sea cómo la música no es algo que está fuera de la realidad cotidiana, sino que recibe necesariamente estímulos de ella, tanto en las sonoridades como en las formas. Es común el ejemplo de cómo el ambiente acústico de las ciudades, la ritmicidad de la cadena de montaje, el muro de sonido de una calle muy transitada, constituyen elementos que están en la base del desarrollo del jazz y del rock. Pero la audición del paisaje sonoro puede

1 Reina Radio Soy tu esclavo – Revista Nueva Sociedad

2 Julio Cortazar, La vuelta al día en 80 mundos

inspirar otros tipos de intervención. La referencia más notoria y quizás incluso la más importante es la que conduce a Murray Schafer. Muy sintéticamente, su posición puede resumirse en una sola frase: el mundo entero es una gran composición de la que nosotros somos, al mismo tiempo, compositores, intérpretes y escuchas”.³

Desde esta perspectiva podemos intentar hacer agradable nuestra cotidianeidad, es decir, tomarla como base de procesos de creación y como base sonora para producir sentido según el contexto en el que hago radio. Es decir, lo que puede percibirse como “ruido” del cotidiano o de la calle estructurarlo con criterios estéticos y comunicacionales para producir sentido.

¿De qué modo podemos hacerlo? Primero tenemos que aprender a ejercitar el oído. Comencemos con ejercicios que desarrollen la atención hacia los elementos sonoros del mundo que nos rodea. Es un lugar común el hecho que hoy, quien vive en ciudades, oye mucho pero escucha poco, principalmente porque la presencia en nuestras ciudades de máquinas eléctricas y motores capaces de funcionar continua e indefinidamente crea un ruido de fondo de volumen elevado y cualquier señal, para superar ese umbral, debe ser emitida a una intensidad muy alta. Así, las señales acústicas son inevitablemente invasivas y molestas, una neumática sobre el pavimento o la sirena de los bomberos. Podríamos decir que en las grandes ciudades hemos perdido la capacidad de escuchar, material y simbólicamente...

“Recordemos la distinción, formulada por Schafer, entre paisaje sonoro hi-fi (de alta fidelidad) y low-fi (de baja fidelidad). Una característica del ambiente hi-fi, por ejemplo el rural, es la de presentar una espacialidad marcada. En ese ambiente logramos oír sonidos muy distantes de nosotros, a pesar de la presencia de otros en un primer plano. Cada sonido es claramente distinguible, porque cada evento acústico sigue un ciclo propio de sonido / silencio (a cada emisión

³ Francesco Michi **Musica e suoni dell'ambiente** A cura di: Albert Mayr Bologna. CLUEB, 2001 Traducción: Leonardo Croatto

sonora sigue una pausa). Se puede decir, por lo tanto, que cada sonido posee una ritmicidad propia. Otra característica del paisaje de alta fidelidad es la de estar compuesto en gran parte por sonidos de baja intensidad. De modo contrario, el paisaje sonoro de una calle ciudadana muy transitada se distingue por un sonido continuo y constante. En tales condiciones es imposible llegar a percibir sonidos provenientes de cierta distancia. El pasaje de los automóviles crea un flujo indistinguible e ininterrumpido de ruido. Este tipo de paisaje sonoro es el que Schafer define como low-fi. ⁴

Les propongo sentarse en una plaza si viven en una ciudad medianamente grande o grande y hacer el ejercicio de cerrar los ojos y comenzar a percibir la diversidad de sonido, desmontar el collage sonoro que se produce y que crea un sentido: el sonido de la ciudad. Veremos los matices y los detalles y podremos desde allí construir sentidos sonoros estéticos que “hablen” de nuestra ciudad. Un colega me contaba hace un tiempo una experiencia que se hizo en Colombia. En un barrio en un taller de radio con jóvenes se le pidió que grabador en mano salieran a captar como “sonaba” el barrio. A partir de allí, captando sonidos se construyó la identidad sonora barrial. Por ejemplo, en términos musicales se pensó en género, ritmos, estilos, ¿sonaba pop el barrio? O ¿Tal vez a son? O quizás era más heavy? Un demo de la FM 2x4 Tango de la ciudad de Buenos Aires hace varios años proponía llegar a todo tipo de audiencias con el tango y sugería: te gusta el heavy mientras sonaba un bandoneón potente, o quizás el rap y tita Merello fraseaba, para los que les gustaba el blues sonaba Goyeneche y así pasando por diversos géneros. Nombraba a la ciudad, Buenos Aires, su identidad Histórica, el tango, y su diversidad cultural, los distintos géneros y públicos, atravesados por el tango como identidad porteña.

Hola...Hay alguien ahí...?

Oír, dice Roland Barthes, es un fenómeno fisiológico, escuchar una acción psicológica y distingue tres tipos de escucha una primaria que define como de alerta donde el hombre y el animal no se diferencian, otra la define de desciframiento, donde se interpretan signos y esta es específicamente del hombre. La tercera no se interesa por determinado signos “no se interesa en lo

4 **Francesco Michi Musica e suoni dell'ambiente** A cura di: Albert Mayr Bologna. CLUEB, 2001 Traducción: Leonardo Croatto

que se dice o emite, sino en quien habla, en quien emite; se supone que tiene lugar en un espacio intersubjetivo, en el que yo escucho también quiere decir escúchame; lo que por ella es captado para ser transformado e indefinidamente re lanzado en el juego”⁵

Para Barthes la apropiación del espacio para el hombre, al igual que para los animales, es sonora, es el espacio de los ruidos familiares, reconocibles que forman una “sinfonía doméstica”. La escucha dice Barthes se realiza sobre ese fondo auditivo pero cuando hay una invasión del fondo auditivo, que denomina polución, se produce una alteración insoportable del espacio humano; en la medida en que el hombre exige reconocerse en él: la polución lesiona los sentidos que sirven al ser humano para reconocer su territorio. La polución impide la escucha.

Desde esta perspectiva plantea que la escucha está ligada a la noción de territorio, en términos de lo reconocible o espacio apropiado. Y da un ejemplo interesante, “muchas son las películas de terror cuyo resorte está en la escucha de lo extraño, en la enloquecida espera del ruido irregular que llega y trastorna la comodidad sonora”⁶

De alguna manera sobre ese juego de seguridad acústica e inseguridad es que desarrollamos las prácticas estéticas radiofónicas. En el equilibrio de lo reconocido, del “territorio sonoro” reconocible social y culturalmente y de los “ruidos” que introducimos en esa seguridad acústica, esas interferencias en lo cotidiano, lo esperable. Este juego entre lo reconocible, lo dicho y lo no dicho es el que se entretiene en las producciones de sentido en su dimensión estética, en relación con las audiencias. Lo obvio, lo esperable, lo que ya sabemos puede ser fuente de seguridad pero no de placer. En términos de Barthes “en lo no dicho es donde se aloja el goce, la ternura, la delicadeza, la satisfacción, los más delicados valores de lo imaginario.”⁷ Y es en lo no dicho donde trabaja el sentido y es desde donde nos proponemos trabajar.

Barthes dice que en la escucha o el acto de escucha hay un riesgo, que como en el psicoanálisis implica el reconocimiento del deseo del otro. Pero sostiene que “el reconocimiento del deseo del otro(...) reconocer ese deseo implica meterse en él, perder el equilibrio en él, acabar por

5 Roland Barthes. Lo Obvio y lo Obtuso. Imágenes, gestos y voces. 1986 Edit. Paidós Barcelona

6 Roland Barthes. Lo Obvio y lo Obtuso. Imágenes, gestos y voces. 1986 Edit. Paidós Barcelona

7 Roland Barthes. Lo Obvio y lo Obtuso. Imágenes, gestos y voces. 1986 Edit. Paidós Barcelona

instalarse en él. La escucha no existiría sino a condición de aceptar el riesgo”⁸ y hace una comparación con Ulises y el canto de Sirenas “como Ulises atado a su mástil disfrutar del espectáculo de las sirenas sin correr riesgos, sin aceptar consecuencias...en ese canto real, canto común, secreto, en ese canto simple y cotidiano había algo maravilloso que necesitaban de repente reconocer...en ese canto abismal que, una vez oído, abría un abismo en cada palabra e invitaba con fuerza a desaparecer en él”

Artística y estética en el sonido

Una vez, dando clases una alumna me entrega un trabajo práctico que correspondía a entrevista editada. Entonces esta estudiante me da un Pen Drive para que baje el práctico a la notebook y me dice que hizo una entrevista “vestida”. Yo, muy seria, le dije que tampoco nunca había hecho una entrevista desnuda porque era muy pudorosa. Mi alumna me miró entre sorprendida y horrorizada. Para que no sufriera ese momento le aclaré que era una broma, que la entrevista vestida no existía, que lo que llamaba “entrevista vestida” era en realidad una mirada sobre la estética, la música y la producción muy lineal, es decir. Emisor, canal receptor. Y que nosotros íbamos a trabajar desde la perspectiva de producción de sentido. Que uno no pone música o efectos para adornar, o “vestir” sino para producir un sentido determinado.

¿Qué significa esto? Desde las perspectivas más tradicionales se le llama “entrevista vestida” a una entrevista editada a la que se le agregó música. Pero cuando hablamos de lenguaje radiofónico, que cada elemento articulado con otro (un texto, por ejemplo una entrevista, acompañado por una música o efectos determinados) produce un sentido que de otra manera no lo produciría, es decir que la música que selecciono no debe ser casual o porque me gustó, o para “vestir” la entrevista. Sino porque agrega algo más a lo que estoy diciendo con esa entrevista o ese texto, es decir completa un sentido. Si entrevisto a un corresponsal de guerra, no le voy a poner como música a Ricky Martín cantando Viva la Vida Loca. Es decir pondré algún tema que remita a la temática. Salvo que la elección del tema construya sentido desde el absurdo o el contraste, que puede ser una forma de producir sentido. Otro ejemplo es la iconicidad y como se produce sentido:

8 Roland Barthes. Lo Obvio y lo Obtuso. Imágenes, gestos y voces. 1986 Edit. Paidós Barcelona

dando clases en la universidad, mis alumnos tenían que entregar un editado cuyo eje era una historia de vida. Un grupo había elegido La vida de Eva perón. Para un pasaje en el que querían significar el anclaje popular de Evita, pusieron un tramo de la canción “hasta siempre” porque el tramo de la letra hablaba del pueblo. La observación que les hice fue que la canción Hasta Siempre, es un clásico, ya icono de los homenajes a Ernesto Che Guevara y que por lo tanto al escucharla no iba a remitir a Eva perón y al pueblo sino al Che Guevara. Salvo que en su diseño quisieran significar una cercanía entre dos figuras populares. Es decir, la elección de una melodía o un extracto de una letra de una canción es un tema complejo y delicado al momento de producir sentido.

Mediante la construcción de imágenes sonoras desde la radio, estimulamos al oyente para que tenga una actitud de participación, rompiendo con la linealidad emisor - canal - receptor. Ya que al estimular su sensibilidad tiene que recurrir a elementos de la imaginación, completando la producción de sentido desde su particularidad, sus experiencias, su historia de vida. Esto significa que si bien el mensaje es el mismo, en el proceso de reapropiación, cada uno, desde sus vivencias, su cultura y su realidad social, re significa ese mensaje, es decir le da un sentido propio. De todas maneras, esto no significa que haya tantas resignificaciones como oyentes, ya que las comunidades, los grupos, los barrios como emergentes y constructores de procesos sociales, culturales, políticos e identitarios, resignifican colectivamente, cada uno con su particularidad.

Las Imágenes Sonoras

Las posibilidades que brinda la edición de sonido digital abrieron un nuevo horizonte a la creación estética para radio. Los programas de edición ayudan pero no reemplazan la creatividad. La edición digital nos permite una elaboración más integrada de textos, voces, músicas y silencios. Pero sin la imaginación y la creatividad solo estamos frente a tecnología y herramientas que facilitan el trabajo. Por eso lo fundamental es estimular el trabajo creativo. Como toda nueva tecnología, la edición digital modificó nuestro modo de producir y crear. La posibilidad que brinda un multipistas nos lleva a pensar los diseños con otro tipo de complejidad, y esto modifica nuestra percepción. Seguramente mi creación es distinta si tengo dos tamaños de pinceles, que si tengo diez.

Ni mejor ni peor, distinta. Por ejemplo ya no pienso mis producciones en términos de guión pautando texto, efectos y música, ya que el multipistas es como un lienzo en el que voy a jugar con los sonidos y experimentar hasta lograr el clima o el escenario buscado

La forma es experiencia social solidificada. Por lo cual las formas radiofónicas vienen de las experiencias sociales. Los modos de decir y de oír no son neutros ni surgen por casualidad. Cada época, cada momento histórico tiene sus modos de expresividad, anclados en la cultura y las prácticas sociales propias de cada región, sociedad o comunidad. No hay formas universales.

La radio construye imágenes acústicas. Estas imágenes se constituyen a través del discurso sonoro. En el discurso sonoro se construye una relación de intercambio y negociación de sentidos entre los sujetos. Por esto en las producciones están las marcas de los otros sujetos posibles, los oyentes. Entendemos el discurso sonoro como el flujo portador de significación a través de elementos sonoros capaces de constituir imágenes acústicas. Imágenes que remiten a la constitución del imaginario social de una comunidad determinada en un momento histórico y en una coyuntura particular.

En tanto constructora de imágenes, de escenarios y climas, la producción radiofónica debe tender a la multisensorialidad. El sonido, las imágenes acústicas nos deben remitir hacia el olfato (sonidos que remiten a determinados aromas), al tacto (sonidos que remiten a texturas), al sabor (sonidos que literalmente nos hacen agua la boca). La combinación de los elementos sonoros completan la producción de sentido de un texto: producen un nuevo texto. Esos mismos elementos combinados de otra manera producen otro sentido.

Sonoridad y lenguaje

"Me gusta decir. Diré mejor: me gusta palabrear. Las palabras son para mí cuerpos tocables, sirenas visibles, sensualidades incorporadas. Tal vez porque la sensualidad real no tiene para mí interés de ninguna especie -ni siquiera material o de ensueño-, se me ha transmutado el deseo hacia aquello que crea en mí ritmos verbales, o los escucha de otros. Me estremezco si dicen bien".

Fernando Pessoa – Libro del Desasosiego.

Cuando nos comunicamos lo hacemos a través de un lenguaje. Pero no todos usamos del mismo modo el lenguaje. Si escuchamos hablar a un joven de una ciudad como BS.AS. Vemos que usa las palabras, el ritmo, el tono de un modo. Pasemos ahora a un joven del noroeste o de Córdoba, o de la Patagonia. Y las diferencias son aún mayores si pensamos en jóvenes de Bolivia, Centroamérica, Colombia, Venezuela o cualquier país de habla hispana como en Argentina. También hay que tener en cuenta la edad. Los modos de hablar de un joven no son los mismos que los de un adulto. También incide la condición socioeconómica, el acceso a la educación formal y los bienes culturales....

Entonces, si bien somos parte de una misma cultura y habitamos el mismo país, el modo en que nos expresamos y el tipo de gustos, estética y valores que tenemos, puede variar dentro de una misma sociedad por distintos factores. En el escenario cada uno ocupa un lugar distinto y la perspectiva desde la cual mira la realidad varía según donde se está ubicado.

Vemos que cada uno tiene un modo de distinto de expresarse, con un mismo lenguaje e idioma. Es decir, el uso del idioma y del lenguaje, esta marcado por la cultura, el ámbito geográfico, la situación socioeconómica y la temporalidad: el modo de expresión actual no es el mismo que hace 10, o 20 o 30 años.

Compartimos un idioma, un lenguaje, pero es el uso que hacemos del mismo, lo que nos identifica y lo que construye la comunicación.

Cada lugar, cada cultura, tiene un lenguaje que se modifica con el uso y con el tiempo. Pero también hay distintos lenguajes: el escrito, el corporal, el de los gestos, el de la imagen y el del sonido. Cada uno tiene diferentes modos de construir y expresar los mensajes, es decir sus recursos expresivos.

Entonces, una primera perspectiva de trabajo será pensar no tanto en términos de lenguaje sonoro, sino más bien de recursos expresivos. Es decir todo elemento que produzca algún modo de sonoridad es un recurso expresivo para la comunicación radiofónica.

Roland Barthes hablando de la música cantada, la define como el momento en que una lengua se encuentra con una voz. El grano de voz, lo que provoca el goce en la escucha es “la materialidad del cuerpo hablando su lengua materna”[13] Diferencia dos textos en el canto: el feno canto que refieren a la lengua cantada, las leyes del genero, la representación, la expresión... y por otro lado el geno canto que es el volumen de la voz que canta “[14]el espacio en el que germinan las significaciones desde el interior de su lengua y en su propia materialidad” y es en el geno canto donde pone el acento para explicar lo que nosotros podríamos definir como empatía, es lo vivo, es el grano de la voz. “El grano es el cuerpo en la voz que canta, en la mano que escribe, en el miembro que ejecuta. Si percibo el grano de una música, y si atribuyo a este grano un valor teórico no puedo hacer otra cosa sino rehacer para mí una nueva tabla de evaluación, indudablemente individual, ya que estoy decidido a escuchar mi relación con el cuerpo del que o de la que canta o toca y esta relación es erótica”[15]

No es solo musiquita:

Sin duda la música es una de las maravillas de la que puede ser capaz la creatividad humana. Basta una melodía para llevarnos de un estado emocional a otro, de un espacio a otro, de un tiempo a otro. Nos vuelve niños, nos arrulla, nos serena, nos euforiza, nos angustia, nos hace llorar, nos pone melancólicos, nos eriza la piel, nos aterroriza...y podríamos seguir párrafos y párrafos. Pensemos ahora en ese sinnúmero de sensaciones, estados, espacios físicos o imaginarios, épocas y todos sus matices.

Al momento de realizar una producción sonora, por ejemplo una radionovela, o un documental, o simplemente generar un clima sonoro debemos aprender a trabajar los matices. No es lo mismo melancolía, que tristeza, que angustia o depresión; y sin embargo muchas veces se usa una melodía, un todo o una canción indistintamente. En el matiz está la capacidad expresiva, su potencial para la construcción de climas o espacios sonoros. Pensemos en un aria de Puccini que nos puede producir una sensación de plenitud, con la misma intensidad que una melodía de Rachid Taha. La música es una y nos involucra más allá de los géneros. Entendiendo que los géneros en la

música han sido modos de clasificar desde el mercado, es decir la música en tanto mercancía. Entonces un músico hace folklore, o hace rock, o hace cumbia. ¿Qué pasa cuando la música se desencorseta de los dictados del mercado? Surgen experiencias maravillosas donde los músicos ponen en comunión su sensibilidad creativa más allá de las clasificaciones. En una entrevista que le hice en la radio hace unos años al guitarrista Luis Salinas, decía que durante muchos años todos hablaban de su música, se llenaban los sitios donde tocaba y sin embargo no grababa porque en las discográficas no lo podían encuadrar en un género y le decían que no lo podían “vender”. El músico, compositor y activista social y cultural Carlinhos Brown también plantea como lo hacía Luis Salinas, que la música no tiene encorsetamientos. En una entrevista en la revista Rolling Stone decía : “soy más melodista que percusionista, lo que pasa es que todavía la gente se confunde con respecto a la cultura brasileña: cuando me ve, un negrito, quiere ritmo, y hago carnaval, pero lo mío combina bossa nova, Duke Ellington, Milonga, Bolero, mambo, flamenco, la joven guarda, montones de cosas”⁹ “Nuestro mundo no puede encontrar una fácil conciliación ni parangón técnico lingüístico en relación a las convenciones de una sola notación, de un solo lenguaje, de un solo código como llegó a darse en otras épocas. Nuestro mundo tiene el signo de la ambigüedad, de lo arbitrario, de lo apenas insinuador, de lo aleatorio, lo caótico y contingente vemos que todo esto coexiste y tiene total derecho de ciudadanía artística en el uso de técnicas o códigos usados o desusados, opuestos y contradictorios; en ellos encontramos una constante epocal asentada en la diversidad y la hibridez de sus usos, aciertos e (im) precisiones.”¹⁰

Del mismo modo, al producir piezas sonoras debemos tener el oído atento y abierto a la diversidad. Dicho de otro modo, hay que escuchar todo. Nuestras piezas sonoras no pueden quedar atadas a las convenciones ya que en ese caso las melodías pierden su capacidad para disparar sensaciones y cierran y naturalizan un sentido. Si pongo cumbia es diversión, si pongo bolero es romance, si pongo tango es melancolía. ¿Por qué una cumbia no puede generar melancolía? ¿O un

9 Rolling Stone N° 139. Octubre 2009

10 David de los Reyes: Gillio Dorfler y la Música [Revistas](#) › [Estética](#) › [Estética - N° 006](#) Venezuela

bolero ambientar una escena de suspenso? Tenemos que escuchar con los oídos “abiertos”.

Si bien una melodía puede evocar en varias personas situaciones o emociones distintas, hay aspectos de lo cultural, lo social y lo territorial que nos permiten producir sentidos colectivos más allá de lo netamente individual. De todas maneras al momento de trabajar la música en climas o piezas sonoras debemos tener muy en claro a quienes nos estamos dirigiendo. Un tema de Pink Floyd en una audiencia de 40 a 50 años quizás provoque nostalgia, mientras que en jóvenes de 20 años solo sea una melodía que produce tristeza, o alegría. Del mismo modo si pensamos en la cumbia en la Argentina, según el espacio cultural o social en que estemos el sentido es distinto. Porque por ejemplo no es lo mismo el rito del baile en un espacio de clase alta que en sectores pobres o periféricos. El ritual del baile puede significar cosas muy diversas según donde nos situemos social y culturalmente. Si a esto le agregamos lo territorial el abanico se abre más aún. No es lo mismo la cumbia bonaerense que la cumbia santafesina. No lo es tampoco la cumbia santafesina y el vallenato colombiano. No solo en sus cadencias, sino en el sentido que tiene en cada espacio y en el imaginario que construyen. No es lo mismo Los Palmeras en un baile en un club de barrio que Los Palmeras sonando desde un equipo de sonido en una fiesta de los sectores sociales altos. Como no es la misma la impronta de los cuerpos en cada espacio siguiendo la cadencia de los ritmos.

Por esto mismo es que la música y sus matices pueden construir mundos diversos y hay que ser muy cuidadosos porque podemos generar situaciones totalmente distintas a las buscadas si no tenemos en cuenta estas y muchas variantes más. Un tema en el contexto de un programa o de una emisora puede sonar bizarro y en otro contexto resultar sumamente agradable. Porque en definitiva las nociones de bizarro, bello, feo, agradables, delicado o violento son construcciones sociales y culturales. Si a esto le sumamos las lógicas del mercado que construyen audiencias, gustos, valores y estéticas, el panorama se torna más complicado aún.

Hay melodías que tienen una impronta tan fuerte que son imposibles de “manipular” Si pensamos en el flamenco en general y si tomamos esas voces desgarradas, esos lamentos que

podrían ser usados para determinados climas de dolor, cometeríamos posiblemente un error porque la impronta cultural y territorial es tan fuerte que al escucharlo más que remitirme a un clima de dolor me remite directamente a España. Es imposible separarla de su territorialidad. Lo mismo sucede con determinadas canciones.

Otro aspecto tiene que ver con el idioma. En muchas canciones el idioma como tal produce sentido desde su “sonoridad” o cadencia y no desde la textualidad. Pensemos en Edit Piaf cantando *La vie en rose*, la sensación que produce excede lo textual, o un fado Portugués cantado por Amalia Rodríguez o la actual Misia. También en esto juegan las tonalidades de las voces que producen sentido por si solas, volvemos al caso de Edit Piaf. Sumemos ahora a Tom Waits con su voz quebrada. A Paco Ibañez cantando en idioma vasco. Entonces los aspectos a tener en cuenta exceden las clasificaciones tradicionales o de consumo al momento de buscar producir sentidos a través de las melodías. “Ello tiene lugar cuando abordamos en una pieza radiofónica fragmentos textuales en lenguas desconocidas las cuales, como apuntaba el compositor y artista radiofónico Luc Ferrari, pasan a ser percibidas como contenidos musicales; o, dicho de otro modo, son valoradas por la calidad musical de sus fonemas constituyentes, dado que a ellos se desplaza una atención que previamente ha sido rechazada de una posible "escucha semántica", por emplear la terminología de Pierre Schaeffer. Esa voz puede también perder sus cualidades semánticas -nos referimos a la virtualidad de la voz como "portadora" de lenguaje verbal- en base a transformaciones realizadas con equipos electrónicos, o bien formar parte de una tupida polifonía en la que convive con secuencias sonoras de diversa procedencia”¹¹

Otro tema son los instrumentos musicales y sus capacidades. En esto también juegan algunas lógicas de las clasificaciones de mercado. La guitarra eléctrica es para el rock, el bombo para el folklore, el bandoneón para el tango. Sin embargo si hacemos abstracción de estas clasificaciones vamos a abordar la música desde otro lugar, desde que generan determinado instrumentos en determinados contextos sonoros. No es lo mismo la percusión en el rock, que en la

11 Iges José. Hacia una sistematización del lenguaje radiofónico desde otros lenguajes de referencia.
<http://www.uclm.es/ARTESONORO/oloboiges.html>

música afrocubana o del Magreb. La guitarra flamenca y la guitarra en el folklore. Las cuerdas pueden producir efectos diversos. En definitiva volvemos a deconstruir las clasificaciones con las que hemos “educado” nuestro oído, ya sea por programaciones sociales, culturales, familiares y/o reforzadas por las lógicas de las “bateas de las casa de discos”. Anteriormente hacíamos referencia al demo de una FM de tango en la Argentina que se promocionaba de un modo muy interesante. Se plantea como una radio de tango pero abierta a los distintos gustos entonces interpela al oyente diciéndole que si le gusta el rap tiene a Tita Merello, si le gusta el blues al Polaco Goyeneche, El heavy lo acompaña con sonido de bandoneón de propuestas fuerte y experimentales y así va recorriendo los distintos estilos.

Tenemos que aprender a escuchar las melodías con oídos de productores, atendiendo a determinadas convenciones en la producción de sentido, pero abiertos a crear transgrediendo algunos límites que nos permitan salir de “lo esperable”. Una melodía despojada, con un buen trabajo de los silencios puede construir un clima más inquietante que la clásica música de terror sobrecargada y con aullidos. Una melodía que permite completar sentido al oyente es más profunda y atrapante que aquella que tiene su sentido naturalizado y cerrado. No articula previsibilidad y sorpresa, no da margen para que el oyente juegue con su imaginario, sus sensaciones. Doy un sentido totalmente cerrado.

La música como banda de sonido de nuestras vidas, es diversa, contradictoria y abierta a todos los matices, ¿entonces porque limitarnos a tres o cuatro colores si las escalas son infinitas?

Cuando se realiza la banda sonora de una película, generalmente se la construye en función del film, es decir no se recurre a temas musicales o melodías ya existentes, salvo que, como sucede con Tarantino en algunos films o con Almodovar, se busca producir un sentido desde la iconicidad de este tema musical. Por esto una sugerencia para la construcción de climas y escenarios sonoros en radio es recurrir a la música de tipo experimental o de muy baja o casi nula difusión comercial. Salvo que estemos necesitando de la iconicidad de un tema por su letra, lo que significó generacionalmente o territorialmente.

Capítulo 2

De lo local a lo global, la radio, internet y la configuración de audiencias deslocalizadas.

Circulación y escucha: no soy de aquí ni soy de allá

A partir del desarrollo de internet y la posibilidad de la transmisión digital, la radio adquiere un nuevo tipo de expansión en su cobertura internacional que ya tenía con las ondas cortas o la transmisión satelital pero que se limitaba a organismos públicos en general y su alcance era muy limitado. Este nuevo alcance con prácticamente costos mínimos, permite a radios locales, pequeñas y no solo las grandes radio comerciales, la llegada a audiencias a escala global. Sin embargo esta capacidad de atravesar fronteras físicas, sociales y culturales, implica nuevos desafíos en todos los ordenes y la necesidad de re pensar la comunicación radiofónica.

Este alcance global reconfigura audiencias y los vínculos que se construyen e impone re definir objetivos, estrategias y los modos comunicativos en tanto discursos localizados y emergentes de culturas, sociedades y territorios definidos. Esta expansión nos conecta no solo con migrantes (por elección, por trabajo o forzados) que a través de las emisoras digitales mantienen sus lazos identitarios con sus países de origen, pero también con nuevas audiencias producto de las posibilidades tecnológicas. Quizas sea en un principio de un alcance más de tipo local (dentro del territorio de un país entre sus regiones, o países limítrofes) pero con un desarrollo posible que no se puede medir o diferenciar, en principio. Aún así, la circulación de contenidos y discursos se enfrenta al desafío de, por un lado mantener una identidad local, pero por otro que tenga un atractivo global.

La Radio es mucho más que un hecho tecnológico es ante todo un hecho cultural, decíamos. En este sentido, de ser medio de transmisión deviene espacio de compleja interacción entre quienes producen los mensajes articulando con sus audiencias y produciendo nuevos discursos que circulan permanentemente entre audiencias y productores radiofónicos. Es decir en una comunidad y un ámbito social determinado.

La radio entonces, se convierte en uno de los espacios claves por el lugar que ocupa en la producción y circulación de significados, representaciones y valores es decir en la constitución del

imaginario, mediante el cual una comunidad designa su identidad, sus aspiraciones y las líneas generales de su organización

No todos decimos de la misma manera y no todo oímos con los mismos códigos. Abrir los micrófonos implica dar cuenta de la diversidad de relatos y discursos que circulan en la sociedad, en una comunidad determinada. Discursos y estéticas diversas que como en un collage construye un todo armónico, con rupturas y cambios de texturas sonoras, de colores sonoros pero que en definitiva hacen a una totalidad.

Discurso e identidad. Posibilidades y límites

Cada época tiene sus paradigmas, sus formas de nombrar la realidad y de conceptualizar los procesos sociales y culturales. Yendo de lo macro a lo micro, la radio también construye sus conceptualizaciones y sus parámetros según los momentos históricos. Ritmo, dinámica, artística, modos de informar, sonido expresan más de lo que dicen. Marcan el pulso de época. Hay sonidos que atrasan porque no logran percibir el código de la temporalidad en la que están produciendo.

Hay límites históricos de lo decible y lo pensable. Así se constituye el discurso social de una época. Pensar y analizar el discurso social es describir y explicar lo que se dice, se escribe, si fija en imágenes y artefactos en una sociedad en un momento dado. Por esto pensar los discursos sociales es abordar los discursos como hechos sociales y a partir de allí, como hechos históricos, que funcionan independientemente de los usos individuales, que existen fuera o más allá de las conciencias individuales. Sin embargo, aunque aislados de sus manifestaciones individuales, no son reducibles a lo colectivo linealmente. Dice Bajtin que todo discurso descubre siempre el objeto de su orientación como algo ya especificado, cuestionado, evaluado, ensombrecido o esclarecido por palabras ajenas a su propósito, es decir envuelto, penetrado por las ideas generales, las perspectivas, apreciaciones y las definiciones de otros.

Hay un conjunto de esquemas persuasivos que han sido aceptados en alguna parte y en algún momento dado en una determinada comunidad como convincentes, mientras que al mismo tiempo otros han sido desechados.

“Una idea siempre es histórica: no se puede tener cualquier idea, creencia u opinión, mantener cualquier “programa de verdad” en cualquier época en cualquier cultura: En cada época, la oferta se limita a un conjunto restringido, con predominancias, conflictos y emergencias. Los “espíritus audaces” siempre lo son a la manera de su tiempo” “Hay siempre límites aceptablemente rigurosos de lo pensable, límites invisibles, imperceptibles para aquellos que están adentro a lo sumo con un margen para correcciones y alteraciones. En todas las épocas reina una hegemonía de lo pensable (no una coherencia, sino una cointeligibilidad), burbuja invisible dentro de la cual los espíritus curiosos y originales están encerrados al igual que los conformistas, situación en las que ninguno dispone de una estimación del potencial futuro y de las mutaciones de los tópicos y de los paradigmas disponibles”¹²

En la medida en que los discursos son hechos históricos se los ve nacer, alterarse y descomponerse, devaluarse, y con ellos las grandes convicciones y entusiasmos que suscitaban. Entonces, más allá de las temáticas aparentes, hay reglas generales de lo decible, determinando en conjunto, lo aceptable discursivo de una época.

La identidad sonora en la era digital

La construcción de identidad genera una marca, un estilo, una impronta. Pero en escenarios que mutan, cambian y se reconfiguran, lo que es marca de identidad, también muta o debe mutar si pretende trascender su propia temporalidad.

De todas maneras generar marca o estilo no es un fin en sí mismo o algo que signifique comunicabilidad o empatía o un modo de producir sentido participativo o polisémico.

Hay diferentes modos en que se puede presentar una marca de identidad:

1. Marcas mudas: intentan más que lo que dicen. Se limitan solo a un gesto identitario que no se complejiza o genera un proceso comunicacional
2. Marcas eco: se repiten a sí mismas y terminan agotándose
3. Marcas autoreferenciales: remiten a sí mismas
4. Marcas máscaras: no construye una identidad ficcional sino trabaja desde la simulación

12 Argenot, Marc. El Discurso Social

Entonces podríamos decir que la marca identitaria en sí, no es nada. Es el espacio en la mente de una persona que se re-semantiza permanentemente. Carlos Carpintero la define como un acontecimiento, efímero, que entabla un nuevo contrato de lectura y que no garantiza nada. Abre un espacio de posibilidad, es decir no tiene fijeza, es lábil

La identidad es un constructo donde hay un orden que prevalece sobre otros posibles.

Entramos en el terreno de la paradoja. Bajtin decía que la paradoja no es una alteración o una perturbación en los procesos de construcción de sentido, sino que es parte constitutiva de la comunicación y por lo tanto de la identidad, de la marca.

Entonces, ¿se puede diseñar la comunicación? Ni tanto ni tan poco.

Lo que diseñamos es una propuesta de lectura. Y así comunicar se acerca a la idea de juego. Hacemos un contrato de “juego” donde quien “comunica” construye un relato” y quien entra en el proceso acepta las reglas de esa construcción.

Entonces lo que definimos como construir identidad es en realidad una propuesta de lectura.

- La comunicación tiene por norma la tensión y la paradoja. Arrojamus una intención sin poder medir el resultado
- Comunicación y paradoja van juntas
- SI no hay paradoja no hay proceso comunicativo sino solo unidireccionalidad y transmisión de datos, pero no comunicación humana
- La ausencia de paradoja en el proceso de construcción de identidad indica elementos muertos. Si no hay pulso, el paciente está muerto

Entonces, la identidad no está en lo sólido, lo evidente, sino en los espacios intermedios, en los intersticios.

Lo dicho, es lo dicho cíclicamente por otros. Tenemos resemantizaciones permanentes. Nuestra identidad hoy es parte de una semiosis infinita, viene de otros sentidos y será materia de sentidos futuros. Una vez que una identidad se sedimenta, cristaliza, va perdiendo su eficacia si no se re-inventa con el pulso de la cultura y lo social. Algo sin pulso es algo muerto, una identidad sin

pulso, muere.

La identidad no construye sentidos, construye pertenencia a quienes se identifican con esa producción “no hablamos con palabras y oraciones. Las palabras y oraciones son unidades de la gramática. No tienen autor ni pueden ser respondidas, no tienen actualidad ni acontecen. Son lo que es la lengua, pura potencialidad. Pero en cambio una palabra dicha por alguien en un momento determinado se convierte en un evento irrepetible. ES una palabra que cobra vida y se sitúa en un espacio analítico distinto: cuando hablamos de palabras vivas no estamos en el plano de los mensajes y los significados sino en el plano de los enunciados y la lucha por el sentido” (Carpintero, C: 2012)

Veamos este ejemplo:

Heroe: varón ilustre y famoso por sus hazañas o virtudes

Nacer: salir del vientre materno. Dicese de un animal vivípero.

Gris: se dice normalmente del color que resulta de mezclar el blanco y el negro

Veamos ahora las palabras cobrando vida

Estoy triste. Con una tristeza **gris**, sin **nacimientos**, sin **heroísmos**

El pulso que cobran las palabras enunciadas, hacen que las definiciones se vuelvan huecas. Las palabras son reales en tanto participan de enunciados

No hay mejores o peores enunciados. Los enunciados, son enunciados en situación. Es decir son relacionales. Un enunciado impacta en la medida que responde a lo esperado, con sus márgenes de paradoja y ambigüedad. Lo que para unos oyentes es natural, para otros será un ruido.

Lo que el oyente “lee” no son enunciados o productos sonoros puros o impuros, limpios o sucios. Buenos o malos, sino propuestas de sentido. Pero en general esas propuestas de sentido son “leídas” de modo naturalizado, porque tenemos el oído entrenado para algunos sonidos, mientras que para otros no. Y en esto es medular la cultura y lo social. No conocemos lo que oímos en sí sino lo que nuestro momento sociocultural nos dicta como audible, reconocible, aceptable. Entonces, la claridad formal, no implica claridad en la interpretación o resemantización.

Hablar es cometer un exceso. No se puede “limpiar” la voz para ser claros. Se puede trabajar la voz que no es lo mismo. La voz, expresa más de lo que dice, deriva y extravió son sus características.

Reconfiguraciones tecnológicas y nuevas mediaciones

Hace muchos años, en el marco de un seminario que dictaba en la facultad de periodismo de la UNLP, en el que trabajábamos alternativas de la radio tradicional, realizamos con los alumnos una serie de experiencias de lo que denominábamos Instalación Sonora, con ese título nominábamos una experiencia en las que el relato sonoro, el discurso sonoro era el eje vertebrados de una narración donde se ponía en juego lo espacial, lo corporal actoral, la materialidad de distintas escenografías y recorridos narrativos orientados y guiados por lo sonoro. Sin saberlo, estábamos haciendo una narración transmedia desde la radio. Porque en definitiva lo transmedial involucra no solo a los soportes tecnológicos, como veremos más adelante.

La radio como todo ámbito o espacio de cultura está inserta en determinados usos y prácticas de cotidianidad social. Cotidianidad que no escapa a relaciones de poder, prácticas naturalizadas, pujas económicas por la significación de los signos, etc. Pero estas reglas no son fijas ni estáticas. Dentro de los márgenes entre los distintos espacios sociales, se tiñen, se “marcan” y producen cambios en el tiempo. Estos procesos de cambio pueden ser centrípetos o centrífugos. Las nuevas manifestaciones de arte o cultura que emergen por los bordes o por fuera de la gramática cultural suelen ser “absorbidos” por la lógica centrípeta del poder (del mercado en este caso) que se “come” todo lo que surge por fuera de su lógica y lo torna “consumible”. Pensemos en los inicios del tango en la Argentina y el pasaje que realiza desde ser una expresión del bajo y prostibularia, hasta resignificarse en música y baile de salón. Pero también hay un aspecto centrífugo que expulsa todas aquellas manifestaciones que no puede controlar. De ahí que las prácticas artísticas o culturales que intentan no quedar dentro de la lógica de la gramática cultural, trabajan siempre en el borde. Es decir, que en la medida que se corren los límites de lo social y culturalmente aceptado, también se corren esas prácticas, dando de alguna manera dinamismo a la creación y a las prácticas

culturales.

Alterar las reglas de la gramática cultural significa una utilización e interpretación discordante de los signos, de lo simbólico. De ahí que trabajar en procesos de creación nuevos o experimentales implica siempre trabajar en el límite entre la ruptura y la creación de nuevos sentidos y la práctica de grupo, elitista y sólo para “entendidos”. Pienso en este momento en la deslocalización y relocalización de prácticas artísticas y culturales. Un ejemplo podrían ser los conciertos de música de cámara en fábricas recuperadas. ¿Es la localización, en términos de la gramática cultural, lo que define el arte? ¿Una bicicleta rota en una galería es arte es creación, y no lo es en una villa del conurbano? Pienso en el texto “Los nadies”, de Eduardo Galeano: “Que no hacen arte, sino artesanías/ Que no aplican cultura, sino folklore”

Esta disgregación (o no tanto) sirve para comprender que las tecnologías o los cambios que introduce el Mercado con esos cambios pueden – y deben – ser re pensadas y re apropiadas. En trabajos anteriores hablaba de la “radio expandida” nombrar una deslocalización o una localización múltiple. Hoy la radio se escucha por internet mientras se ven imágenes, o se chatea. También se escucha a través del teléfono móvil. Los pod cast permiten el almacenamiento de piezas sonoras para ser escuchadas y reescuchadas. Permiten también otro tipo de realización de piezas sonoras más elaboradas y desarrolladas en términos estéticos. Vemos las producciones musicales con articulación de la palabra, como las experiencias de musicalización de discursos políticos históricos o de personajes históricos. Es decir la escucha hoy es múltiple e involucra más de un sentido. Abre universos de posibilidad impensados y que están en proceso de gestación. Las tecnologías reconfiguran los modos de vincularidad, de apropiación de los bienes simbólicos y sus usos.

Entre las muchas experiencias está el Radioarte ¿Cómo definirlo? Podríamos comenzar diciendo que hay tantas definiciones como radioastas.

Una primera aproximación: radioarte no es estética radiofónica ni género dramático en radio; es la radio como un arte transmedia. La materia radiofónica es el sonido. El radioarte es el ordenamiento (desordenamiento) estético del sonido. También puede definirse como “llevar la

materia sonora a una extensión límite”. Los vanguardistas de comienzo del siglo XX tomaron el sonido como espacio de arte. Los futuristas en su manifiesto proponían romper con los cánones del arte del siglo XIX y hablaban de utilizar los nuevos aparatos tecnológicos como el teléfono, el fonógrafo y el telégrafo para hacer arte. Entre las primeras experiencias de radioarte se encuentran las obras Maremoto de Radio Francia en 1928 y la famosa adaptación para radio de la novela del inglés Herbert George Wells, La guerra de los mundos, efectuada por Orson Wells, que salió al aire por la Columbia Broadcasting System en 1938. Veamos ahora la definición del radioasta venezolano Jorge Gómez Aponte: “Un radioasta interviene la radio desde un punto de vista estético. El radioarte es la ordenación estética del sonido transmitido por radio. De esto se trata el radioarte: programas de radio que a veces parecen obras experimentales electroacústicas o, también, cine para los oídos”. El radioasta ecuatoriano Fabiano Kueba, director del colectivo RAEL (Radio Artística Experimental Latinoamericana) de Quito, lo dice a la hora de precisar los elementos con los que se construye el radioarte: “Todo, todo cuanto suene, palabra, ruido, silencio, músicas, reverberancia de la ciudad vacía, un sábado por la tarde[...]. Arte es intuición y también sonido”. Las experiencias de radioarte trabajan desde temáticas variadas, que van de lo más abstracto a producciones con un claro fin social o político, ya sea de denuncia o cambio expresivo. Esto es el concepto “transmedia” una estrategia enunciativa distinta para hablar de realidades que deberían ser cambiadas o denunciadas como por ejemplo como el caso de Ivana Stefanovic, quien en 1993, previo a los días de la guerra de Bosnia, elaboró el radio drama Lacrimosa, una obra antibélica, usando sonidos de ambiente y el Requiem de Mozart, producida por ORF, Radio Austria. O la brasileño-libanesa Janet El Haouli, natal de Londrina, una ciudad construida en medio de la selva amazónica, cuya plaza central es un kilómetro virgen de la misma floresta, que propone sonidos extraídos de ese reservorio natural, mezclados con expresiones shamanísticas.

En otros apartados decíamos que debemos tender a una gramática del sonido o de la sonoridad. Al realizar una producción sonora, en tanto proceso signifi cante, más que las reglas de la gramática textual, debemos pensar en otro tipo de reglas. Si bien permanece la lógica de la narrativa, que

excede lo lingüístico o textual, las puntuaciones se modifican cuando hablamos de producciones de sentido sonoras o radioarte. Es decir, producimos y llevamos adelante una producción significativa pero con otras lógicas de diseño. Damos algunas definiciones más: La mexicana Lidia Camacho (2007), una de las más importantes realizadoras de América Latina, define al radioarte como una manifestación tan radical que busca llevar a las últimas consecuencias las posibilidades del sonido, que intenta dislocar la sintaxis delo que hoy conocemos como discurso sonoro, que se enfrenta con nuevas formas, nuevos significados y nuevos referentes al arte sonoro por excelencia: la música. Simón Elmes, realizador de la BBC de Londres, dice por su parte: Lo que resulta mágico es el hecho mismo de que la identificación es imprecisa: la respuesta emocional es por tanto desproporcionadamente importante. Esta especie de búsqueda difusa de los bancos de la memoria humana a la que el sonido invita, permite toda especie de encuentros maravillosamente creativos.

La “poesía sonora” es una forma de manifestación del radioarte. Del mismo modo que la poética visual utiliza y expande las posibilidades espaciales de las letras y palabras, la poesía sonora juega con las posibilidades expresivas de los sonidos y articulaciones vocálicas que hacen posible la dimensión sonora del lenguaje verbal. La poesía fónica es un matiz entre la música y las letras, entre el habla y el canto. En esto también los vanguardistas de comienzos del siglo XX fueron precursores, sus raíces están en las primeras vanguardias: futurismo, dadaísmo, surrealismo, que planteaban la necesidad de ir más allá del texto escrito y cómo la posibilidad de sonido y su captura producía sentidos diferentes a los que generaba la lectura silenciosa. Pensemos en las intervenciones en Cabaret Voltaire; es decir, la interpretación por los propios autores. Un caso muy particular de “poesía sonora” es la que no tiene a las letras o la poesía como disciplina de referencia y construye una poética del sonido, trabajando en el umbral entre la música y el sonido crudo. O, en otros términos, desde otro modo de entender la musicalidad. Sus referentes son en general los músicos dodecafónicos. Algunas obras se desarrollan desde el texto manipulado, es decir, el texto o la textualidad tomada como fuente sonora. Ya tratamos este tema en capítulos anteriores cuando nos referíamos a la sonoridad de los idiomas tomados como fonemas y no como textualidad.

Nos encontramos, entonces, en el desdibujado límite entre la gramática textual y la sonora, ya que la creación sonora de poesía no respeta necesariamente la gramática tradicional. Por eso, convendría hacer una diferenciación de la poesía concebida como sonora, con una nueva gramática, y la poesía textual, que al momento de tornarse sonora, hace el pasaje de una gramática a otra. Por lo tanto, mirando las producciones desde la perspectiva del radioarte, estaríamos en el plano de la experimentación con el sonido en el marco de la comunicación radiofónica “expandida”, a saber, una radio “transmedia” que interactúa más allá de la espacialidad tradicional. Es una experiencia en el borde entre la comunicación radiofónica y la instalación e intervención sonora.

Instalaciones e intervenciones sonoras

Un sonido en situación produce sentido a partir de una gramática propia. El encadenamiento sonoro de textos, melodías, sonidos naturales o contruidos, con sus planos sonoros y sus texturas, nos saca de la lógica escritural y racional para situarnos en otro plano del entendimiento, el que tiene que ver con la percepción, donde elementos inconscientes nos hacen realizar determinadas asociaciones que construyen un todo sonoro. Pensemos en las historias sonoras, en las que con ausencia de la palabra construimos un relato o un clima determinado que nos remite a una situación concreta. En esto entran en juego construcciones simbólicas del orden de lo colectivo y de lo individual que anclan en cada historia personal. Por eso no puede haber dos percepciones idénticas, pero sí percepciones identitarias, es decir, que se elaboran desde una identidad común.

En consecuencia, el sonido altera el entorno, modifica la percepción temporoespacial. Aquí vamos encontrando algunas pistas. En la instalación o intervención sonora, es el sonido el que guía la lógica perceptual de quien participa. Toda manifestación del arte que utiliza el sonido como principal vehículo de expresión puede decirse que está relacionada con el arte sonoro. Ya hemos dicho que principios del siglo XX, movimientos vanguardistas como el dadaísmo y el futurismo rompieron las fronteras entre las distintas disciplinas artísticas. El ruido se convirtió en un elemento expresivo y los sonidos de la vida cotidiana aparecieron en escena.

Manuel Rocha Iturbide (2003) elaboró una serie de premisas que constituyen a la instalación sonora

como manifestación de arte y nos brinda pistas para su comprensión:

1.- La escultura y la instalación se convierten en disciplinas expandidas cuando se les añade el sonido. En este caso, el elemento sonoro sumado puede ser parte del objeto, puede estar relacionado con el objeto, o bien puede ser completamente ajeno a éste.

2.- Al sumar un elemento que tiene un lenguaje esencialmente ajeno al campo visual, se crea irremediamente una conexión entre el sentido de la vista y el sentido del oído.

3.- La experiencia de la obra artística plástica se modifica completamente cuando utilizamos el sonido como elemento integral de ésta, debido a la generación de una percepción temporal completamente nueva del espacio.

4.- Las características del lugar modifican completamente la percepción que podemos tener del elemento sonoro de una instalación

a) Relación cercana; donde el sonido añadido al objeto fue producido por el propio objeto.

b) Relación lejana; en la que el sonido añadido al objeto no tiene ninguna conexión, salvo la que se crea en nuestras mentes.

Sonido, espacio y tiempo

La interacción entre el público y la obra en un espacio determinado se nos aparece casi natural. ¿Qué sucede con la incorporación del sonido? Por un lado tenemos la producción de sentido, es decir, el sonido no es casual, genera como parte de la obra una producción de sentido más compleja, ya que la temporalidad del sonido propone un tipo de actitud más participativa por parte del receptor, que deberá estar atento a esperar, a escuchar, y estar atento también a los cambios que se producen entre el sonido y el espacio. Veamos ahora algunas definiciones de artistas sonoros, que tomamos del trabajo de Manuel Rocha Iturbide.

Dice Jio Shimizu (1999), artista sonoro japonés: “Es sólo a través de los sonidos individuales existentes en el espacio que el espacio es percibido en sí mismo”. Expresa Giancarlo Toniutti (1999), músico y compositor italiano: Los fenómenos suceden en el espacio, y es en esta etapa en la que ellos reciben un significado de nosotros. El sonido como fenómeno es entonces parte del

espacio, ya que este tan solo puede existir en el. Podríamos pensar que el sonido es el movimiento interno de un espacio. Finalmente, reproducimos la definición del artista alemán

Achim Wollscheid (1999): “El espacio, con su conjunto de productores de sonido, escuchas y objetos productores de sonido, se convierte en el instrumento”.

De acuerdo con todo lo expuesto, vemos que se abre un panorama nuevo (o no tanto...) para quienes trabajamos con el sonido. Podríamos sintetizar la idea: construcción de mundos sonoros, donde trascendemos la radio en su materialidad de aparato emisor estático y fijo de escucha individual y pasamos de la comunicación radiofónica a la comunicación sonora. De alguna manera es como una parábola de la circularidad del tiempo y la repetición de la historia, una vuelta resemantizada a las escuchas colectivas de radio de las primeras décadas del siglo XX, donde las compañías de radioteatro, precursoras de lo que hoy llamamos instalaciones sonoras, hacían presentaciones que se emitían por las radios. Si hablamos de la deslocalización y relocalización de la radio, pensemos en las emisiones de Alejandro Dolina desde los teatros, o en la experiencia de Badía cuando, con un portaestudio, hacía un recorrido nocturno por los bares porteños.

En definitiva, de lo que se trata es de romper las fronteras materiales del sonido a partir de su ubicuidad. Construir nuevos sentidos o quizás nuevos modos de producir sentido que no se contraponen con las emisiones tradicionales de radio, sino que resignifican un nuevo tipo de práctica comunicacional.

Buscar enlaces para código QR

Circulación y escucha: no soy de aquí ni soy de allá

Desde hace ya un largo tiempo escuchamos hablar de los “nuevos medios”, al punto que cuando nos preguntamos de que se trata eso de los nuevos medios, vemos que hay más preguntas que respuestas, y que según desde donde se pare el interlocutor encontramos reflexiones o respuestas distintas. ¿Será que este “objeto” aun está en construcción y por lo tanto no tiene respuestas claras? O será que estamos abordando mal el objeto, y no es los “nuevos medios” sino las reconfiguraciones tecnológicas y las nuevas prácticas de producción, circulación y escucha.

En el marco de las teorías o reflexiones sobre la comunicación y en el amplio campo de las comunicaciones, el abordaje puede ser diverso. A los efectos de este trabajo solo nos interesa presentar algunos debates y primeras aproximaciones que nos permitan avanzar en la construcción de herramientas para una nueva forma de la práctica comunicacional. Es decir como trabajar por y para las prácticas sociales y culturales que se reconfiguran así como los modos de encuentro. Esto es pensar las nuevas prácticas de producción, circulación y recepción de los productos sonoros, sean ficcionales o periodísticos.

Según Carlos Scolari, las nuevas formas de comunicación se diferenciarían de las tradicionales debido a algunos desplazamientos, en el plano de las tecnologías, la digitalización, la descentralización, ya no un centro a muchos sino muchos a muchos (reticularidad), estructuras textuales que dejan de ser secuenciales para pasar al hipertexto, de los medios o soportes independientes a la convergencia de medios y lenguajes que dan origen a nuevas narrativas (trans media) y una cada vez mayor participación de los usuarios (interactividad) que estaría dando origen a una audiencia que se denomina “prosumidores”. “Nos encontramos frente a una ruptura de las categorías que fundaban el proceso cultural y ante un desplazamiento desde el consumo a la producción comunicacional. Al participar en el control de los contenidos, el usuario de los medios interactivos termina por convertirse en parte del contenido” (Scolari, C: 2008)

¿Que sucede en los espacios de producción sobre todo en el periodismo? El debate es muy extenso y marcado no solo por el lugar de los viejos roles en las redacciones, canales o emisoras de radio; sino por la dimensión económica comercial y las legislaciones laborales. Como decía un periodista de trayectoria, si voy a a realizar multitarea por la convergencia tecnológica, no tengo problemas pero que me paguen por cada tarea, cronista, editor y camarógrafo... El periodista “multitarea” o “multiplataforma” no es solo una "consecuencia" de las tecnologías, tiene un claro anclaje económico empresarial de minimizar recursos humanos. Por esto, no todo es buenas noticias ni un proceso lineal hacia la convergencia donde la colaboración solidaria y la mirada transmedia es un hecho. Sí, hay un proceso que nada indica que pueda volverse atrás o revertirse, pero hay mucho

aún por debatir, transitar y pensar más desde la complejidad que desde la simple cuestión tecnológica.

“¿Que sucede cuando la convergencia de lenguajes y medios superan la fase inicial? Las diferentes retóricas abandonan sus respectivas ventanas en la pantalla y se contaminan entre si. La *multimedialidad* o la *convergencia retórica* dejan de ser algo más que una suma de medios en una única pantalla, los lenguajes comienzan a interactuar entre si y emergen espacios híbridos que pueden dar origen a nuevas formas de comunicación” (Escolari, C: 2008) Esto no implica ninguna idea de “evolución” o desaparición de soportes o formas de comunicación. Podríamos hablar de “mutaciones”. Los soportes del sonido, el texto o la imagen no desaparecen ni se funden, son mediaciones que interconectan generando otras formas de mediación pero la especificidad de cada lenguaje se mantiene, con mutaciones y ensamblajes, pero no desaparece.

Las hipermediaciones

Entonces, nos encontramos con un objeto inacabado, en constante mutación al que no podemos nominar ni enmarcar. Por eso quizás es mejor trabajar desde las aproximaciones. Creatividad y experimentación es lo que mejor define estos tiempos y estos nuevos abordajes. Pensar en términos de proceso, de mutaciones.

El hipertexto sonoro.

Dice Escolari que al hablar de hipermediación no nos referimos tanto a un producto o un medio sino a procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre si. Y que las hipermediaciones apuntan a la confluencia de lenguajes, reconfiguración de los generos y la aparición de nuevos sistemas semióticos caracterizados por la interactividad y las estructuras reticulares.

Cuando manipulamos piezas sonoras, ya sea instrumentos, musica, palabras efectos trabajamos desde el hiper texto sonoro. Lo que cuenta es el remix, re semantización. El collage sonoro remite a esta idea de hipertexto sonoro. Una sonoridad nos lleva a otra y así sucesivamente.

Una pieza sonora es parte de una cadena de sentidos, ensamblados en distintos soportes .

Sin embargo debemos re pensar la idea que teníamos de nuestra audiencia, como un oyente o interlocutor que a lo sumo resignifica o resemantiza los mensajes. Las nuevas audiencias se apropian y manipulan y producen nuevos textos. En el terreno de la hipermediación y las narrativas transmedias resulta poco operativo ya pensar las audiencias encorsetadas en determinados soportes mediáticos tradicionales como radio, TV o gráfica. La práctica de audiencias de hipertextos ya no es solo la de re semantizar, sino de producir además de nuevos sentidos, también nuevos textos que circulan por las redes re formateándose en su reapropiación y circulación.

El uso de las tecnologías por parte de las audiencias implica una re negociación con la tecnología. La apropiación de los usuarios no sigue el “manual de uso”. Por eso la producción de una narrativa transmedia, a diferencia de las narrativas por soporte (radio, TV, gráfica) es lanzar una piedra al espacio, difícilmente sabremos que sucede y que nuevas formas o mutaciones vivirá.

En las plataformas digitales ya es habitual que los contenidos radiofónicos articulen con otros lenguajes –el vídeo, la fotografía, la infografía, el texto– en el tratamiento narrativo, y que además hayan empezado a desplegar historias, personajes, escenarios o contenidos derivados o complementarios de los programas tradicionales.

Viralización vs propagabilidad.

Henry Jenkins dice, si no se propaga está muerto. Y en esto refiere a la nueva cultura transmedia. Podríamos decir que la propagabilidad casi no sería algo nuevo; que está en la base de la práctica de sociabilidad humana con sus matices culturales, históricos y territoriales. Pensemos en la juglaría, el colportage, los narradores de fogón que iniciaban historias que luego se iban replicando de pueblo en pueblo y eran intervenidas por las particularidades de cada narrador. Pensemos en el viejo juego del teléfono descompuesto donde se iba construyendo una historia que se veía intervenida en cada pase. Entonces, ¿que hace distinta a esta nueva cultura transmedia, más allá de la mediación tecnológica múltiple? Dice Jenkins que las nuevas plataformas no liberan a la gente de las limitaciones viejas, sino que el potencial de los medios digitales funciona como

catalizador para reconceptualizar otros aspectos de la cultura. Y agregamos que de algún modo desencorseta los relatos, los mensajes, de las mediaciones tradicionales que se introducen con la modernidad. Y esta apertura de posibles, implica también una reconfiguración en las conceptualizaciones sobre comunicación, audiencia, circulación, etc que den cuenta de otros usos o apropiaciones de los mensajes. Si antes apuntábamos a audiencias participativas y no receptores de los mensaje radiofónicos, ahora apuntamos a audiencias prosumidoras, donde además de una audiencia que no es solo receptora de mensajes, que los resemantiza, se agrega la prosumición, es decir la intervención sobre esos relatos y una nueva puesta en circulación o propagación con nuevas improntas que produce el oyente a partir de las posibilidades que brinda la tecnología.

Pero en estas nuevas prácticas, hay también miradas diversas posibles sobre comunicación y /o transmisión, lo que implica distintos paradigmas o matrices comunicacionales, sociales y políticas. Jenkins pone en tensión, en este marco, los conceptos de *viralización*, *pegajosidad* y *propagación*. La base de su diferenciación está en la tensión entre *marketing* y *comunicación*. La pegajosidad, dice no es interactiva ni apuesta a intervención del usuario. Este se limitaría al visionado, es decir las empresas lo que miden es el grado de pegajosidad de sus productos a partir de una acción que no requiere un plus del usuario. Apunta a lo cuantitativo y no a lo cualitativo. De este modo hace una comparación sobre paradigmas distintos en la base de cada perspectiva:

Pegajosidad	Propagabilidad
Migración de los individuos	Flujo de ideas
Material centralizado	Material disperso
Experiencias unificadas	Experiencias diversificadas
Interactividad pre estructurada	Participación de final abierto
Atraer/mantener la atención	Motivar/facilitar la difusión
Canales finitos/escasos	Redes temporales infinitas
Marketing de equipo de ventas	Intermediarios que defienden y hacen proselitismo desde las raices
Roles separados/diferenciados	Colaborción entre roles

Esto que puede parecer solo una cuestión de modos de nominar, es en realidad algo más profundo y conceptual, y porque no político. Jenkins plantea que el concepto de propagabilidad mantiene la idea que la eficacia e impacto de los mensajes se incrementa y expande gracias a su circulación de persona a persona y de comunidad a comunidad. En esta línea saliendo ya del concepto de pegajosidad, también rechaza el tan usado, y como pensado, concepto de viralización “Nuestro uso de *contenido propagable* evita las metáforas de “infección” y “contaminación” que sobrestiman el poder de las empresas de comunicación y subestiman las acciones del público. En este modelo emergente, el público desempeña un papel activo en la “propagación” del material en vez de permanecer como portador pasivo del contenido viral: sus elecciones, inversiones, intenciones y acciones determinan que es lo que se valora” (Jenkins, H:2008) y concluye planteando que si quienes trabajan con la comunicación piensan que pueden crear textos mediáticos que hagan algo en el destinatario como “infectarlos” para que viralice el mensaje, en vez de crear textos con los que el destinatario haga algo, es decir propagarlo, se engaña si cree que controla algo.

Multiplicidad no implica necesariamente diversidad. Esto que parece un juego de palabras, implica dos miradas distintas sobre comunicación y transmedia. Lo diverso implica abordajes distintos, no solo contenidos. Obviar lo diverso, las migraciones, la interculturalidad, hoy es obviar la realidad. Recuerdo hace unos años caminando por el Trastevere en Roma, en una plaza romana, un músico de Transilvania tocaba, con un instrumento de su región, Adios Nonino de Piazzola, a un lado un grupo de personas con gigantografías y volantes, recordaba la fecha de nacimiento del Che Guevara, en otro rincón, en plena infancia tecnológica, una joven hacía burbujas gigantes con jabón, como cuando eramos niños y en otro costado una estatua humana juntaba monedas de ocasionales admiradores.

La propagabilidad, nos habla de que ya no aporta mucho pensar en un centro cultural que se come lo local o lo periférico. Ciertamente no vamos a inocentar al poder del mercado ni al capitalismo que todo lo transforma en mercancía y las industrias culturales con su poder de

naturalización de miradas culturales que buscan una interpretación única más allá de mostrar multiplicidad, por eso hay que ir más al hueso para comprender las dislocaciones, recolocaciones y diásporas; y como comunicadores no podemos permanecer ajenos a esto.

Así, la propagabilidad y su capacidad de intervenciones múltiples, puede ser solo una instancia de curiosidad por lo “exótico” y no una mayor comprensión de lo diverso y el respeto a otras culturas. La base xenófoba no se mueve por una mayor circulación de contenidos que den cuenta de otras culturas y prácticas. Del mismo modo que también puede abrir la curiosidad por conocer, puede profundizar el rechazo. Por esto en definitiva, el punto no está en la tecnología ni en la propagabilidad ni en lo múltiple que se abre sino en la perspectiva de abordaje

Capítulo 3

Que mantenemos, que desechamos, que resignificamos y que de nuevo.

ILSA: Pero... ¿y nosotros?

RICK: Siempre nos quedará París, no lo teníamos, lo habíamos perdido, hasta que tú llegaste a Casablanca. Anoche lo recuperamos.

ILSA: Te dije que no volvería a dejarte.

RICK: No lo harás. Yo también tengo una misión, a donde voy no puedes seguirme, lo que he de hacer no puedes compartirlo. No pretendo hacerme el altruista, pero comprende que los problemas de tres personas no importan gran cosa en este enloquecido mundo. Algún día lo comprenderás.

Casablanca - 1942

Que no haya más despedidas que no eres Ilsa Laszlo ni yo Rick Blaine, ni yo soy tan idiota, no te dejaría ir con él.

Amo Tanto la Vida - Ismael Serrano- 2001

En los inicios de la narración oral, cuando muy pocos sabían leer, sobre todo en las zonas rurales, se juntaban a contar historias en torno al fogón, o en otros espacios, quien sabía leer, narraba para todos. Eran espacios colectivos.

Paralelamente a la aparición de la radio, sobre todos en las provincias, en los pueblos chicos y en las zonas rurales, ya funcionaban las propaladoras. En sus comienzos sirvió para que habitantes recepcionaran noticias generalmente zonales, música, avisos de fallecimientos, nacimientos y cumplir con una acción social de ayuda en casos que los vecinos lo soliciten. La propaladora consistía en varios parlantes conectados en serie a un tendido de cables y luego un amplificador valvular en esa época, un micrófono y un tocadiscos a través del cual un locutor difundía la información. Los altavoces estaban ubicados en postes de alumbrado, troncos de árboles y en las plazas principales. Pero también había otra variante que era el de los "auto parlantes" en los que se instalaban las bocinas en el techo y con un amplificador valvular y un micrófono desde el cual se emitía mientras el auto recorría las calles.

Con la aparición de la radio, los aparatos de recepción aún eran muy costosos, por lo cual la gente se juntaba a escuchar las emisiones, en la casa de quien tenía radio, pero también en las calles en las puertas de las emisoras que transmitían hacia las calles. También recordemos en paralelo las funciones de radio teatro, tanto en las salas de las emisoras de radio Nacional, como en los teatros cuando las compañías salían de gira por las provincias.

¿Adonde vamos con este recorrido? A la oralidad y lo colectivo, a lo sonoro, a la narración, al relato y su lugar en las narrativas transmedia, que hoy encuentran su soporte tecnológico, pero que en tanto relato, no es algo nuevo o producido por la tecnología, sino anterior, muy anterior. No había internet, TV, o soportes complejos, pero el relato en soportes múltiples y cruzados siempre existió. Pensemos en la juglaría, la literatura de cordel, las plazas públicas del medioevo. En el libro *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento*, Bajtin describe la cultura antigua popular que se caracterizaba por la comicidad y el grotesco. El carnaval explica, tendría rasgos del juego y el teatro, sin diferencia entre espectadores y actores y representaciones que disolvían los límites. La cultura popular habría generado entonces en esa época – y podríamos tomar las categorías que usa para lo popular - una lengua propia, de parodia donde el pueblo conoce los textos de la cultura instituida pero, los rebaja y crea a partir de ellos obras cómicas. Tenemos entonces un "receptor" devenido en interlocutor que dialoga con el texto, lo re-significa y le "responde" con modificaciones de la visión del mundo del usuario dinámico que es el pueblo. Pensemos en la práctica de las memes donde por ejemplo se parodia lo instituido, ya sea cultural, político, deportivo o de los valores dominantes, que son puestos en discusión desde la intervención discursiva de las audiencias. "La cultura popular pone en marcha los mecanismos transformadores de la literatura y el arte en general. La cultura oficial vigila la conservación de los géneros canónicos; pero la cultura popular los modifica de acuerdo con su visión del mundo y de la vida".¹³

Nuevas formas de guionar. escritura múltiple

Los relatos establecen un pacto con su público mediado por la verosimilitud. Hay un

¹³BAJTIN, Mijail, *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, trad. Julio Forcat y César Monroy, Madrid, Alianza, 1999.

supuesto, un acuerdo de que lo que se narra es verificable, y por lo tanto creíble. Por eso para garantizar el éxito de un rumor, el relato tiene que tener dos características centrales: tener algo de verdad y ser verosímil. Es decir, alcanza con que algún dato sea parcialmente comprobable y con que el resto del cuento sea creíble.

En la narrativa transmedia y el hipertexto, hay una estructuración del relato que aporta ese acuerdo permitiendo la verificación por un lado y la multiplicidad de mediaciones que construyen esa narración diversa y de múltiples fuentes.

Jenkis plantea que las narrativas transmedia implican expansión/profundidad por la capacidad de las audiencias de involucrarse activamente en el proceso de circulación, logrando expansión en la propalación y profundidad por el involucramiento que lleva a buscar y explorar la noticia o contenido. También presenta la diada continuidad/multiplicidad en el soporte transmedia y con el hipertexto se incentiva a las audiencias a buscar las sub tramas, las conexiones y llegar a mayor profundidad. Por último habla de inmersión/extracción en relación a la capacidad de portabilidad y traslado de los contenidos transmedia.

Es interesante pensar las narrativas transmedia, como idea de territorio expandido, donde ese espacio por fuera de lo tecnológico que va involucrado en la narrativa periodística, por ejemplo, se transforma en un hipertexto. Es decir, en un sitio determinado, pueblo, ciudad, comunidad de intereses o prácticas, que hace un recorrido donde adentro y afuera de las tecnologías queda transversalmente cruzado por la experiencia a partir del dato empírico del tema o del relato que se narra; y la tecnología ocupa el lugar de mediación y no de centralidad. De este modo se producen dos tipos de reapropiaciones de los prosumidores; del relato desde la tecnología y del relato social concreto en el que se es parte.

Esa multiplicidad de accesos al universo narrado, donde se modifica no solo la producción mediática sino la práctica social y la subjetividad con el dato empírico de la narración en su localización por fuera de los medios y las mediaciones.

Del guión a la pauta y de la pauta a la estrategia transmedia.

En el guión estratégico de una producción sonora, un texto es una materia significante, una historia que debe oírse. El guión para formato sonoro paso por distintas mutaciones a partir de los distintos cambios que se fueron dando en las mediaciones tecnológicas. Así se fue pasando del guión fijo, a la pauta; diferenciando cuando se trataba de un formato vivo o enlatado. El paso de lo analógico a lo digital introduce otro cambio. La posibilidad de edición digital dejó en suspenso la lógica del guión, dando paso a una estructura, esqueleto más labil por las posibilidad de la edición multipistas.

La pieza sonora.

Diseñamos y Producimos a partir de lo que definimos como “guión estratégico”, es decir un armado pensado desde distintas dimensiones, no solo técnico, en el sentido de los elementos del lenguaje sonoro. Tenemos la Intención: el objetivo a comunicar y el destinatario estratégico, esto es por un lado, que quiero generar con mi producción en la audiencia y que tipo de audiencia quiero construir. Lo Retórico: pensamos el formato a utilizar en función de las audiencias estratégica. Como decíamos en otro capítulo, hablamos del orden de lo retórico en términos de las estrategias comunicacionales radiales, reconocidas por los oyentes, incluidos los formatos modificados o los cruces de géneros y formatos. Lo Temático: nos referimos a la idea y el enfoque. La idea decíamos, la pone la cultura, el momento histórico y la territorialidad. El enfoque es lo que hará de mi idea algo distinto a lo que se produce en general, es la impronta que diferencia mi producción sobre un eje temático, de otras producciones que trabajan el mismo eje temático, e incluso formato. Lo Enunciativo: Es el sentido global estratégico de mi pieza desde la identidad sonora. Hablamos de clima de época en términos de lo coyuntural que imprime modos de producir sentido y de Estructuras de Sentimiento en términos de Raymond Williams, como esa dimensión de la cultura aquí y ahora, que no se puede encuadrar en categorías estables y que pauta conductas, usos y comportamientos culturales, entre ellos los referidos al lenguaje. Es decir aquello del orden de lo inasible, lo que bordea lo posible en el universo de lo imposible.



La Radio como relato

Partimos de una definición. Lo que crea sentido no es solo el diálogo o la claridad descriptiva, sino el estilo que imprime el lenguaje.

Decir algo es hacer algo, no es solo enunciar. Las piezas sonoras (programas de radio, ficciones, documentales, spot, micros, la artística de un programa de radio o de una emisora, etc) son intermediarios narrativos. Es decir mediadoras entre la realidad y su invención; entre el realizador y el oyente; entre el individuo y su comunidad.

El relato recrea y crea la realidad en el proceso comunicacional. Es cuando se produce lo que anteriormente definíamos como un guiño entre las partes. Un acuerdo por el cual asumimos esa recreación. Si solo se limitara a “mostrar” o “transparentar” no habría margen para la imaginación y lo lúdico en el proceso de comunicación. No habría margen para la fantasía y el deseo. En las piezas sonoras la recreación permite a lo imaginario integrarse con la realidad.

Las piezas sonoras se diseñan en función de una estrategia comunicativa. Es decir, en función de mi objetivo al momento de pensar un proceso comunicacional sonoro. Cada elemento que tenga esta pieza está pensado en función de esa estrategia, de lo que quiero decir, subrayar o que quede en mi oyente.

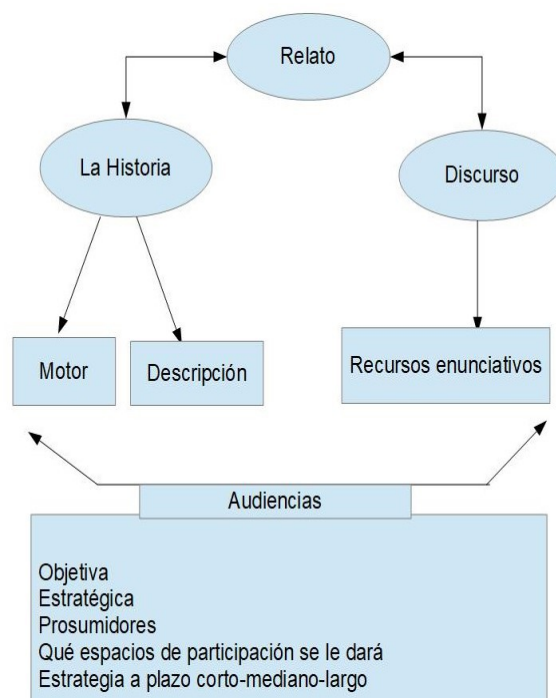
Un contenido se propaga dice Jenkins cuando es carne de discusión que el público ya está manteniendo. Y agrega que el contenido es solo un medio de interacción entre la gente. Desde este punto de vista, tenemos dos mediaciones (el contenido y el soporte tecnológico) que son instancias culturales de socialización y encuentro. Si en la era analógica decíamos que la radio era una mediación, un espacio de encuentro entre audiencias y enunciadore; ahora podemos plantear

mediaciones múltiples.

Jenkins distingue, tomando a John Fiske al momento de crear y producir, lo que denomina *textos productibles*, “son los que tienen cabos sueltos que escapan a su control, sus significados son superiores a su propia habilidad para disciplinarlos, sus huecos son lo suficientemente amplios para que en ellos puedan producirse textos nuevos enteros, está en un sentido estricto, fuera de control”(Jenkins, H:2008) De esta manera resulta clave, la abertura, los cabos sueltos y los vacíos que permiten a las audiencias interpretar contratandolos con su propia experiencia.

Desde el punto de vista del guión transmedia continuamos hablando de la construcción de mundos narrativos. En las historias de ficción y no ficción se propone un verosímil: donde hay un orden explicativo a través de una argumento, una hipótesis que se demuestra a lo largo del relato con sus puntos de tensión y distensión. En narración transmedia se habla de mundos expandidos, nosotros hablamos de la radio expandida.

La historia siempre es el corazón de las narrativas transmedia. Y la articulación de esta con sus aspectos y elementos constitutivos son el primer paso para la producción transmedia. Pero el paso previo es trazar el mapa lógico - temporal en que circulará ese relato. Esto es diseñar un mapa donde estén en juego: 1. Las audiencias objetivas y estratégicas más las audiencias prosumidoras y sus contextos. 2. Las mediaciones tecnológicas y sus posibilidades



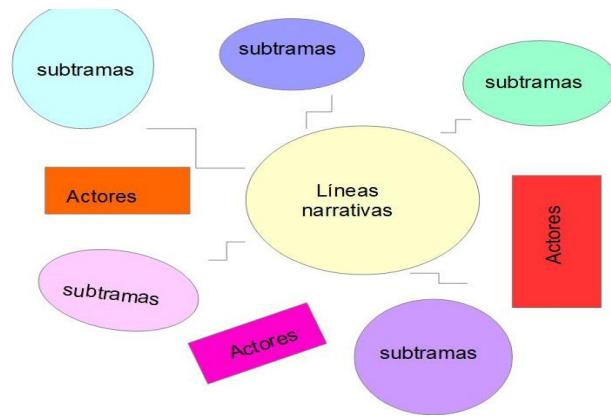
La estrategia transmedia.

La pauta de un trabajo transmedia donde el eje es el relato sonoro tiene 5 tópicos

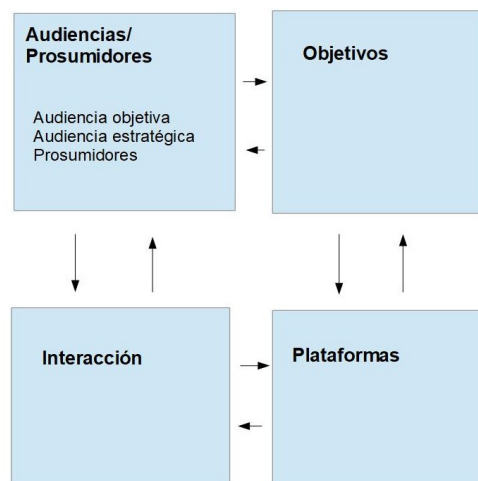
1. la idea.
2. el tratamiento.
3. Los elementos que hacen avanzar esa idea
4. los actores

A esto se le debe agregar la pauta estratégica de circulación

1. la grilla multiplataforma: listado de de medios que se involucrará en la narrativas y sus especificidades técnicas para el armado final de la narración.
2. Los recorridos posibles de las audiencias
3. Los puntos o nodos claves en el relato donde la narración puede encontrar otro recorrido y los nodos en los que las audiencias pueden activar como prosumidores.
4. Por último tenemos la síntesis que articule esa idea con su recorrido transmedial, donde debemos ya pensar en la especificidad sonora, sus tiempos, diseño enunciativo, etc y posibles articulaciones o continuidades en texto e imagen. Si corremos el foco de los contenidos hacia la apropiación y ponemos a la audiencia en el centro de la escena podemos definir transmedia como el hecho de transitar con los oyentes una viaje. Transmedia se trata de crear sinergia entre contenidos y focalizarse en una experiencia emocional y participativa para los usuarios.



Una vez construido el guión narrativo pasamos a un diseño de estrategia donde nos planteamos objetivos a corto y mediano plazo y posibles propagabilidades según las plataformas y tipo de audiencias



Finalmente tenemos que llevar al diseño los pasos a desarrollar, con tiempos y plataformas con hojas de ruta que nos permitan tener un control sobre nuestra producción

Plataforma	_____
Digital/analógica	_____
On line/off line	_____
Historia/Subtrama	_____ _____ _____ _____ _____
Prosumidores/acciones posibles en esta plataforma	

Diseño estratégico

¿Cómo pensar el guion estratégico? En esto hay dos aspectos. Por un lado la producción en su formato y/o hibridación y el género elegido y por otro como se inserta esto en lo estratégico del tranmedia. Vamos por partes: Definir cual va a ser nuestro de partida

1. Emisora de antena
2. Emisora digital
3. Pod Cast
4. Portal multisoporte (foto, video, audio, etc)

Emisora de antena:

1. Debemos para arrancar indagar el perfil de la emisora, su nivel de interacción, si tiene web y si es multiplataforma, Como interactúa (si lo hace) con sus oyentes, con otros medios o mediaciones, etc.
2. Una vez que tenemos este mapa indagamos el tipo de oyente en general y del horario en que vamos a emitir. El primer paso será definir nuestra audiencia estratégica, es decir a quien queremos llegar y a quienes queremos incorporar si no es el perfil general de los oyentes de la emisora.
3. Definir herramientas para estimular la prosumición, es decir generar espacios en las redes en las que nos interesa la propagabilidad (instagram, tweeter, Facebook, youtube, etc)
4. Iniciar una campaña de instalación con avances de nuestro programa según las características de cada red o soporte.

Emisora Digital:

La primera diferencia con la radio de antena es el alcance y el tipo de audiencia. En general estas emisoras tienen una audiencia muy específica. Suelen ser emisoras con oyentes de alta fidelidad y más familiarizados con las tecnologías. Hay una tendencia a emisoras digitales temáticas o especializadas, sus audiencias son más acotadas: por línea editorial política (Radio Caput, por ejemplo) por temática: emisoras dedicadas al rock nacional como Mestiza (<http://mestizarock.com.ar/>) de Jazz Jazz Radio: Es una emisora de radio FM establecida en 1996 originalmente como Jazz Radio: Es una emisora de radio FM establecida en 1996 originalmente como Frecuencia Jazz. Se ha convertido en el primer programa de radio de jazz en Francia, las 24 horas del día. Cuenta con un amplio repertorio, además de derivados de este género, foros y noticias e incluye pod cast. Y la lista es enorme. Estas emisoras en general tienen una web multiplataforma con un importante desarrollo transmedia e innovación en formatos como los Pod Cast.

Pod Cast:

El pod cast no es nuevo, tiene diría más de una década pero los últimos años ha sido un tipo de

producto sonoro en crecimiento y de gran aceptación entre las audiencias tanto de radio antena como digital. De hecho el pod cast se ha transformado como un modo de hacer radio en si mismo y hay muchas web que trabajan directamente el pod cast sin tener en su perfil el soporte de radio digital. Sus seguidores son audiencias muy especializadas y fieles. Son de fácil propagabilidad aunque la prosumición es más acotada. Ya que es un producto guionado con estructura propia. De todas maneras, también es una estrategia para propagar contenidos previamente emitidos en emisoras y recortados para su mejor propagabilidad, como por ejemplo tramos de entrevistas.

Portal multisoporte:

En general es el caso de las agencias de noticias. Ya sea locales, nacionales o internacionales, las agencias se han adaptado a lo que se denomina redacciones integradas donde los cables de noticias van acompañados de un soporte audiovisual y sonoro que se suma al tradicional de texto y foto. Hay agencias que cuentan incluso con su emisora con algunas programaciones noticiosas. Y por supuesto los Pod Cast que los abonados pueden descargar.

La trazabilidad imposible

¿Es posible seguir el recorrido de una producción comunicacional en la narrativa transmedia?

En principio, como en todo proceso en movimiento y cambio es muy difícil tener certezas. Por eso más que mapas de trazabilidad tenemos que pensar en términos de croquis. Pero además, independientemente de ser un proceso de permanente cambio tecnológico, en internet y la lógica de lo virtual es el croquis el concepto de trabajo. Hace poco una amiga me decía: “entré en internet para ver modelos y precios de fundas para mi teléfono y una hora después estaba leyendo una nota, de un portal sobre experimentos de implante de genes humanos en monos y sus conductas!!!! ¿¿¿Como llegué ahí???”

Hoy contamos con numerosas herramientas tecnológicas de medición de impacto o propagabilidad, pero poco nos hablan de las audiencias, a lo sumo algo de prosumición o propagabilidad. Los algoritmos, como decíamos al comienzo de este trabajo en palabras de Byung, son ciegos ante el acontecimiento. Prueben de poner el signo pesos en un posteo de Facebook y

automáticamente les ofrecerá maximizar su emprendimiento comercial y promover su negocio.

En definitiva la trazabilidad la podemos pensar en términos de audiencias móviles u prosumidoras a partir de la interactividad, lo cual no dista mucho de cómo se mide en los medios radiales de antena. La tendencia es que hay mayor audiencia prosumidora en tanto mayor especificidad, con algo así como “radio a la carta” Decíamos en los párrafos anteriores que los radios digitales o los portales de pod cast tienen como característica ser temáticos o con línea política editorial muy definida y marcada. En el mundo virtual crecen las comunidades de interés y con este escenario la fragmentación también en los contenidos comunicacionales. Es muy difícil pensar audiencias genéricas en el mundo digital. Y ahí un punto de distancia entre la radio de antena y la digital, o al menos la radio digital emergente (nada indica que no pueda haber mutaciones en el tiempo) Por eso quizás la palabra hoy sea paradójica: mayor accesibilidad, tecnologías más económicas para impulsar proyectos de autogestión, fronteras porosas pero la comunicación es cada vez más sectorial o de “relato” como se lo denomina ahora.

Lo que denominamos audiencias genéricas de radio de antena son aquellas con las que la emisora interactúa con el pulso del día: primera mañana, segunda mañana, mediodía, meseta de primera tarde, reactivación de atardecer y meseta noche madrugada. Esa práctica es la que está mutando, no solo por los cambios tecnológicos, sino sociales y culturales. O en definitiva, por los cambios en la subjetividad social y los modos de vincularidad que esas tecnologías operan. Y los cambios y el modelo de fragmentación cultural, social, temática, de interés, etc no es más que expresión de lo que va sucediendo en los marcos sociales de la realidad. Es decir, los recorridos autónomos (género, grupos sociales, culturales, temáticas de diversidad, pueblos originarios, etc) de los sectores por sobre las prácticas colectivas inclusivas de las diversas realidades o problemáticas. Es decir un estallido de fragmentos autonomizados en la práctica social de una comunidad.

Volvemos entonces al concepto de audiencia estratégica y objetiva. El intercambio con nuestros oyentes estará pautado por el perfil del producto comunicacional que queremos producir y la claridad con la que lo elaboremos, esto que parece una obviedad no lo es. Muchas veces anclados

en parámetros fijos se realizan producciones radiales desde formatos y presupuestos estáticos sin experimentar o arriesgar a dar cuenta de eso que Williams denomina *estructuras de sentimiento* es decir no estamos dando cuenta de los procesos de subjetivación en los usos sociales y culturales y nos quedamos con un espacio delimitado, y que en general se suele ir reduciendo o trasladando a otros espacios. La radio de antena se escucha on line, por ejemplo. Cambia el modo de reapropiación, pero la clave sigue estando en saber interpretar los tiempos que corren. Ninguna tecnología reemplaza la creatividad o la capacidad de lectura de la realidad. Y para concluir volvemos a un precepto que atraviesa este trabajo. La comunicación social, humana, debe ser la que pautе los recorridos, emociones, intercambios y reapropiaciones, y no la tecnología y su lógica de mercado. Sino, estamos en problemas...que exceden a la radio....

Capítulo 4

El podCast como formato transmedia

Podríamos definir que el 2000 fue el año del Podcat en cuanto a su propagabilidad como formato sonoro que encontraba un espacio para la radio en el marco de los acelerados cambios, tal es así que según narra Belen Lopez en su Tesina “En 2005 el New Oxford American Dictionary selección podcast como la palabra del año. Los académicos la definieron como una grabación digital de una emisión de radio o un programa similar, que se puede obtener de Internet para ser descargado en un reproductor de audio personal”. En tanto formato el pod cast o ivoox, efectivamente, es estructuralmente transmedia. Y podríamos decir que se configuró como tal por un problema que encontró en la web: el reconocimiento de los audios en los buscadores, es algo aún no muy desarrollado, de ahí que los desarrolladores de pod cast, por necesidad transformaron el formato en transmedia. Es decir el acompañamiento del texto que si es detectable por los buscadores, es decir el desarrollo de una web donde se articulan los distintos soportes.

Un ejemplo ya modelo es Serial (<https://serialpodcast.org/>) La serie utiliza el periodismo de investigación, para narrar una historia de no ficción a partir de episodios dramatizados. Serial además ha creado una comunidad de fans, que aportan datos a las investigaciones en marcha y ha puesto a prueba la difusión tradicional de audio multiplicando y descentralizando la distribución

ACA VA CÓDIGO QR PARA ESCANEAR Y ESCUCHAR

Un ejemplo local de Radio transmedia lo podemos encontrar en Vorterix, la experiencia de Radio con portal interactivo con podcast, video y un teatro desde el que se hace transmisión de conciertos en el portal **ACA VA CODIGO QR**

La comunicación radiofónica ya trabaja con la mirada puesta en el soporte móvil como la plataforma de consumo. Hoy es cada vez más en un medio multiplataforma que construye su relato a través de diferentes canales de escucha, enlaces, streaming y contenido por demanda. Además se va consolidando el dispositivo móvil como instancia de navegación centralizándose el consumo de

contenidos por sobre la PC tradicional e incluso la TV.

Como se produce un podcast?

Como cualquier formato tiene una estructura que no es muy distinta a la de cualquier narración, es decir el relato siempre tiene una estructura. Esa estructura ya sea ficcional o periodística, implica tiempos, momentos, articulación entre motor y descripción, nudos, picos de tensión y distensión y un cierre abierto. El formato se usa tanto para ficción como para periodismo y también se está avanzando en el diseño de podcast con fines pedagógicos, e inclusive publicitarios.

Como primer paso debemos transformar una **idea** en un **tema** y **enfoque**. La idea va ligada a algo que quiero decir, es decir la **intención**. El tema es lo que voy a elegir para esa idea y para la intención que tengo con esa idea. El tema no es algo que salga de la nada, nunca está fuera de la cultura, la coyuntura, el momento social, etc. Lo que nosotros podemos en nuestra producción es el enfoque. Puede haber muchos podcast sobre género en tanto temática de época, pero lo que va a destacar el mío es el enfoque. A partir de estas definiciones me fijo uno o varios **objetivos** que van a orientar hacia que tipo de **audiencia** me oriento, es decir mi **audiencia estratégica**, que es la que quiero construir y defino si voy a orientarme hacia la **prosumición**, lo que implicará un plan de acción como el que definimos anteriormente. A partir de estas definiciones Comienzo a diseñar la **estrategia enunciativa**, es decir que tipo de narración voy a hacer (un relato ficcional, periodístico, periodismo ficcionado, etc) y como conformare la identidad estético enunciativa.

La propagabilidad y prosumición

1. Definir el nucleo del relato, es decir el nudo sobre el que girarán las sub tramas.
2. Definir los actores (entrevistados en periodismo, personajes en ficción, por ejemplo)
3. Definir una línea temporal, de cuanto quiero expandir mi producción

En este momento inicial del proyecto hay que preguntarnos qué le aporta la narrativa transmedia a nuestra historia. No todas las historias necesitan una expansión transmedia y tenemos que

cuestionarnos si la nuestra puede crecer gracias a ella o si no tiene ningún sentido que la extendamos en otros medios.

Ampliar el relato

Una vez que tenemos el nudo central el paso siguiente es pensar los satélites, es decir lo que girará en torno a este producto. Y que expandirán la producción.

Ampliación de la historia:

1. Ampliar la línea temporal con una precuela o una secuela
2. Ampliar la historia o protagonismo de los actores secundarios (más entrevistas ampliadas como extensión o en una ficción autonomía en historia ampliada de un personajes)
3. Ampliar algún evento del núcleo del relato, tomando un aspecto y darle un desarrollo posterior

Ampliación de medios y canales

Una vez definida la historia central, junto con el medio en que se narra, y cómo podemos ampliar esa historia, tenemos que estudiar en qué canales vamos a ampliarla. Para ello hay que pensar qué objetivo pretendemos con esa expansión, porque según nuestras intenciones tendremos que elegir un medio u otro, y esto va ligado directamente a nuestra audiencia prosumidora o no.

Podemos recurrir a Webseries, blogs, videoblogs, etc... lo importante es que cada uno aporta algo distinto a la historia y llega a un público diferente.

Medios que amplían la prosumición.

Existen canales que ofrecen la posibilidad de que los usuarios interactúen entre ellos o con los propios personajes de la historia. Las redes sociales se pueden utilizar no solo para la difusión de contenidos, sino para la interacción con los usuarios. Por ejemplo creando perfiles a los personajes en Twitter o Facebook les permitimos a los consumidores que salten de la realidad a la ficción y se comuniquen directamente con ellos. Pero también estos personajes pueden ser parte de un serial de podcast con fines educativos, o ser parte de una producción periodística.

El producto transmedia también puede amplificarse a partir de canales específicos como el uso de

foros, intranets y grupos de Facebook o Whatsapp que hace que las audiencias puedan recibir informaciones exclusivas y puedan comunicarse entre ellos intercambiando noticias o novedades.

Un dato a tener en cuenta es los costos. Algunos "satélites" o meta productos son autosuficientes económicamente, ya que generan ingresos, pero otros pueden ser pensados como aspectos de propagabilidad o publicidad que ayudan a que el producto principal tenga más audiencia y genere más ingresos. Hay que tener en cuenta que en el transmedia hay zonas que no generan rendimiento y otras que sí. Lo importante es que analicemos el índice de respuesta del público a cada producto de la historia.

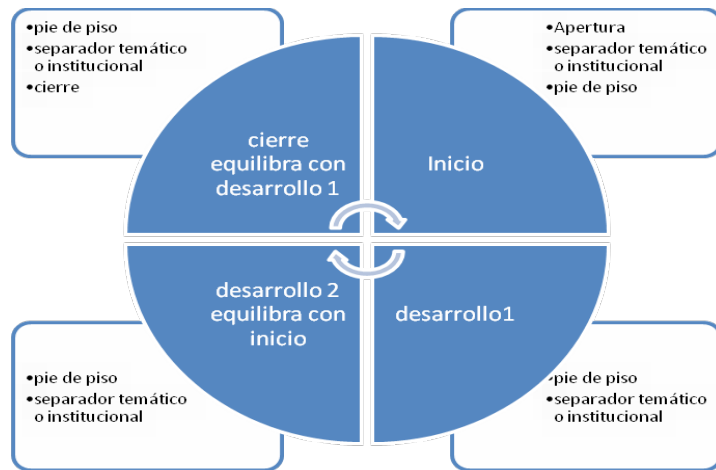
Un último desafío:

Habilitar algunos medios para canalizar las creaciones de la audiencia es una estrategia para seguir teniendo el control de nuestra producción, es decir la apertura de foros, redes, y demás espacios de participación y prosumición pueden generar subproductos que pueden tomar "vida propia" es decir la historia se dispara hacia otros recorridos a partir de la intervención de los prosumidores y la expansión que le den. La participación regulada permitirá seguir teniendo la dirección de la historia o el relato. La apertura de esas instancias sino se hará igualmente por fuera y por iniciativa de las audiencias.

El podCast como micro programa radial

En tanto programa ya sea periodístico o ficcional, el podCast se puede desarrollar en formato de serial. Es decir, una serie por ejemplo de 12 microprogramas temáticos o una ficción en 12 episodios.

Si tomamos la estructura de un microprograma lo que haremos es tomar la estrategia de un programa tomando la estructura reloj de una hora adaptando a los tiempos pautados.



En el caso de un serial ficcional, o también puede ser un serial con fines educativos o de promoción nos orientamos por un diseño de spot en serie. Tanto apertura como cierre quedan encapsulados con un efecto sonoro de abre y cierre para marcar la identidad del contenido que varía en cada emisión



Capítulo 5

Los recursos expresivos

Las dualidades en la producción de sentido

1. Entre la previsibilidad y la sorpresa.

Dice el escritor, poeta y crítico francés Charles Baudelaire que la irregularidad, es decir, lo inesperado, la sorpresa o el estupor son elementos esenciales y característicos de la belleza.

La sorpresa debe ser el recurso que altera lo esperable anclado en la obviedad, que altera lo monótono, lo rutinario, logrando conmover, o maravillar con algo imprevisto, raro o aparentemente incomprensible.

Por eso la sorpresa es un recurso expresivo clave para la comunicación sonora. Lo inesperado en la expresividad radiofónica estimula al oyente a realizar procesos mentales y de imaginación autónomos. Apela al oyente como interlocutor y no como receptor. La sorpresa le dice al oyente, ¡hey! Estas ahí?

Pero la sorpresa, como todo recurso, tiene un complemento: la previsibilidad. La previsibilidad son los guiños que le hacemos al oyente, sería el factor del orden de lo retórico: determinadas formas que hacen la comunicación posible.

- La sorpresa se presenta de diversos modos:
- por ejemplo la súbita irrupción en un escenario sonoro realista, de sonidos fantásticos que nos llevan a otro recorrido.
- Otro modo de sorpresa son los contrapuntos entre lo textual y lo musical, por ejemplo un relato que se completa con pasajes de canciones cuyas letras completan el texto

La sorpresa en el plano de la narración significa una interrupción en la linealidad discursiva sonora. Un cambio de dirección, un giro en el relato que mantiene a la audiencia atenta. El juego entre lo previsible, que permite la comunicación, y la sorpresa, que mantiene atención, es un equilibrio entre regularidad y cambio. Cualquiera de los dos extremos lleva a cortar o entorpecer el proceso

comunicativo.

2. Lo ambiguo y lo diáfano

La ambigüedad invita al oyente interlocutor a una escucha más participativa y creativa. Sin ambigüedad no hay ilusión, dicen y sin ilusión no hay vida.

Jugar con lo ambiguo trabaja sobre lo inconfesable, produce un código con el oyente, donde cada uno resemantiza en función de su historia. Por ejemplo si tiro una consigna al aire: no había ningún gato esa noche en el auto de Roberto: pedimos al oyente que complete la historia. Habrá quien piense en el animal felino, quien piense en una mujer, o tal vez en el implemento para cambiar una rueda. Puedo redoblar la apuesta con músicas equivocadas que generen o induzcan algo y que en realidad resulten otra cosa. Y al igual que entre sorpresa y previsibilidad hay un correlato, el de lo ambiguo es lo diáfano. El riesgo de una ambigüedad mal trabajada es que el oyente se pierda en el relato o de tan ambiguo clausure una producción de sentido posible y aburra.

En una bandada de blancas palomas, un cuervo negro añade más belleza incluso que el candor de un cisne. Friedrich Hegel (1770-1831)

3. Tiempo y espacio. Ritmo y Velocidad.

El tiempo es el recorrido sonoro, el espacio la situación de escucha.

Puedo llevar al oyente a través de un recorrido sonoro que evoque un escenario del siglo XVI mientras su espacio de escucha es un viaje en auto por la autopista. Puedo llevar a un oyente de una zona rural a un recorrido sonoro de una gran ciudad. A través de la producción sonora debo transportar a mi oyente a otro espacio. De ahí la importancia de la selección de escenarios sonoros en función del horario, el día de la semana, y lo que puedo intuir mi oyente modelo, es decir en que espacio creo que está mientras me escucha. De una mala ponderación de estos elementos puedo generar ruido en vez de comunicación. Si intento construir un escenario sonoro que me remita a lugares tranquilos y de reposo, pero la emisora tiene un a audiencia preponderantemente activa y el horario que elijo son las dos de la tarde, automáticamente los oyentes cambiarían el dial.

La construcción de un espacio de escucha está atravesado por el espacio real de mi oyente y el que quiero construir. Rene Farabet toma de Foucault el concepto de heterotopía, Dice Foucault "También existen, y esto probablemente en toda cultura, en toda civilización, lugares reales, lugares efectivos, lugares que están diseñados en la institución misma de la sociedad, que son especies de contra-emplazamientos, especies de utopías efectivamente realizadas en las cuales los emplazamientos reales, todos los otros emplazamientos reales que se pueden encontrar en el interior de la cultura están a la vez representados, cuestionados e invertidos, especies de lugares que están fuera de todos los lugares, aunque sean sin embargo efectivamente localizables. Estos lugares, porque son absolutamente otros que todos los emplazamientos que reflejan y de los que hablan, los llamaré, por oposición a las utopías, las heterotopías; y creo que entre las utopías y estos emplazamientos absolutamente otros, estas heterotopías, habría sin duda una suerte de experiencia mixta, medianera, que sería el espejo. El espejo es una utopía, porque es un lugar sin lugar. En el espejo, me veo donde no estoy, en un espacio irreal que se abre virtualmente detrás de la superficie, estoy allá, allá donde no estoy, especie de sombra que me devuelve mi propia visibilidad, que me permite mirarme allá donde estoy ausente: utopía del espejo. Pero es igualmente una heterotopía, en la medida en que el espejo existe realmente y tiene, sobre el lugar que ocupo, una especie de efecto de retorno; a partir del espejo me descubro ausente en el lugar en que estoy, puesto que me veo allá. A partir de esta mirada que de alguna manera recae sobre mí, del fondo de este espacio virtual que está del otro lado del vidrio, vuelvo sobre mí y empiezo a poner mis ojos sobre mí mismo y a reconstituirme allí donde estoy; el espejo funciona como una heterotopía en el sentido de que convierte este lugar que ocupo, en el momento en que me miro en el vidrio, en absolutamente real, enlazado con todo el espacio que lo rodea, y a la vez en absolutamente irreal, ya que está obligado, para ser percibido, a pasar por este punto virtual que está allá (...)la heterotopía tiene el poder de yuxtaponer en un solo lugar real múltiples espacios, múltiples emplazamientos que son en sí mismos incompatibles. Es así que el teatro hace suceder sobre el rectángulo del escenario toda una serie de lugares que son extraños los unos a los otros (...) Finalmente, la última nota de las heterotopías es que son, respecto del espacio restante, una función. Ésta se despliega entre dos polos extremos. O bien tienen por rol crear un espacio de ilusión que denuncia como más ilusorio todavía todo el espacio real, todos los emplazamientos en el interior de los cuales la vida humana está compartimentada (tal vez sea éste el rol que durante mucho tiempo jugaran las casas de tolerancia, rol del que se hallan ahora privadas); o bien, por el contrario, crean otro espacio, otro espacio real, tan perfecto, tan meticuloso, tan bien

ordenado, como el nuestro es desordenado, mal administrado y embrollado. Ésta sería una heterotopía no ya de ilusión, sino de compensación"¹⁴

Para Farabet, el espacio del éter sería algo así como un no lugar, donde la radio interfiere creando paisajes sonoros que son y no son. Sin embargo, el espacio heterotópico no es un espacio de ninguna parte, sino otro espacio inserto en el “verdadero”, el del cotidiano. Podríamos definirlo como un lugar de historias verdaderas para convertirlas en ficción y un lugar de ficción para hacerlo verdadero. Un lugar en el borde.

La comunicación radiofónica genera una paradoja. Por un lado la radio acompaña el pulso cotidiano de la vida de los hombres y mujeres, de sus oyentes. Por otro lado modifica el tiempo real construyendo estos espacios heterotópicos, donde en 10 minutos por ejemplo nos lleva a recorrer toda una tarde en el campo o a la inversa en 3 minutos narra las sensaciones de 5 segundos en la toma de una decisión. Nos lleva a otra temporalidad que nos saca de la temporalidad real.

Veamos este párrafo de una novela de Sandor Marai: “ Entonces besó a la criada, en Bolzano, en la habitación de la posada El Ciervo(...) ¿será ella? Pero al mismo tiempo sabía que no era ella, que tampoco era ella y que también era ella. Porque habría sido capaz de reconocer el rostro de la muchacha entre mil mujeres, aunque sabía que su relación no sería definitiva, como nunca nada había sido definitivo, por más fuerte que hubiese sonado la voz secreta y decidida de algunas mujeres , un mensaje oculto que simplemente decía : aquí estoy. Tengo algo en común contigo. Soy yo. El mensaje era siempre el mismo. Y él atendía siempre la llamada de aquella voz, como las bestias en el bosque. Aguzaba el oído, sus ojos relampagueaban, se erguía. Y partía en dirección de la voz, olfateando, escuchando, acechando, guiado por un instinto que no puede ser engañado. De esta manera lo llamaban las jóvenes y las guapas, las maduras y las marchitas, las harapientas y las insignificantes, las princesas, las monjas, las actrices, las modistas, las camareras, las mujeres a quienes se podía comprar con una moneda de oro, las refinadas que vivían en palacios y las que había que pagar al final con mucho oro, la viuda del panadero, la astuta hija del vendedor de caballos, M.M. , la amante del embajador francés, así también lo llamaba la jovencita sucia y sarnosa que más tarde terminaría en los brazos de Luis de

14 Michel Foucault - De los espacios otros “Des espaces autres”, Conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, 14 de marzo de 1967, publicada en Architecture, Mouvement, Continuité, n 5, octubre de 1984. Traducida por Pablo Blitstein y Tadeo Lima.

Borbón, el rey más católico, también la joven esposa de un capitán francés, y la del alcalde de colonia de cuarenta y tres años cumplidos a quien le faltaba un par de dientes delanteros, y la princesa de Urfé más vieja que matusalén...todas aquellas llamadas, todas aquellas voces se dirigían a él, y él siempre sentía la misma curiosidad que lo incitaba a olfatear y a husmear, el mismo temblor y la misma atención maliciosa; siempre oía la pregunta oculta: ¿será ella? Sin embargo cuando llegaba el turno de las preguntas é ya sabía que no era ella, que no era ninguna de ellas (...) estaría bien que fuera ella pensó a continuación, estaría bien poder descansar por fin...” El relato sigue unos párrafos más para continuar...” las dos bocas se juntaron y entonces ocurrió lo siguiente”...

Marai hace esta descripción para dar cuenta de lo que está sintiendo el personaje en una fracción menor a un minuto, casi podría decirse segundos-Comienza en la página 55 y se prolonga hasta la pagina 61. ¡siete páginas para expresar lo que puede sentir una persona en segundos! Construye una verdadera imagen de todo lo que puede cruzarse en los sentimientos del personaje en esos segundos y lo pone en palabras.

En otro pasaje de la novela, el Conde de Parma le dice a Giacomo que interceptó la carta que la condesa le enviaba, en la que solo decía “ te debo ver” a partir de allí, a lo largo de dos páginas hace una análisis de esa frase dándole espesura dramática a esas tres palabras: “te debo ver”. Otra vez las temporalidades. ¿Cómo podría construirse desde el sonido esa espesura dramática que Marai le da en esos párrafos? “Francesca no ha leído las obras de Dante o de Virgilio, no sabe que es el sujeto o el predicado y, sin embargo, ha recreado por si misma, tan solo con sus disposición, las normas de un estilo correcto y elevado. Porque no se puede decir más, ni de una manera tan exacta , de lo que dice esta carta. ¿quieres que la analicemos? Te debo ver. Ante todo me deja maravillado la fuerza y concisión de la frase, no contiene ni una sola palabra innecesaria. Empieza por la palabra Te. Una palabra inmensa Giacomo. No se si se le puede decir algo más importante a una persona...es una palabra plena, grandilocuente, que colma el universo personal, una palabra que dolorosa que crea ambiente, que denomina a una persona y la colma de vida; la designa con una variante gramatical de Tu, la primera palabra que Dios dirigió al primer hombre, al ver que no bastaba simplemente con haberlo creado, así que lo denominó, lo nombró, dirigiéndose a él en forma de tu. ¿Comprendes la palabra? ¿La captaz en su totalidad? (...) esa palabra, la primera de la carta te eleva a una categoría superior entre todos los hombres, te enaltece en todos

los terrenos que eres parecido a los demás, te exalta y te ennoblece. Te, dice Francesca, mi esposa, la condesa de Parma, y cuando pone esa palabra en el papel te eleva a la categoría de noble caballero aunque seas un simple aventurero (...) la siguiente palabra es debo. No dice, quiero, deseo o quisiera. Con la segunda palabra expresa lo inalterable, lo eterno...” el texto sigue como parte de un monólogo donde el Conde hace frente a lo inevitable. Tres palabras que en un texto pasarían desapercibidas, desgastadas por su uso, en el texto de Marai cobran espesura dramática por el contexto en que se las ubica: un hombre que sale al encuentro de su rival, a quien años atrás le arrebató su amada y que ahora viene a negociar lo inevitable, pero fundamental por la poética del lenguaje, o lo que podríamos decir esa capacidad expresiva que tienen algunos escritores..

Pensemos ahora a la inversa: esas melodías breves, quizás un minuto o menos, que la escuchamos y disparan un sinnúmero de imágenes y recuerdos, o nos llevan a construir sensaciones diversas o quizás solo un suspiro quedo que expresa la desazón que sentimos.

Tenemos, entonces, tres técnicas:

La pausa disgresiva: en medio de un relato aparece el pensamiento del personaje haciendo un recorrido por su pasado.

Pausa descriptiva: el personaje detiene su mirada en un cuarto al entrar y se describe el ambiente

Anisincronía que se genera como una cámara lenta o como una cámara rápida, donde el tiempo se estira lentificado o se acelera como una sucesión de imágenes recordando el pasado.

4. La credibilidad y la verosimilitud.

Lo bello es siempre raro. Lo que no es ligeramente deforme presenta un aspecto inservible. _Giovanni Boccaccio (1313-1375) Escritor italiano.

Podemos entonces, tanto edificar mundos reales o posibles, o espacios fantasiosos o fantásticos, recrear epopeyas, pero el texto sonoro lograra expresividad en la medida que genere sensación de credibilidad. En esto la consistencia del relato deberá ser verosímil, que no es lo mismo que verdadero. Con verosimilitud hablamos de lo que podríamos denominar un acuerdo con el oyente, una negociación de sentido, donde acepta que lo que escucha es una ficción o fantasía

pero podría haber sido verdadero o puede llegar a serlo. Es decir generar una ilusión de realidad donde el oyente puede identificarse con los escenarios, el relato o los personajes, ya sea desde la realidad que vive o desde el orden del deseo. Y esto es clave en la captación de la atención de las audiencias.

Anclar en el deseo implica bucear en lo más profundo de nuestros oyentes. Pensemos un relato dramático donde desde lo real sabemos que la resolución es casi imposible, ahoga. La salida desde lo mágico no deja de ser verosímil, porque apunta al deseo, y quien alguna vez no soñó con que algo mágico cambiara el rumbo de nuestras vidas, o al menos de algún aspecto. Ya volveremos sobre esto en el capítulo de ficción.

El Realismo Mágico. Macondo Como Metáfora.

La aparición del término Realismo Mágico se ubica entre los años 1920-1930 cuando la crítica intentaba definir los trabajos de los pintores germanos de la postguerra. La temática y los elementos de las obras de estos artistas, sucesores al Pos expresionismo, se caracterizaban por ser imaginarios, fantásticos e irreales. Paulatinamente, la nueva corriente se extendió a otros países de Europa: Holanda, Italia y Francia, cruzando finalmente el Atlántico y arribando a los Estados Unidos. Hacia los años 40, el Museo de Arte Moderno de Nueva York (MOMA) ofreció la exposición "Realistas americanos y realistas mágicos". Es en esa misma década cuando los críticos de literatura recurren al nombre de Realismo Mágico para definir el estilo narrativo de algunos autores.

En la literatura, el Realismo Mágico es un género en el que el autor combina elementos fantásticos y fabulosos con el mundo real, creando un equilibrio entre una atmósfera mágica y la cotidianidad, quebrantando las fronteras entre lo real y lo irreal, ubicando cada uno de estos en el lugar del otro. Diferenciándose del uso tradicional de los elementos fantásticos en la literatura, el Realismo Mágico presenta lo real como maravilloso y viceversa, planteando como un suceso común, tanto para el lector como para los personajes de la obra, escenas y hechos fabulosos, mientras que brinda

a su vez un carácter fantástico e irreal a actos de la vida común.”

¿Es posible el realismo mágico en la enunciación radiofónica? basta con escuchar algunas producciones radiales de Radio La Voladora de México o de Radioactiva del mismo país para encontrar la respuesta. Sin ir tan lejos escuchemos en Argentina a Liliana Daunes con Juana Pimienta o Rosa de los Vientos y tendremos parte de la respuesta

Nos quedamos con una frase de la anterior definición “brinda un carácter fantástico e irreal a actos de la vida común”. Decíamos como título ese “mágico mundo sonoro” para referirnos a la radio. También se la ha denominado “el teatro de la mente”, solemos decir “construir imágenes sonoras”. La radio es cotidianidad, con sus rutinas y muchas veces su tedio. Pongámosle una cuota de sorpresa y magia a ese cotidiano, hagamos algo mágico de la vida común. “creando un equilibrio entre una atmósfera mágica y la cotidianidad”, dice la definición más adelante. Para agregar luego “quebrantando las fronteras entre lo real y lo irreal” Por ejemplo Un narrador real que entra y sale de la ficción, o al revés. Un narrador ficcional que recorre por ejemplo un documental.

Las piezas sonoras, están en lugar de otra cosa, de un objeto, en tanto representación tienen una función simbólica, pero también, en tanto símbolos, presuponen la capacidad imaginaria, es decir de ver en una cosa lo que no es, de verla distinta de lo que es.

Lo simbólico son abstracciones que construyen el imaginario, pero el simbolismo no puede ser neutro ni totalmente adecuado, porque no puede tomar sus signos de donde quiera ni los signos que quiera, porque hay ante el individuo un lenguaje ya constituido. Todas las hibridaciones y cruces que hagamos parten de un acuerdo previo. Cuando se crea un nuevo lenguaje es porque hay cosas nuevas para decir. El problema es cuando queremos trabajar un lenguaje nuevo pero para decir lo mismo.

Para concluir “las significaciones imaginarias sociales no pueden pensarse en base a una hipotética relación de estas con un “sujeto” que sería “portador” de ellas o las tomara como objeto (...)porque son ellas las que hacen que unos “sujetos” existan en cuanto sujetos, y en cuanto sujetos tales (...) tampoco pueden pensarse las significaciones imaginarias sociales a partir de su

“relación” a unos “objetos” que constituirían sus “referentes”. Porque es en y a través de ellas que los objetos – y por ende la relación de referencia-se hacen posibles. El “objeto” en tanto referente, viene siempre co construido por la significación imaginaria social correspondiente. Lo más importante: las significaciones centrales o primarias no tienen referente alguno, o, si se prefiere, son ellas mismas su propio referente. ¹⁵

Podríamos adentrarnos en un debate sobre el concepto de realidad y realidad construida. Podríamos debatir acerca de que es lo real o cuales son los límites entre la realidad mediática y la “realidad” de la cotidianidad, pero nos exceden en este trabajo. Entonces podemos construir “realidades” mediáticas” y, en nuestra especificidad, sonoras, a partir de los datos, de los hechos. Construimos luego en términos enunciativos algo nuevo que da cuenta de esa realidad. Ahí es donde entran en juego todas las posibilidades del lenguaje sonoro. Ahí es donde podemos insinuar un “juego” o experimentación desde el sonido tomando como concepto prestado el de “realismo mágico”. Y esto es ir mucho más allá de lo que en radio tradicionalmente se denomina (erróneamente) vestir una nota o entrevista vestida. Es decir estamos hablando de totalidad discursiva para producir sentidos. Y no de poner de modo “lindo” o atractivo un texto. Estamos hablando de producir nuevos sentidos, porque los modos de escucha y recepción cambian. Porque hay cambios culturales a partir de los cambios tecnológicos y sobre todo en el ámbito de las comunicaciones. Y aquí una pequeña digresión para diferenciar lo que es ficción de simulación. Dice el Sociólogo Alemán Jorg Becker: “simulación es una de esas palabras mágicas de las ciencias con las que hoy en día se intenta corresponder a la realidad tecnológica de los nuevos medios de comunicación. La simulación se diferencia de la ficción en que, aunque también evade y engaña la realidad, al fin y al cabo, crea una realidad. La simulación ajusta lo imaginario con lo real (...) la manipulación se convierte en la normalidad de la descripción del mundo. Por ello debemos conquistar una nueva relación con los términos apariencia, ficción y simulación. Ya no denomina la

15 Cornelius Castoriadis La Institución Imaginaria de la sociedad Tusquets Barcelona 1983

otra cara de la realidad, sino sus estados físicos (...) alrededor de nosotros, las omnipresentes imágenes técnicas están en vías de reestructurar de forma mágica nuestra realidad e invertirla en un escenario global de imágenes. Se trata fundamentalmente, de un acto de olvido. El hombre olvida que era él quien generaba esas imágenes para orientarse en el mundo”¹⁶

Pero nosotros hablamos de ficción, de construcción de otras realidades donde hay un guiño en el que todos sabemos que es una construcción y por un instante entramos en otros mundos y otras realidades, a las que elegimos entrar y elegimos cuando salir. No se nos impone como la simulación mediática, en la cual el entramado de discursos nos introduce en una red de la cual quedamos atrapados y la cual no controlamos. ¿Qué es un panorama de noticias que manipula la información, el dato de la realidad cotidiana y lo presenta en pantalla editado y seleccionado en su producción de sentido?. No es ficción, no es la “realidad”, es la simulación que plantea Becker. Para concluir, recomiendo leer *Del Sentimiento de lo Fantástico*, de Julio Cortazar en *La Vuelta al Día en 80 Mundos*, del cual dejo unos párrafos: “cuando lo fantástico me visita (a veces soy yo el visitante y mis cuentos han ido naciendo de esa buena educación reciproca a lo largo de veinte años) me acuerdo siempre del admirable pasaje de Víctor Hugo :”nadie ignora lo que es el punto vélico de un navío; lugar de convergencia, punto de intersección misterioso hasta para el constructor del barco, en el que se suman las fuerzas dispersas en todo el velamen desplegado. “Estoy convencido de que esta mañana Teodoro miraba un punto vélico del aire- No es difícil irlos encontrando y hasta provocando, pero una condición es necesaria: hacerse una idea muy especial de las heterogeneidades admisibles en la convergencia, no tener miedo del encuentro fortuito (que no lo será) de un paraguas con una maquina de coser. Lo fantástico fuerza una costra aparental, y por eso recuerda el punto vélico; hay algo que arrima el hombro para sacarnos de quicio. Siempre he sabido que las grandes sorpresas nos esperan allí donde hayamos aprendido por fin a no sorprendernos de nada, entendiendo por esto no escandalizarnos frente a las rupturas del orden. “

Los cambios tecnológicos producidos en las últimas décadas impactaron no solo en los modos de producción sino también en las maneras de relacionarnos. Los cambios en las tecnologías

16 Jörg Becker. Revista Telos. El Pensamiento Posmoderno, su composición en la teoría de la Información.

comunicacionales generaron una dinámica dentro de la sociedad que ha modificado las formas de participación, de encuentro y de aprendizaje. Es decir, en nuestra cultura y en los modos que está se constituye y manifiesta.

Por esto en la era de la edición digital de sonido, producimos y creamos desde otra perspectiva. La posibilidad de edición digital modifica nuestro modo de crear, Ya no creamos con lógica analógica. Es decir no hay solo un cambio técnico sino cambios en la percepción y en los modos de crear. Por esto a veces resulta complejo explicar nuevos modos de enunciar en radio o nuevos modos de trabajar y experimentar con el sonido.

Pero tenemos que considerar a la edición digital como un soporte de escritura sonora. De modo que el trabajo con planos sonoros, fundidos, cortes deberían ser pensados como un modo de escritura sobre ese nuevo soporte. Si logramos comprender esta lógica, todo el modo de producir, pensar y crear una producción sonora se modifica. La edición digital abrió un horizonte de trabajo fascinante, pero no reemplaza la creatividad y la imaginación, en definitiva, la base de todo sigue estando en el ser humano y su capacidad creativa, porque como dice Humberto Eco “solemos decir que los inventos y descubrimientos que cambiaron nuestras vidas dependen de maquinas complejas. La verdad sin embargo, es que seguimos aquí gracias a los porotos”

La Gramática del Sonido

Apuntamos más que a un oyente, a un interlocutor que resemantiza y completa sentido. De ahí la importancia de la actitud provocativa. Se trata de provocar el diálogo, la imaginación, la discusión, la fantasía...

Y aquí vamos a hablar de los textos sonoros en su diseño en tanto texto. Cuando trabajamos con la sonoridad, la oralidad, debemos usar un tipo de puntuación distinta a la que se utiliza en la escritura, por ejemplo, basada en la pronunciación, el acento, el énfasis, las pausas, los silencios, la música, los efectos. Es decir, el sonido mismo crea sus propias reglas gramaticales. Apuntar a una gramática del sonido.

El sonido, la oralidad es lo que da movimiento y mayor verosimilitud al relato escrito. No es el

texto en si sino el relato que resuena en nuestra cabeza lo que lo vivifica. Pensemos un texto ambientado y narrado desde la oralidad, su capacidad de seducir de atraparnos. Un texto escrito nos atrapa cuando tiene sonoridad, cuando podemos imaginarnos a ese personaje hablando en nuestra cabeza.

La iconicidad del sonido

La capacidad icónica de un sonido depende del grado de semejanza ente el objeto representado y el sonido. La mayor o menor correspondencia modifica la capacidad de resemantización del oyente. A veces podemos buscar la ambigüedad y bajamos en nivel de iconicidad jugando con los niveles del mismo ya sea suavizándolo o exacerbándolo. Por ejemplo si estoy trabajando una parodia a lo mejor en vez de poner sonido de balas puedo sustituir por una voz diciendo bang bang o los golpes o los gritos como en la serie Batman de los 60.

Hay algunos aspectos a tener en cuenta en el trabajo con los sonidos:

Abstracción: no es lo mismo el sonido de una puerta que el del espacio o las alas de un ángel

Referencialidad: hay sonido referenciables según la cultura el grupo etario o social

Manipulación: el trabajo con los editores de sonido permite modificaciones que no remiten a nada en particular pero pueden generar climas

Múltiples fuentes sonoras: como ya hemos dicho los planos modifican la quietud por el dinamismo

Pensemos una descripción, puede construirse en tres niveles diferentes:

Estática: describo como un recorte espacial con el zoom de la cámara lo que veo al detalle, ya sea con palabras o sonidos.

Dinámica: a la misma postal le agrego el dinamismo describiendo o focalizando en una situación de ese recorte, por ejemplo con un segundo plano del escenario pongo en un primer plano a una pareja de ese paisaje que está discutiendo. Y puedo salir de la discusión del primer plano con el ruido de una neumática taladrando el pavimento que va tapando la discusión, lo cual además refuerza el clima de violencia o de alteración. Otro ejemplo puede ser si voy a habla sobre el origen del tango prostibulario, lo sitúo en un segundo plano de burdel, llevo el primer plano a dos guapos peleando

por una mujer, sumo la pelea con el ruido de los cuchillos rozándose y fundo con un tango que su sonido armonice con el sonido de los cuchillos. Otro ejemplo es fundir el lamento de una mujer con el lamento flamenco de los gitanos.

Entonces tanto el sonido en efectos como la música y las palabras se pueden trabajar por complemento o refuerzo, como hemos visto, o por oposición, acentuando la diferencia. En el caso de la plaza con la pareja por ejemplo podríamos fundir la discusión con la risa de chicos jugando y llevar así a otro clima.

Este último efecto o rasgo, el de oposición podemos definirlo como paradoja. La paradoja es un recurso expresivo que busca captar la atención del oyente, sacándolo de la linealidad o de lo previsible. Es decir rompe con lo esperable. La paradoja pone en crisis las certezas, por eso es un recurso interesante de trabajar.

Escenario y Clima Sonoro

¡Dios mío, qué guapa estabas esta tarde cuando hablamos por teléfono! Groucho marx

Vamos a construir una escena de una novela radial. Pensemos un pasaje de un policial negro. Es muy interesante para trabajar el recurso sonoro como constructor de escenario y clima. Pensemos los films del género: El halcón maltés (1941) de John Huston, Laura (1944) de Otto Preminger Gilda (1946) de Charles Vidor , El cartero siempre llama dos veces (1947) de Tay Garnett , La dama de Shangai (1947) de Orson Welles , La jungla de asfalto (1950) de John Houston , Cara de Ángel (1953) de Otto Preminger , Chinatown (1974) de Roman Polanski Taxi Driver (1976) de Martin Scorsese o El Demonio vestido de azul, por ejemplo

Hay un juego de tres aspectos en la construcción de una narración sonora:

1. Clima sonoro
2. Escenario sonoro
3. Texto

Pensemos en una película a la que le quitamos el sonido: tenemos un escenario. Las imágenes nos muestran una secuencia, donde incluso se puede obviar del texto. La falta de sonido

nos borra el clima. Podríamos estar viendo un policial o una comedia. Hace muchos años había un grupo de humoristas Uruguayos en la TV argentina que realizaba un programa denominado Hupumorpo. Uno de los sketch era pasar cintas de films clásicos muy viejos, en blanco y negro, donde sustituían la con música y la traducción jugando con lo paródico de las escena en cuestión. Era el sonido el que guiaba la producción de sentido y no la imagen.

Centrémonos solo en el sonido de esa película a la que le habíamos anulado el volumen, la música nos prepara para una situación de terror o de suspenso, pero al faltar el escenario (la imagen) también podría ser una parodia de cine de terror.

Tenemos una novela y la leemos, la trama es de un policial de Raymond Chandler, mientras vamos leyendo, nos vamos imaginando el lugar, los personajes, lo que puede llegar a suceder. Tenemos el texto y nuestra imaginación construye lo demás, al punto que si es media noche y sentimos crujir la puerta es muy probable que nos sugestionemos por lo que disparó el texto en nuestra imaginación.

Quisiera detenerme en el clima sonoro antes de avanzar. El clima tiene dos aspectos, o más bien diríamos cumple una doble función. Por un lado construir el clima en que se desarrolla la escena para lograr dar espesura dramática y así direccionar el texto hacia el genero determinado (suspenso, comedia, terror). Pero hay otro aspecto, que, es tan o más importante aun en relación a las audiencias, y es el clima que quiero generar en la audiencia, las sensaciones, porque recorrido emocional lo quiero llevar. Que es lo que quiero producir en el campo de las audiencias. Supongamos una ficción donde se va armando una trama en torno a un personajes ansioso patológico que empieza a ver situaciones que no suceden. El clima de la trama es de suspenso por las situaciones que se imagina el personaje que se plasma en un texto sobre engaños. Por otro lado está el clima que genera un personaje ansioso al borde de la paranoia. Tengo que conjugar esos dos climas para que la trama no se torne obvia y el oyente se centre en que es un personaje que ve cosas que no suceden en la realidad. Tengo que trabajar la ambigüedad, sembrar duda.

Pensemos otro caso, por ejemplo una persecución en un comic radial. Hay un clima sostenido que

es el que genera la sensación de alguien que va escapando y es perseguido, un ritmo. A esto debo conjugarle un clima variable que me de los matices de esa persecución.

Un último elemento, que trabajaremos más adelante, todo esto varía si estamos trabajando con un texto propio o diseñado especialmente para el formato radial, o si trabajamos con un texto de autor, un clásico, donde la impronta del escritor es muy fuerte y también lo es la poética del texto.

Ahora bien como juegan estos tres aspectos antes mencionados en la producción de una radionovela, o un radio cómic o un radio teatro.

Volvamos al policial, trabajemos el desenlace de una radionovela (novela entendida como género narrativo) **CODIGO QR**

El escenario sonoro es la escenografía donde se desarrollará una historia (el texto) que será reforzada o completada en su sentido, con el clima sonoro.

Avance de la historia cambio de clima: pasaje del interior al exterior para mostrar las dos situaciones y los dos climas: pasaje del exterior al interior y resolución de la escena.

Escena 1:

Silencio: 4 segundos

Pasos que se acercan (plano móvil), cansinos, como los de una persona mayor agobiada, casi arrastrados. 5 segundos

Comienza el texto en seco: “la mansión lo comprendía todo, como una enorme tumba de piedra tallada donde se desmoronan los restos de varias generaciones y se deshacen las vestimentas de seda gris (con fade entra vissi d’arte, Aria de Tosca, Puccini interpretada por Kiri Te Kanawua, y se mantiene en segundo plano) sigue el texto...y paño negro de las mujeres y hombres de antaño. Comprendía también el silencio, como si este fuera un preso fervoroso y creyente (fade en el texto que va desapareciendo y la aria de Puccini pasa a primer plano con un fade. Pasaje a escena 2

Escena 2

El aria de Puccini se va desplazando a segundo y tercer plano hasta desaparecer. Nuevo escenario, afuera de la mansión. Ruidos nocturnos en segundo plano, pasos que avanzan como pisando

malezas. Algún ladrido de perro en tercer o cuarto plano. Música de suspenso va apareciendo hasta quedar en un segundo plano. Voces confusas y efecto de radio o Motorola. La música va desapareciendo, queda sonido nocturno y el aria de Puccini de un tercer plano comienza a pasar hasta llegar a un primer plano dando el pasaje a la tercera escena

Escena 3

El aria de Puccini se desplaza a un segundo plano y va apareciendo de un tercer a primer plano el texto como continuidad hasta que se escucha nítidamente... “el general miraba el retrato de su madre. Conocía todos los rasgos de aquel rostro delgado. Aquellos ojos contemplaban el pasar del tiempo con una expresión de desprecio soñolienta y triste, con la mirada de las mujeres de antaño” las últimas palabras van desapareciendo en un pasaje a tercer plano mientras avanza hacia un primer plano nuevamente Puccini al momento de mayor dramatismo del aria. Pasaje a escena siguiente

Escena 4 el aria está en su momento más dramático. Comienza a pasara aun segundo plano y el latido de un corazón va emergiendo de un tercer a primer plano. Pasos corriendo que entran a la casa, voces confusas, máximo clima de dramatismo con texto que aparece a primer plano: ... llegaron empuñando sus armas, pero al ver que no se movía se detuvieron a pocos pasos... Comienza a distenderse el clima, el aria va desapareciendo y solo queda el latido del corazón. Sigue el texto que había sido pisado en parte...”lo observaron desconcertados. Luego uno de los inspectores se quitó el impermeable y le cubrió el cuerpo desnudo y tembloroso. Lo rodearon en silencio y lo acompañaron hasta la lancha sin decir palabra; incluso se olvidaron de esposarlo, tan perplejos estaban”. Se detiene el sonido del latido del corazón y hay 3 segundos de silencio. Efecto de viento que genere desolación, viento de desierto de fondo mientras retoma el texto final ...Más tarde muchos asegurarían haberlo visto, a través de la ventanilla del automóvil, con aquella sonrisa irónica y cruel aún dibujada en su rostro. Queda el viento soplando unos segundos. Y sobre esa base van los títulos.

Rudolf Arnheim, alemán, autor de un clásico llamado *Estética Radiofónica*, decía que los procesos mentales se apoyan mucho en el efectivo funcionamiento de nuestras modalidades

sensoriales y en el rol de los sistemas simbólicos no lingüísticos y que el arte sonoro tiene sus propias reglas. Ya en otros apartados decíamos que debemos tender a una gramática del sonido o de la sonoridad. Al realizar una producción sonora, en tanto proceso significante, más que las reglas de la gramática textual, debemos pensar en otro tipo de reglas. Si bien permanece la lógica de la narrativa, las puntuaciones se modifican cuando hablamos de producciones de sentido sonoras. Es decir, producimos y llevamos adelante una producción significante pero con otras lógicas de diseño.

“No podía contar todos los silbidos de pájaros o zumbidos de insectos, pero me hallaba convencido de que estaba escuchando cada sonido individual en el momento en que se producía. Juntos creaban un orden de lo más extraordinario. No puedo llamarlo otra cosa que “orden”. Era un orden de sonidos que tenían un diseño; es decir, cada sonido ocurría en secuencia. Entonces oí un peculiar lamento prolongado. Me hizo temblar. Todos los otros ruidos cesaron en un instante, y hubo completo silencio mientras la reverberación del gemido alcanzaba los límites extremos del valle; después recomenzaron los ruidos. De inmediato capté su diseño. Tras escuchar con atención un momento, creí entender la recomendación que Don Juan me hizo de buscar agujeros entre los sonidos. ¡El diseño de los ruidos contenía un espacio entre un sonido y otro! Por ejemplo, los cantos de ciertos pájaros tenían sus tiempos y sus pausas, y de igual manera todos demás sonidos que yo percibía. El crujir de las hojas era la goma que los unificaba en un zumbido homogéneo. El hecho era que el tiempo de cada sonido formaba una unidad en la pauta sonora general. Así, los espacios o pausas entre sonidos eran, si uno se fijaba, hoyos en una estructura”¹⁷ Que mejor explicación de la construcción sonora que este relato.

Dice Murray Schaffer “Tampoco es posible unir sonidos sin que cambien su carácter. La paradoja de Zeno: “Si una medida de granos derramado sobre el piso produce un sonido, cada grano y cada parte de cada grano deben producir también un sonido, lo cual, en realidad, no es cierto”

Sonidos en situación

17 Don Juan Castaneda

Un sonido en situación produce sentido a partir de una gramática propia. El encadenamiento sonoro de textos melodías, sonidos naturales o contruidos, con sus planos sonoros y sus texturas nos saca de la lógica escritural y racional para situarnos en otro plano del entendimiento que tiene que ver con la percepción. Donde elementos inconscientes nos hacen realizar determinadas asociaciones que construyen un todo sonoro. Pensemos en las historias sonoras, donde con ausencia de la palabra construimos una historia o un clima determinado que nos remite a una situación concreta. En esto entran en juego construcciones simbólicas del orden de lo colectivo y del orden de lo individual que ancla en cada historia personal. Por eso no puede haber dos percepciones idénticas, pero si percepciones identitarias, es decir que se elaboran desde una identidad común. O una historia colectiva común. Desde lo visual en Argentina, un automóvil marca Falcon color verde, 30 años atrás tenía una identificación común que excedía las historias individuales. Hoy un falcón verde para las generaciones más jóvenes no significa más que un auto viejo. Llevado al plano del sonido un disco que se escucha con refrito, para quienes conocieron el disco de pasta evoca nostalgia. Para alguien muy joven es solo un mal sonido. ¿Las producciones de Radio Bangkok que fueron fundantes de un modo distinto de hacer radio pueden producir el mismo efecto que hace 15 años? Definitivamente no, incluso para quienes las oíamos en esa época. Los ritmos de producción actuales y las posibilidades de edición digital, de fragmentación al segundo construyen otros discursos sonoros y por ende otras lógicas de escucha. Una producción de Radio Bangkok como la Brigada ENTEL, hoy sería larga y terminaría generando la perdida de atención en quién la escucha. Entonces, los elementos o aspectos que debemos tener presentes al momento de pensar en sonido, sus ritmos, sus temporalidades son, entre otros:

8 Momento histórico

9 Prácticas culturales

10 Estéticas

11 Territorialidad

12 Universos simbólicos

13 Clima de época

14 Temporalidades

Capítulo 6

Construir la *ficción en radio: la loca de la casa*

Introducir sobre la ficción en transmedia

“¿quién fue el que llamó a la imaginación la loca de la casa? Quienquiera que haya sido, sabía muy bien lo que estaba diciendo. Aquí hemos aprendido a lidiar con esa señora mucho mejor que Sidalía con Belinda; le hemos permitido corretear a sus anchas pero sin dejar que se exceda. La historia que va a filmar socorro podría remontarse a un pueblo Colombiano llamado Mompox. Es un pueblito típicamente colonial – algo así como Trinidad en Cuba- con tres calles que corren paralelas al río. Mompox, tierra de Dios donde se acuesta uno y amanecen dos según se dice. Es un lugar lleno de locos. Allí toda familia que se respeta tiene su loquito y lo amarra al árbol del patio, sobre todo cuando hay visitas. La imaginación trabaja sobre esos datos y a menudo se queda corta, como es natural. Porque la inventiva de la realidad no tiene límites. En cambio las situaciones dramáticas se agotan rápidamente; no hay treinta y seis sino tres grandes situaciones dramáticas: la vida el amor y la muerte. Todas las demás caben ahí”

Como se cuenta un cuento-

Taller de Guión de Gabriel García Márquez. Escuela Internacional de Cine y TV San Antonio de los Baños Cuba Ediciones Voluntad Interés General – Colombia-

Mientras trabajo en este libro pienso en como lo hacía 30 años atrás...sentada sobre una silla, acodada a la mesa. Antes: pilas de libros, mate, apuntes, maquina de escribir, música que suena, a veces la TV encendida. Interrupciones con el teléfono que suena. Momentos de vacío en mi cabeza que resolvía levantandome a hacer otra cosa de tipo manual o que limpiara un poco la saturación. Para luego retomar. Hoy: pilas de libros, mate, apuntes, notebook, de la cual sale música y hay libros y apuntes de consulta, o un video, el teléfono que suena...Momentos de vacío en mi cabeza que resuelvo jugando un solitario en la compu o revisando el face, para luego retomar. A los propósitos creativos, nada ha cambiado...

Lo más importante para pensar los relatos transmedia, lo central, es que tengamos una buena historia bien narrada. Lo atractivo no será las múltiples plataformas, sino una buena historia, algo

que genere interés, que de respuestas a una necesidad. Si la narración es mala o poco atractiva, no se va a modificar porque amplíes los medios o soportes por los que circule. Dicho esto, una primera premisa es que no todos los relatos tienen que entrar en una narrativa transmedia, es decir puede comunicarse por un solo soporte y ser atractivo, impactar o dar respuestas o abrir nuevas alternativas a las audiencias sin necesidad del transmedia. La transmedia nunca va a salvar un mal relato, de ahí la importancia de generar buenos relatos. Un buen relato es transversal a la tecnología.

Historia y narración no existen, para nosotros, mas que por intermedio del relato. Pero, recíprocamente, el relato, el discurso narrativo no puede ser tal sino en la medida en que cuenta una historia. Entonces la narración existe por su relación con la historia que cuenta y como discurso, por su relación a la narración de quién la enuncia.

Entonces, denominamos narración a una sucesión de hechos que se producen a lo largo de un tiempo determinado y que, normalmente, da como resultado la variación o transformación, en el sentido que sea, de la situación inicial, sea esto ficción o periodismo. Desde la perspectiva de la semiótica la narración se puede realizar con cualquier clase de signos, un cuadro o imagen, o un texto sonoro.

Tenemos la hoja en blanco, o mejor dicho hoy podríamos decir la pantalla en blanco. Queremos empezar a escribir una historia. Para escribir una historia de ficción, una narración, un cuento, hay algunas reglas o ayudas que son básicas. Pero ninguna de ellas reemplaza la imaginación. La capacidad de crear. Hay quienes tienen la capacidad de crear en imágenes. Piensan ideas y automáticamente se imaginan la situación. Esto es una gran ayuda al momento de pensar la ficción en radio. Si bien lo nuestro es el sonido, esas imágenes nos ayudan a imaginar escenarios sonoros, personajes, sus características, estados de ánimo, tonos...

El deseo como eje estructurador en los relatos

Los oyentes no lloran por mis novelas; yo sólo les doy un pretexto.

En principio tenemos que tener una idea. Pero para tener una idea necesitamos saber que queremos decir. Hacer ficción no significa estar por fuera de la realidad. Las ideas no salen de la nada. Generalmente responden a inquietudes personales, ya sea existencial, social, política...por lo cual toda ficción siempre deja un mensaje. A su vez esas inquietudes están ancladas en temas epocales. Es decir, vivimos en un tiempo determinado, una cultura y una sociedad que nos marcan y nos atraviesan. Esos “temas” son la matriz de nuestras ideas e inquietudes. En definitiva cuando creamos es darles nuestra impronta.

Pero con la idea no alcanza. Para que sea efectiva tenemos que tener una buena historia. Dice García Márquez “Padezco de la bendita manía de contar. Y me pregunto: esa manía ¿se puede transmitir? ¿Las obsesiones se enseñan? Lo que si puede hacer uno es compartir experiencias, mostrar problemas, hablar de las soluciones que encontró y de las decisiones que tuvo que tomar , porque hizo esto y no aquello, porque elimino de la historia una determinada situación o incluyo un nuevo personaje...en otras palabras uno abre bien los ojos, no se deja hipnotizar, trata de descubrir los trucos del mago. La técnica, el oficio, los trucos son cosas que se pueden enseñar y de las que un estudiante puede sacar buen provecho” ¹⁸ Así que haciéndole caso al padre de Aureliano Buendía intentaremos avanzar sobre el proceso creativo de la ficción en radio.

Hay tres tópicos que construyen la trama y el conflicto de cualquier relato: querer, poder, deber: quiero, puedo y no debo. Puedo, debo y no quiero Y todas las variantes posibles. El motor siempre es el deseo. Ahora bien, que es el deseo? Esther Díaz dice “el deseo es una pulsión, una fuerza que tiende a expresarse, a realizarse a expandirse. El deseo es una inquietud producida por la insatisfacción y es, al mismo tiempo, una manifestación vital. El deseo en si mismo no tiene ningún objeto determinado, es pulsión de vida, de autoafirmación. Pero las sociedades se ocupan, entre otras cosas, de construir representaciones en las que “depositamos” el deseo. Se podría decir

18 La Bendita manía de Contar Taller de Guin de Gabriel Garcia Marquez
Ollero y Ramos editores 1998 Madrid. Escuela internacional de cine y television

entonces que el deseo es intemporal. Pero el objeto de deseo es histórico, depende de los discursos y las prácticas de cada época (...)hubo épocas en que la pulsión deseante se orientaba fundamentalmente hacia lo religioso. Hubo otras épocas en que el deseo se regía por valores predominantes, estéticos, bélicos o republicanos. Con el avance del capitalismo las representaciones del deseo se concentraron en el consumo.(la tecno ciencia colabora para que se desvanezca nuestra antigua noción de cuerpo. Pero no es menos cierto que a su vez crea otras formas de deseo. Un deseo atrapado en la red de redes., en los teléfonos en las pantallas donde se trata mas de ver y escuchar que de tocar”.

Vamos a tomar la triada ethos, logos y pathos, como elementos centrales de la persuasión en la retórica. Y aquí comienzan los problemas. Si bien tomaremos lo sustancial para nuestro fin, que es la construcción de una narratividad creativa, interesante y bien diseñada, hay algunas diferencias en torno a que implica o lo que “significan” cada uno de estos elementos de la retorica de la persuasión. El ethos sería lo que queremos decir. Entonces si partimos de la necesidad de decir algo, de contar algo, del ethos, veremos luego el mejor modo de contarlo, el pathos y por supuesto, que es lo que queremos decir, el logos.

En la narración, podemos decir que el ethos es la idea inicial, lo que queremos decir. Mientras que el pathos es el drama en sí. La estructura dramática de nuestra historia, de lo que queremos decir, en nuestro caso, la historia. Mientras que el logos Sería lo que queremos que quede plasmado en el oyente..

Otra forma de verlo, según otras interpretaciones plantean que Debería denominarse pragma a la ejecución de una idea. Que logos es lo dicho y lo dicho manifiesta el asunto el carácter de quien lo dice (ethos) y lo que trata de imprimir en el otro (pathos). Pero de una u otra manera estamos hablando prácticamente de lo mismo. Es decir la estructura de una narración: que quiero decir, como lo voy a decir y que quiero generar en mis oyentes.

La estructura del relato radiofónico

La inspiración para escribir una historia en general sale de la vida cotidiana y no de algunas

musas que nos revolotean. La creatividad se puede ejercitar. Dos ejemplos: Sentémonos en una plaza y observemos situaciones, personas y construyámosle una historia. Podemos también sentarnos en un bar, o en cualquier lugar público

Otra posibilidad es tomar noticias insólitas de los diarios y recrear las situaciones o la historia de los personajes que llevaron a ese desenlace. Los casos policiales ya sean resueltos o no también son fuente de inspiración.

Como empezar

El inicio de una historia está pautado por el objetivo de mi narración. Es decir primero tengo que tener la historia completa diseñada y luego definir el modo de impacto inicial para atraer al oyente. En nuestro caso, quizás una melodía o un audio de película o un dialogo icónico, pueden ser más fuertes como disparadores, que el inicio del texto escrito.

Como concluir

En relación al final de la historia corremos dos riesgos, o lo obvio, o lo muy abierto. En el caso de la oralidad, en general una frase corta y contundente suele tener más impacto.

Si vamos a realizar un final abierto, la frase tiene que tener una ligazón directa con el inicio del relato, como por ejemplo en la Reina del Sur de Pérez Reverte arranca así: “Sonó el teléfono y supo que la iban a matar...” y finaliza: “De Teresa Mendoza nunca más se supo. Hay quienes aseguran que cambió de identidad y de rostro y que vive en los EE.UU. (...) se habló de Paris, Mallorca, pero en realidad nadie sabe nada...”

El final, también en algunos relatos, es el desenlace de algo que en ningún momento esta preanunciado en el inicio. La clave está en la historia y como se va desarrollando. Veamos Brooklyn Follies de Paul Auster: “Estaba buscando un sitio tranquilo para morir. Alguien me recomendó Brooklyn...” “De momento todavía eran las 8 de la mañana y mientras caminaba por la avenida bajo aquel radiante cielo azul era feliz, amigos míos, el hombre más feliz que jamás haya existido en la tierra.”

Algunas pistas en la escritura

Claridad y simplicidad, la complejidad será dada por los climas y escenarios sonoros. Los textos de autor, complejos, de los que hacemos transposiciones tienen otra lógica y al momento de trabajarlos para radio, ya lo dijimos anteriormente, es el texto en sí mismo y su poética lo que comunica.

Oralidad estamos escribiendo para ser oídos y no leídos. Probemos de leer en voz alta el texto y pidámosle a otra persona que nos diga que le sugiere

Totalidad los conectores entre escenas o situaciones no pueden ser fragmentados, tiene haber una conexión. Como cuando veíamos la construcción de climas sonoros y distinguíamos entre el clima general de la narración y los climas específicos que se van construyendo en el relato.

Continuidad la historia debe ser atractiva y dinámica de comienzo a fin. No caigamos en el error de agregar situaciones o descripciones de “relleno”

El diálogo dramático

El diálogo en la pieza de ficción puede cumplir una función informativa o anticipatoria, es decir a través de un dialogo informo lo que estoy planeando. Esto puede ser una pista falsa a través de una sugerencia o una metáfora. Por ejemplo le digo a mi interlocutor “se terminó el perdedor, en pocos días te vas a sorprender cuando leas los diarios”... La utilización del condicional también es un recurso posible “lo hubiera matado con mis propias manos. En la construcción de los diálogos informativos siempre es más interesante trabajar con la sugerencia, es decir no una información certera, sino estaríamos en otra modalidad de diálogo que es el que produce un avance en la acción: en ese caso el diálogo cumple una función de motor, hace avanzar la historia, produce una alteración en el curso de los acontecimiento. “si, fui yo quien disparó aquella noche en la playa”

El monólogo como forma de dialogo

Entender el monologo como forma implica verlo como práctica que no necesariamente enmarcada en otra forma discursiva. “desterrada la idea de que el monologo se limita a presentar un personaje que se encuentra solo cuando habla y únicamente se dirige a sí mismo, estaríamos ante un diálogo

travestido , encubierto, capaz de poner en situación de comunicación al personaje con el público, estableciendo la autosuficiencia mediante la interpelación e interacción”¹⁹

El monologo así entendido, como dialogo travestido, propone un “dialogo” con el oyente, pues lo construye como testigo y cómplice.

El monologo busca incomodar, de ahí la situación de dialogo abierto hacia la audiencia. Nos coloca en el lugar de cómplices, nos incluye en el relato

“la conversación del monologo es solo el comienzo de multiples preguntas y prácticas ¿quién interpela? ¿Por qué lo hace? Acaso quiere comprobar que algo/alguien está escuchando? ¿necesita una respuesta para poder seguir discurrendo?”²⁰

Tomando parte de la clasificación y ordenamiento que hace Laura Fobbio sintetizamos posibles estrategias o modalidades del monologo

1. Monologante que se autointerpela utilizando el desdoblamiento discursivo
2. Monologante que interpela a otro que puede o no estar presente
3. Monologante que construye otro “ficcional” que incluso puede ser un objeto
4. Monologante que interpela a la audiencia

Desde esta perspectiva el monologo ya no se lo puede considerar un hablar a solas, es decir hay una instancia comunicacional, hay un “otro”. De este modo se puede tomar al monologo como una estrategia posible de dialogo dramático en una pieza ficcional

Empecemos entonces a crear

Lo más básico:

- Introducción
- Conflicto
- Resolución

19 Fobbio laura. EL Monologo Dramático: interpelación e interacción. Ediciones Comunicarte. 2009 Buenos Aires

20 Fobbio laura. EL Monologo Dramático: interpelación e interacción. Ediciones Comunicarte. 2009 Buenos Aires

El primer paso es entonces, pensar y escribir en no más de seis líneas una síntesis o idea que respete este esquema. Ejemplo: Una joven llega de un pueblo del interior del país tentada por un aviso para trabajar en la ciudad. Cuando llega queda atrapada en una organización de tráfico de mujeres para prostíbulos. Una tía intenta tomar contacto e intuye que algo le sucedió. Viaja a la ciudad y emprende, mediante distintas estrategias la búsqueda. Cada vez que está por encontrarla se pierde el rastro. Finalmente con la ayuda de un periodista y una organización que trabaja sobre estos casos logran encontrarla pero no desbaratar la red. Esta historia tiene introducción, conflicto y resolución. Además el conflicto es complejo, es decir tiene momentos de tensión, de desesperación, de esperanzas. Lo que se denomina picos de atención y distención para que el oyente pueda relajarse de a momentos e incluso para poder hacer una serie en varios capítulos. Ya tenemos la idea, pero esto recién empieza ya que de allí tendremos que construir una historia verosímil y atractiva. Entonces ahora comenzaremos con lo que denomina propiamente guión.

El guion tiene tres partes fundamentales:

La organización de la historia, como voy a estructurar la idea: capítulos, personajes, tipo de lenguaje, etc.

- El conflicto: cómo voy a hacer vivir a los personajes la historia
- El mensaje: que es lo que quiero decir con mi historia
- **La idea**
- De este aspecto ya hablamos, la idea es el motor de mi historia, es lo que quiero decir puesto en un relato.

2. El conflicto

Es lo que le dará cuerpo a mi idea. En el caso del ejemplo que dimos es las situaciones que viven los personajes centrales de mi historia: la joven, la tía, el periodista, y otros personajes secundarios que ayudan a sostener la historia.

3. Personajes

Son los que van a dar cuerpo a la historia. Su construcción debe ser creíble ya que si ponemos en el

rol de una joven ingenua que queda atrapada en una red de prostitución a un personaje con vos potente y con un léxico elaborado, no resultaría creíble.

4. **Acción Dramática**

En esta etapa vamos a construir el relato con situaciones concretas: como llega la joven a la ciudad, con quienes se va vinculando, el momento en que se da cuenta que la engañaron, las sospechas de su tía, el viaje a la ciudad, los primeros indicios, la aparición del periodista que la va a ayudar, el contacto con la organización que denuncia estos casos... y en paralelo las situaciones que va viviendo la joven, los momentos en que parece que la van a encontrar, etc.

La acción dramática debe respetar dos aspectos:

Picos de atención y distensión: Una historia que va a ser narrada a través de la radio tiene que lograr que el oyente quede atrapado, pero también tiene que darle momentos en que se pueda relajar. Esto nos permite que la historia sea más atractiva donde haya momentos en que se describen sensaciones, estados de ánimo o lugares para luego pasar a la acción

Motor y descripción. No debemos confundir el motor de la historia, es decir lo que la hace avanzar y las descripciones. El motor son las acciones concretas: salía de mi casa y al cruzar la calle un camión dio contra la verdulería. La descripción es como escenifico esa acción: la calle a esa hora de la mañana estaba desierta, solamente un perro callejero deambulaba por la vereda de la verdulería. De una buena articulación entre motor y descripción lograremos una buena escena. En radioteatro, la radionovela o el radiocomic, la descripción se construye en gran medida en el escenario sonoro, la ambientación, y el motor en los diálogos y las presentaciones de conflictos.

5. Resolución. Como su nombre lo dice, es la resolución del conflicto. Una historia sin final no es una historia. Pero con final no queremos decir que todo sale bien como. Un final puede ser abierto, es decir dejar una pregunta o una pista para una segunda parte. Lo que queremos decir con resolución es que se diluye la tensión de la acción dramática y damos una posible salida al conflicto.

Sinteticemos lo dicho hasta ahora

Idea: 5 líneas contando lo que queremos desarrollar: La historia de una joven de provincia que llega

engañada a la ciudad para trabajar y cae en una red de tráfico de mujeres

Conflicto: Cual va a ser el nudo de esa historia que queremos contar. La investigación que lleva adelante una tía para dar con la joven y desbaratar esa organización

Personajes: quienes van a corporizar la historia: La joven, la tía y un periodista que la ayuda serían los personajes principales. Otras jóvenes, el jefe de la organización, policías, etc. Serían los personajes secundarios (acompañan la historia)

Acción Dramática: cómo se va a desarrollar el nudo de la historia. Son los avances y retrocesos en la búsqueda de la joven, los momentos que parece que se va a resolver el problema y no pasa nada, etc.

Resolución: la posible salida al conflicto de la historia. El final de la historia que puede ser cerrado o abierto: encuentran a la joven y van todos presos o encuentran a la joven y la banda logra escapar de la justicia.

Una vez que definimos el tipo de producción y el tono que le daremos (Drama policial, social) Tenemos que construir los personajes.

La construcción de los personajes:

Una buena historia puede morir por una mala construcción de los personajes, mientras que una historia floja pero con buenos personajes puede sobrevivir. De ahí la importancia de este punto.

¿De dónde sale un personaje? De todas partes.

El proceso de creación de un personaje es una mezcla de rasgos de personas conocidas cercanas, que alguna vez se cruzaron en nuestras vidas, familiares, uno mismo, estereotipos culturales, otros personajes.

Solo se trata de ser observador en nuestro cotidiano y allí lograremos una gran fuente de inspiración, familiares, amigos, una maestra, el empleado de un comercio, personajes de historietas, vecinos, personajes públicos, personajes históricos.

Un ejercicio para pensar personajes es sentarse por ejemplo en una plaza o en un café y observar. Detenernos en alguna persona, describirla según como nosotros la vemos y construirle una historia.

A tener en cuenta

Género

Debemos definir si el protagonista y los demás personajes serán mujeres u hombres, o de otras identidades sexuales. Quién va a tener el rol central, quienes van a ser los antagonicos, etc. esto no es un dato menor ya que si quiero hacer una historia de contenido social y lo protagoniza una mujer, estoy dando una mirada sobre la condición de la mujer

Origen poblacional

- Pueblo originario, ¿de cual? ¿De Latinoamérica, de Norteamérica
- Chino, ¿de Taiwan, de Pekín, de las zonas rurales?
- De oriente ¿de Iran, de la India, de Rusia, Checheno?
- Africano ¿del norte, musulmán, sudafricano?

País: No es lo mismo si mi personaje es alemán, mexicano o Argentino. O si es de una ciudad grande o de un pueblo.

Sector Social: aristócrata, pobre, terrateniente, vive en la calle

Origen familiar: huérfano, adoptado, familia conservadora, familia liberal, no conoce su origen

Educación y ocupación: nivel de escolaridad, trabajo que desarrolla, tiene pasatiempos fuera del trabajo, es estudiante.

Otros aspectos: edad, nombre, apariencia física. Creencias, carácter, visión de la vida

Ahora vamos a construir un personaje siguiendo esta guía

Hombre

Africano

Reside en Buenos Aires

Vive en una pensión

No conoce su origen

Es semi analfabeto

Tiene alrededor de 29 años

Se llama Druma

Contextura física grande

Es místico

De carácter muy tranquilo

Es optimista a pesar de su situación

A partir de estos rasgos generales vamos a definir si habla mucho o poco, que tipo de vocabulario tiene, con quienes se relaciona, como lo hace con su entorno, etc. Es decir podemos armar un marco a partir del cual construir un personaje creíble. Esto es clave, porque si el personaje no tiene coherencia nadie creerá en nuestra historia, o lo que es peor no podremos atraer y atrapar a nuestro oyente cuando hagamos la narración. Pero nuestro personaje también puede ser contradictorio. Por ejemplo ser optimista con los demás y apesadumbrado consigo mismo. Es decir debemos darle espesura. Entonces, la construcción del personaje es la base de nuestra historia.

Para concluir dos cuestiones más. La importancia de cómo abro un relato es casi excluyente. Si no retengo a mi oyente en los 40 primeros segundos, tengo que darlo por perdido ya que cambiaré el dial. Esto se asemeja, en términos literarios, a la recomendación de atrapar al lector en las dos primeras páginas. En esto no hay formulas, sino creatividad. En relación a los textos sonoros, puede haber recursos que van más allá del texto escrito. Puede ser una melodía articulada con algún otro elemento del lenguaje sonoro, por ejemplo. Esto puede funcionar en caso que el texto no sea propio y no podamos alterarlo y consideramos que le falta fuerza en la lógica de los tiempos radiales (la brevedad).

Para concluir, un ejemplo de brevedad, construcción de imagen y contundencia:

“sonó el teléfono y supo que la iban a matar. Lo supo con tanta certeza que se quedó inmóvil, la cuchilla en alto, el cabello pegado a la cara entre el vapor del agua caliente que goteaba en los azulejos. Bip-bip se quedó muy quieta, conteniendo el aliento como si la inmovilidad o el silencio pudieran cambiar el curso de lo que ya había ocurrido” La Reina del Sur

- Perez Reverte

Los momentos emocionales de un texto.

Supongamos que tengo que construir la cámara sonora para una ficción, o un documental, o incluso como base para una producción especial en un contexto determinado: un barrio de la ciudad, un pueblo del interior del país donde ocurrió un episodio histórico, o incluso una plaza determinada (pensemos Plaza de Mayo en Buenos Aires) etc. Primero, tomando la idea de sinestesia trato de percibir como suena ese espacio determinado a través de sus colores, sus olores, que textura tiene, sus personajes. Por otro lado busco el grado o perfil de iconicidad , a que remite (por ejemplo decíamos Plaza de Mayo en Buenos Aires, o puede ser el Machu Pichu en Perú) Esto nos da una base para la sonoridad. En cuanto al ritmo o al tono, veamos como late y como respira ese lugar. No late del mismo modo una plaza céntrica que una plaza de un pueblo o de un barrio) A su vez la respiración de un paisaje rural no es la misma que la de una zona fabril. Todos estos aspectos nos dan las pistas para percibir como “suena” determinado lugar. “En la educación musical se hace referencia generalmente al paisaje sonoro para explicar cómo éste influye sobre la producción musical, o sea cómo la música no es algo que está fuera de la realidad cotidiana, sino que recibe necesariamente estímulos de ella, tanto en las sonoridades como en las formas. Es común el ejemplo de cómo el ambiente acústico de las ciudades, la ritmicidad de la cadena de montaje, el muro de sonido de una calle muy transitada, constituyen elementos que están en la base del desarrollo del jazz y del rock.”²¹

Entonces sobre esta base construimos lo que denominamos cámara sonora, que es ese todo que da identidad a una pieza. A partir de allí introduciremos lo que denominamos variables, que son los elementos sonoros que nos permitirán jugar con el matiz y los tonos, en función del clima emocional que puede ser un estado de melancolía, o de euforia, o de tristeza, O el género, si vamos a trabajar una comedia, una tragedia, suspenso, parodia. A partir de esa definición y sobre la base construida podemos producir sentidos diversos

Vamos a tomar un fragmento de un texto de Paul Auster **CODIGO QR**

21 Arquitecturas sonoras, Francesco Michi

Si voy a construir la cámara sonora de un texto, primero tengo que comprender el texto en su estructura. Un relato es algo vivo, respira. Del mismo modo que nos lleva a escenarios, climas y estados emocionales diversos. También debemos desde lo sonoro dar cuenta de esos estado, de ese pulso, es decir de cómo respira el texto.

...¿Por qué me empeño en esto? ¿Por qué insisto en transitar por estos pretéritos y agotados caminos, a que vienen esas ganas de hurgar en viejas heridas para sangrar otra vez? Sería imposible exagerar el desprecio que a veces siento por mí mismo. Debería estar leyendo el manuscrito de Miriam, pero aquí estoy, mirando una grieta en la pared y sacando a relucir vestigios del pasado, cacharros rotos que jamás podrán arreglarse. Que me den mi historia. Eso es lo único que quiero ahora: mi pequeña historia, para alejar los fantasmas. Antes de apagar la lámpara, echo un vistazo al azar a otra página del manuscrito y me encuentro con lo siguiente: los dos últimos párrafos de los recuerdos de Rose sobre su padre, escritos en 1896, con la descripción de la última vez que lo vio... Me parecía algo terrible que alguien tan especialmente enérgico, sensible y lúcido como mi padre se volviera cada vez más débil y achacoso, hasta cobrar al fin el aspecto pálido y apagado de un fantasma. Sin embargo, con su paso titubeante y apariencia de espectro, desprendía la misma dignidad que en su época de mayor arrogancia, y haciendo gala de un castrense dominio de si mismo, iba aun más erguido que antes. No dejaba de acudir con su mejor chaqueta negra a la mesa, donde el carácter extremadamente insípido de la cena no influía para nada en la solemnidad de la ocasión. En la misma medida que odiaba la cobardía, aborrecía el fracaso, la sumisión y el desorden, el incumplimiento de las normas y el debilitamiento de la disciplina. Soy incapaz de expresar lo animoso que me parecía. La última vez que lo vi, salía de casa para emprender un largo viaje beneficioso para su salud que inesperadamente lo condujo al otro mundo. Mi madre iba a acompañarlo a la estación; mi madre, que en el momento en que dijeron que había muerto se tambaleó y empezó a gemir, pese a estar tan lejos de él, diciéndonos que sentía como si le minaran las fuerza;, apenas pude apartar los ojos de su encogida y doliente figura en aquel día de despedida. Mi padre desde luego sabía, y ella vagamente sospechaba, que ya no iba a volver.

Como un muñeco de nieve hecho a la imagen de un hombre inflexible, pero viejo, muy anciano, permaneció un momento inmóvil, mirándome. Mi madre sollozaba mientras caminaba a su lado hacia el carruaje. Desde entonces, lo hemos echado en falta a la luz del día, en plena tormenta, al ponerse el sol.”

Vamos primero a identificar los momentos emocionales del texto, es decir de pasajes de un estado a otro. Para esto hay que tener en cuenta que la puntuación y la lógica de la gramática del texto escrito, no es necesariamente con la que nos guiamos al producir un texto sonoro. Vamos a trabajar con la poética del lenguaje y con las imágenes emocionales.

1. ...¿Por qué me empeño en esto? ¿Por qué insisto en transitar por estos pretéritos y agotados caminos, a que vienen esas ganas de hurgar en viejas heridas para sangrar otra vez? Sería imposible exagerar el desprecio que a veces siento por mí mismo.

Optamos por iniciar con silencio. El silencio como recurso es muy poco usado y tiene una capacidad expresiva muy fuerte para resaltar textos cortos. Este tramo es contundente y claro en su enunciación por eso apostamos a la poética textual y a la impronta del enunciador.

2. Debería estar leyendo el manuscrito de Miriam, pero aquí estoy, mirando una grieta en la pared y sacando a relucir vestigios del pasado, cacharros rotos que jamás podrán arreglarse. Que me den mi historia. Eso es lo único que quiero ahora: mi pequeña historia, para alejar los fantasmas

Iniciamos con una melodía de Tom Waits. Si bien en general se desaconseja usar melodías cantadas, en este caso la impronta de la voz de Waits agrega a la producción de sentido. La letra al ir en otro idioma no funciona como ruido y suma, teniendo en cuenta que Auster es un autor norteamericano, que narra historias y personajes muy urbanos, en una misma línea que Waits. Funde con David Sylvan que cambia el tono pero sostiene el clima

3. Antes de apagar la lámpara, echo un vistazo al azar a otra página del manuscrito y me encuentro con lo siguiente: los dos últimos párrafos de los recuerdos de Rose sobre su padre, escritos en 1896, con la descripción de la última vez que lo vio...

Cierra Sylvan y funde para el próximo tramo con vocalise de Rachmaninoff generando un clima de transición a un cierre que levanta para cerrar el sentido sonoro de la cámara construida

4. Me parecía algo terrible que alguien tan especialmente enérgico, sensible y lúcido como mi padre se volviera cada vez más débil y achacoso, hasta cobrar al fin el aspecto pálido y apagado de un fantasma. Sin embargo, con su paso titubeante y apariencia de espectro, desprendía la misma

dignidad que en su época de mayor arrogancia, y haciendo gala de un castrense dominio de sí mismo, iba aun más erguido que antes. No dejaba de acudir con su mejor chaqueta negra a la mesa, donde el carácter extremadamente insípido de la cena no influía para nada en la solemnidad de la ocasión. En la misma medida que odiaba la cobardía, aborrecía el fracaso, la sumisión y el desorden, el incumplimiento de las normas y el debilitamiento de la disciplina. Soy incapaz de expresar lo animoso que me parecía.

Comienza el cierre del texto para lo cual hacemos un cambio de ritmo, escenario temporal y clima. Nos centramos en el hombre viejo. Lo pensamos desde sus características enunciadas y elegimos Over the rainbow de un Clásico como es El Mago de Hoz y elegimos la versión original por Jude Garland para situar temporalmente en la juventud de ese hombre que seguramente vio y se emocionó con la película. A su vez la melodía acompaña el clima de nostalgia en cuanto al tono.

5. La última vez que lo vi, salía de casa para emprender un largo viaje beneficioso para su salud que inesperadamente lo condujo al otro mundo. Mi madre iba a acompañarlo a la estación; mi madre, que en el momento en que dijeron que había muerto se tambaleó y empezó a gemir, pese a estar tan lejos de él, diciéndonos que sentía como si le minaran las fuerza;, apenas pude apartar los ojos de su encogida y doliente figura en aquel día de despedida. Mi padre desde luego sabía, y ella vagamente sospechaba, que ya no iba a volver.

Acá hacemos un cambio en la temporalidad pero sostenemos el clima y la sensación de nostalgia y la impronta del hombre viejo, por eso elegimos una re versión de Over the Raimbow que mantiene el clima pero lo traslada a la actualidad por una interpretación contemporánea a el momento del narrador, que ya no evoca sino que está en su presente

6. Como un muñeco de nieve hecho a la imagen de un hombre inflexible, pero viejo, muy anciano, permaneció un momento inmóvil, mirándome. Mi madre sollozaba mientras caminaba a su lado hacia el carruaje. Desde entonces, lo hemos echado en falta a la luz del día, en plena tormenta, al ponerse el sol

SOBRE LOS RECURSOS

El **off** se lo suele usar para reemplazar una imagen sonora de difícil realización o para

reducir un texto, o para conectar situaciones. Pero tendríamos que re pensar el uso de off como un recurso más de la escritura sonora como elemento para producir sentido y no como reemplazo de algo

La textura sonora: la idea de textura nos habla de algo complejo que excede a sus partes, donde cada elemento pierde su identidad originaria en un todo nuevo. En su producción sonora, un efecto deja de ser tal, un ruido, una voz, y cada elemento sonoro pierde la identidad originaria, es decir su rol específico como texto o efecto, para construir una textura donde la voz y el texto no funcionan como tal al igual que el efecto. Es decir pierde su rol tradicional. Esto implica de construir y re pensar la idea de lenguaje radiofónico separado por sus supuestas funciones: decir con la voz, recrear con un efecto, acompañar con música o llamar la atención con el silencio. Pensado desde la idea de alteración de los sentidos, decimos sonidos que producen sabores, colores, texturas. La textura sonora es muy buen recurso para la construcción de escenarios articulados con climas. Es decir para construir bases sonoras. ¿Qué sería una base sonora?

Es una pista sobre la cual se desarrolla un relato, ya sea ficcional o periodístico.

El momento del montaje o de la edición es hoy fundamental y casi central en el proceso de producción de una pieza sonora. Pero esto que parece casi natural, que en realidad está naturalizado, no siempre fue así. Es producto de los cambios tecnológicos y específicamente en los que se producen a partir de las nuevas tecnologías en comunicación.

El término edición, definía la yuxtaposición simple de fragmentos sonoros. A partir de las posibilidades que brinda la edición digital nos encontramos en un proceso más complejo. Es decir paseamos de la linealidad a la complejidad. Pero antes de avanzar es necesario hacer una aclaración. Las facilidades que brindan las nuevas tecnologías son solo eso, es decir, tecnologías más complejas. Sin un proceso creativo, un diseño estratégico de que a quien y como quiero comunicar algo, puedo fracasar, aun que tenga la tecnología más especializada. SI bien las nuevas posibilidades de edición modifican el proceso de diseño, pre producción y también de percepción de la realidad y de cómo construimos subjetividad, al momento de realizar una pieza sonora no hay

una fórmula. Es decir una pieza minimalista y sin complejidad puede llegar a comunicar y conmover mucho más que un diseño elaborado. Por eso en definitiva siempre está primero la comunicación como interlocución y qué tipo de diálogo quiero construir.

El pasaje a la edición digital de sonido, es decir la edición a través de los distintos programas, sound forge, cool edit, vegas. Modifica no solo el proceso de edición. Estamos atravesados por tecnologías comunicacionales cada vez más elaboradas, complejas y multimediales. Desde el punto de vista de la cultura, estas tecnologías han modificado y siguen modificando los modos de vincularidad y de construcción de subjetividad. Por esto lo que se modifica es la radio en su conjunto. Desde el diseño, la pre producción las estéticas, la selección de elementos sonoros.

Partimos de una definición. Lo que crea sentido no es solo el diálogo o la claridad descriptiva, sino el estilo que imprime el lenguaje.

Decir algo es hacer algo, no es solo enunciar. Las piezas sonoras (programas de radio, ficciones, documentales, spot, micros, la artística de un programa de radio o de una emisora, etc) son intermediarios narrativos. Es decir mediadoras entre la realidad y su invención; entre el realizador y el oyente; entre el individuo y su comunidad.

El relato recrea y crea la realidad en el proceso comunicacional. Es cuando se produce lo que anteriormente definíamos como un guiño entre las partes. Un acuerdo por el cual asumimos esa recreación. Si solo se limitara a “mostrar” o “transparentar” no habría margen para la imaginación y lo lúdico en el proceso de comunicación. No habría margen para la fantasía y el deseo. EN las piezas sonoras la recreación permite a lo imaginario integrarse con la realidad.

Las piezas sonoras se diseñan en función de una estrategia comunicativa. Es decir, en función de mi objetivo al momento de pensar un proceso comunicacional sonoro. Cada elemento que tenga esta pieza está pensado en función de esa estrategia, de lo que quiero decir, subrayar o que quede en mi oyente.

Para finalizar, Otro audio CODIGO QR(**audio alumna de Antioquia**) y una breve cita que nos recuerda que más allá de las técnicas, está la creatividad y la sensibilidad hacia el sonido, sin los

cuales solo haríamos productos en serie y sin la impronta que los hace únicos e irrepetibles

Nos vamos de este capítulo con Gastón Bachelard, “La radio es en verdad la realización integral, la realización cotidiana de la psique humana. El problema que se plantea al respecto no es pura y simplemente un problema de comunicación; no es simplemente un problema de información; pero, de una manera cotidiana, dentro de las necesidades no sólo de información sino también de valor humano, la radio se encarga de presentar lo que es la psique humana.”

Capítulo 6

Esto recién empieza

Lo que permanece, lo que muta, lo que se resignifica

Desde los comienzos de la radio fue el conductor quien mantuvo atentos a los seguidores o audiencias. Todos tenemos en nuestros oídos sonando las voces de esos radialistas que nos marcaron, y basta que escuchemos esa voz para que nuestra memoria se ponga en funcionamiento. ¿Por qué se sienten cómodos hablando conmigo como si me conocieran? se preguntaba un radialista... porque tienen mi voz dentro de sus oídos durante el día...

Primero fue el sonido, luego la palabra. Desde el origen mismo del universo el sonido existió. "La idea es que de la posibilidad de aplicar las matemáticas a la teoría musical se deduce la posibilidad de aplicarlas a toda la naturaleza, identificándola místicamente con el número y resultando la concepción de un universo perfectamente ordenado, un cosmos en el que todo funciona armónicamente, perfectamente proporcionado. Y el paradigma de este orden son las revoluciones circulares de los astros." (Roma, 1997c:7) Y esto nos lleva directamente al tema de la música de las esferas. Y es, una vez más, Aristóteles el testimonio más claro y fiable en su Tratado del cielo: Así que, tratándose del sol y la luna y las estrellas, y siendo tan grande su número y tamaño y a la enorme velocidad a la que se mueven, es imposible que no produzcan un ruido de una intensidad extraordinaria. Sobre esta hipótesis y sobre la de que las velocidades de las estrellas, de acuerdo con sus distancias, se hallan entre sí las proporciones de las escalas musicales, afirman que resulta armonioso el sonido de las estrellas en su sonido circular. Y como parecería ilógico que no oigamos tal sonido, afirman que la causa de ello es que tal sonido existe ya desde que nacemos, de suerte que no es discernible con respecto a su contrario, el silencio." (Roma, 1997c:8)²²

Sería imposible pensar una existencia sin sonido. Basta con abstraernos unos minutos en cualquier ámbito que estemos, ya sea del más privado al más público, y nos concentremos en el sonido para descubrir y redescubrir cantidades innumerales de sonoridades. "Cuando logramos liberarnos del predominio del mundo visual-analítico y lo reemplazamos por la intuición y la sensación, comenzamos a descubrir nuevamente la verdadera afinación del mundo y la exquisita

armonía de todas sus voces. Encontraremos el centro. Entonces, todo el cuerpo se convertirá en oído y todos los sonidos vendrán a ti, los conocidos y los desconocidos, los dulces, los tristes y los urgentes. Cuando mi cuerpo yace en la noche blanco y azul en la cama, todos los sonidos llegan a mí desde su propio acorde, sin apuro, extrañamente mezclados, los levemente tonales y los suaves crujidos de las montañas. En ese momento, oír es estar en alerta máxima... y oigo cantos delante mío... cuando voy más allá, al país que ama el silencio".²³

El sonido, la palabra hablada, a diferencia de otros soportes de la comunicación, se introduce en nuestro cuerpo. Las vibraciones entran por nuestros oídos y penetran literalmente en el organismo. Vibramos con el sonido. El sonido nos modifica no solo emocional y psicológicamente, sino corporalmente. La percepción de sonidos en el ser humano cubre el espectro que se halla entre 16 y 20.000 ciclos por segundo. Esto quiere decir que el oído humano es capaz de percibir cualquier movimiento que haga vibrar el aire como mínimo 16 veces por segundo y como máximo 20.000. Entre 16 y 20.000 ciclos por segundo se hallan todos los sonidos que somos capaces de oír. Pero hay otros sonidos que nosotros no percibimos. El sonido siempre está presente y aunque no sea audible esto no significa que no altere nuestro medio y a nosotros mismos. Es decir las vibraciones que no captamos, y que si otras especies captan. Pensemos los sonidos previos a una tormenta que no percibimos y si la perciben los animales, como los perros que se alteran escuchando sonidos que el oído humano no capta. ¿De qué estamos hablando? De eso que ningún cambio tecnológico puede obviar, la comunicación humana que apunta a nuestra memoria emotiva.

La radio, como toda práctica cultural es temporal y se desenvuelve en un espacio físico y simbólico cambiante. Los procesos de cambio suelen ser subterráneos, poco visibles y cuando cristalizan se viven como naturales o repentinos, como si no hubiera una historia en su gestación. Pero como hablamos de rupturas y continuidades, en el momento histórico que uno vive, en el modo de producir y en los productos resultantes, mucho de lo que se ve como nuevo, a veces son resignificaciones o renovación de viejas prácticas, ancladas en el presente. Hace unos años un radialista proponía a sus oyentes que escribieran, al programa de radio que conducía, pidiendo que

23 El entorno sonoro Un ensayo sobre el estudio del sonido medioambiental. por Manuel Alonso

algún artista o cantante conocido les cantara el feliz cumpleaños a algún amigo o familiar. Así, ante la fecha de cumpleaños pedida por el oyente, el cumpleañosero era llamado desde la emisora y el artista seleccionado le cantaba sorpresivamente el feliz cumpleaños. Fue novedoso. Pero si nos remitimos a la historia de nuestra radiofonía tenemos como ejemplo, cuando Oscar Casco, un actor de radionovelas de los años 50, llamaba desde la emisora por pedido de un oyente a alguna señorita y le cantaba una serenata. ¿similitudes? Resignificaciones de algunas prácticas a la luz de los cambios sociales y culturales, y las mediaciones tecnológicas.

Las radios digitales nos deslocalizan no solo en tiempo sino en espacio, podemos emitir para todo el planeta desde un pueblo, una ciudad, desde lugares remotos para quien recepciona y escucha. Sin embargo hay una re localización a partir de la cultura, las identidades, los tonos...La radio está donde se encuentra el oyente, sea radio de antena, digital, pod cast o cualquier soporte para la voz y el sonido en general. El emisor es un eslabón de la cadena de sentidos que se desatan a partir de que se lanza el proceso comunicacional. Internet nos abrió nuevas posibilidades y alternativas para hacerlo realidad y darle al oyente aquello que siempre los radialistas nos planteábamos que debía ser la comunicación: no un proceso emisor, canal receptor sino una instancia de alocuciones, resignificaciones y la magia de la comunicación, que sabemos dónde se inicia pero nos lanzamos a un camino lleno de cosas inesperadas, emociones, dudas y debates. Apostemos entonces, a que las tecnologías no sean las que pauten la comunicación humana, sino que sea esta la que se re apropie de las mediaciones tecnológicas y que ese maravilloso diálogo que buscamos los radionautas, sea una realidad.

Apendice

SI te interesa profundizar en sonido transmedia podés escuchar a los realizadores en las entrevistas realizadas por Belen Lopez para su Tesina Diplomatura Periodismo Digital

https://www.ivoox.com/podcast-palabrerio_sq_f1588601_1.html QR

También podés recorrer distintos proyectos sonoros

<http://proyectopoppins.es> QR

Webserie radiofónica transmedia.

(<http://www.teafm.net/lared3.0>) QR

Híbridos Sonoros. Radiodocumentales transmedia.

(http://www.teafm.net/hibridos_sonoros.html) QR

<http://forosonodoc.org/index.php/quienes-somos/> QR

<https://cpr.org.ar/category/investigaciones/narrativas-radiofonicas/> QR

CUONDA, comunidad de podcast en español,

<https://cuonda.com/>, Anel Jimenez de Luis, QR

Espacios de experimentación e intercambio

https://www.facebook.com/groups/ladistorsion/?ref=br_rs QR

Arte Sonoro Iberoamericano

https://www.facebook.com/groups/16839313964/?ref=br_rs QR

Documentalistas sonoros

https://www.facebook.com/groups/documentalistassonorxs/?ref=br_rs QR

Mujeres paisajistas sonoras

https://www.facebook.com/groups/1208680685837275/?ref=br_rs QR

Radio ambulante

<http://radioambulante.org/> QR

otras experiencias

<http://laura.zcorp.fr/> QR

Bibliografía

Angenot, Marc (2010), *El discurso Social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*, Siglo XXI, Buenos Aires.

Arnheim, Rudolf (1980), *Estética Radiofónica*, Gustavo Gili, Barcelona.

Bachelard, Gastón (2004), *El derecho de soñar*, Amorrortu, Buenos Aires.

Bajtín, Mijaíl (1974), *La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Barral, Barcelona.

— (1982), “El problema de los géneros discursivos “, *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México.

Ball, Hugo (1916), *Romanticidades, la palabra y la imagen (fragmento)*, traducción de Celia Martín, Cuenca [puesto en línea 1996], dirección URL: <http://www.uclm.es/artesonoro/>.html.

Barthes, Roland (1986), *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*, Paidós, Barcelona.

Becker, Jörg (1994), “El pensamiento posmoderno. Su comportamiento en la teoría de la información”, *Revista Telos*, junio-agosto [en línea], dirección URL: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/anteriores/num_038/index_038.html?opi_perspectivas2.html>.

Behar, Henry y Michel Carassou (1996), *Dadá: historia de una subversión*, Península, Barcelona.

Brown, Carlinhos Entrevista, *Revista Rolling Stone*, Nº 139, octubre, 2009.

Bourdieu, Pierre. *Pensamiento y acción*. Libros del Zorzal, 2002. Bs As Argentina.

Camacho, Lidia *El radioarte, un género sin fronteras*, Trillas, México.

Carbone, Rocco “Entre lo cómico y lo dramático”, *Página 12, Cultura & Espectáculos*, martes 28 de octubre de 2008.

Carpintero, Carlos (2007), *Sistemas de identidad*, Argonauta, Buenos Aires.

Castoriadis, Cornelius (1983), *La institución imaginaria de la sociedad*, Tusquets, Barcelona.

Cirlot, Lourdes (1995), *Primeras Vanguardias Artísticas*, Labor, Barcelona.

Comparato, Doc (1992), *De la creación al guión*, Instituto Nacional de Radio y Televisión-RTVE, Madrid.

Davis, Rib (2004), Escribir guiones: desarrollo de personajes, Paidós, Barcelona, pp. 17-22, 109-130 y 189-199.

De los Reyes, David “Gillio Dorfl es y la música”, Revista Estética, Nº 006, Universidad de los Andes, Mérida [en línea], dirección URL: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/20375/1/david_reyes.pdf.

Díaz, Esther (1999), “Guilles Deleuze: poscapitalismo y deseo”, en Posmodernidad, Biblos, Buenos Aires

El Haouil, Janette “Paisajes sonoros de Brasil: experiencias interdisciplinarias”, I Encuentro Latinoamericano sobre Paisajes Sonoros” [en línea], dirección URL: http://cvc.cervantes.es/artes/paisajes_sonoros/p_sonoros01/haouli/haouli_01.htm.

Fobbio, Laura (2009), El monólogo dramático: interpelación e interacción, Comunicarte, Córdoba.

Foucault, Michel (1984), “De los espacios otros”. Conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, el 14 de marzo de 1967, Architecture, Mouvement, Continuité, nº 5, octubre, traducción de Pablo Blitstein y Tadeo Lima, pp. 46-49.

García Márquez, Gabriel (1998), La bendita manía de contar. Taller de guión, Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, Cuba, Ollero y Ramos editores, Madrid.

Grupo autónomo a.f.r.i.c.a, Blisset, Luther y Sonia Brunzels (2000), Manual de guerrilla de la comunicación, Virus, Barcelona.

Geertz, Andrés. Radioapasionados. Experiencias de radio comunitaria en el mundo Publicación electrónica www.comunica.org/apasionados/

Iges, José “Hacia una sistematización del lenguaje radiofónico desde otros lenguajes de referencia” [en línea], dirección URL: <http://www.uclm.es/ARTESONORO/oloboiges.html>.

Jenkins, Henry Cultura Transmedia. Editorial Gedisa – 2015 - Barcelona

Kaplún, Mario: Una pedagogía de la comunicación, Madrid, Ediciones De la Torre, 1998.

Lamas Ernesto Pensar la tecnología como relación social. Ponencia en el Congreso de Zacateca,

México, sobre la Lengua Española.

Martín Barbero, Jesús (1987), Procesos de comunicación y matrices de cultura, Ediciones G. Gilli, México.

Mata, Maria Cristina (1996), Cómo conocer la audiencia de una emisora: los debates de audiencia, ALER, Quito.

Mattelart, Armand y Michele Mattelart (1984), Los medios de comunicación en tiempos de crisis, Siglo XXI, Buenos Aires.

Michi, Francesco (2001), Musica e suoni dell'ambiente. A cura di Albert Mayr, traducción de Leonardo Croatto, CLUEB, Bologna. Murray Schafer, Raymond (2011), "Paisaje sonoro: nunca vi un sonido. Oír más para oír mejor", Fotocopioteca N° 19, Cali.

Rocha Iturbide, Manuel Revista electrónica Olovo, N° 4 [en línea], dirección URL: <http://www.uclm.es/artesonoro/Olobo4/html/rocha.html>.

Roma, Gerard(a) (1993), "La música de les esferes", trabajo inédito, febrero, Barcelona, citado en Alonso, Manuel (2003), El entorno sonoro. Un ensayo sobre el estudio del sonido medioambiental [en línea], dirección URL: http://www.ccapitalia.net/reso/articulos/entorno_sonoro/entorno_sonoro.htm.

Rib, Davis. Desarrollo de personajes. Editorial Paidós. Fichas de trabajo.

Simpson Grinberg, Máximo "Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades" en Simpson Grinberg, Máximo (comp.) Comunicación alternativa Y cambio social. México, Premia 1989.

Santor, Sandra, Facoltà Di Lettere e Filosofi a Lingua Spanola, Universita Ca'Foscari [en línea], dirección URL: venus.unive.it/atdid.php?utente=serragli...realismo+magico...

Scolari, Carlos Narrativa Transmedia Ediciones Deusto – Planeta de Libros – 2017, Barcelona

Skármeta, Antonio (1989), "¡Reina Radio, soy tu esclavo!", Revista Nueva Sociedad, N° 100, marzo-abril, Caracas.

Ulanovsky, Carlos et al. (1997), Días de radio: historia de la radio argentina, Espasa Calpe, Buenos

Aires.

Ulanovsky, Carlos (2004), *Días de Radio II (1960-1995)*, EMECÉ, Buenos Aires.

Van Dijck, José *La Cultura de la Conectividad –Siglo XXI, 2016 - Argentina*

Williams, Raymond (2009) [1977], *Marxismo y literatura, Las Cuarenta*, Buenos Aires.

Fuentes literarias

Auster, Paul (2006), *Brooklyn Follies*, Anagrama, Barcelona.

—(2008), *Un hombre en la oscuridad*, Anagrama, Barcelona.

Cortázar, Julio (2007) [(1967)], *La vuelta al día en ochenta mundos*, Siglo XXI, Buenos Aires.

Darío, Rubén (1982) [1904], “A Rosalvet”, en *Cantos de vida y esperanza, los cisnes y otros poemas*, Hyspamérica, Ediciones Orbis, Buenos Aires.

Galeano, Eduardo (2007) [1989], “Los nadies”, en *El libro de los abrazos*, Catálogos, Buenos Aires.

García Márquez, Gabriel (1981), *Crónica de una muerte anunciada*, Sudamericana, Buenos Aires.

Hernández, Miguel, (1978) [1935], “Elegía a la muerte de Ramón Sijé”, en *El rayo que no cesa*, Losada, Buenos Aires.

Marai, Sandor (2003) [1940], *La amante de Bolzano*, Salamandra, Barcelona.

Pérez Reverte, Arturo (2002), *La reina del sur*, Alfaguara, Madrid.

- ⁱ Salmon, C (2017), *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona, ediciones Península
- ⁱⁱ Salmon, C (2017), *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona, ediciones Península
- ⁱⁱⁱ Cano, D (2017) *Jungla 3.0, trolls, información y desinformación*, Buenos Aires, Editorial Pluma Digital
- ^{iv} De Moraes, D.(2005) *Cultura Mediática y poder mundial*, Colombia, Grupo edit. Norma