

La nueva narrativa radiofónica *

*Dra. Virginia Guarinos Galán **

Resulta inevitable para mí en este caso comenzar mi intervención con una protesta. De lo único de lo que puedo hablar es de la perspectiva académica del mundo radiofónico, pues no existe perspectiva académica del mundo de la producción fonográfica. Hace unos días me comentaba un compañero, Antonio Checa, a despacho cerrado, el asombro y la sorpresa que pudo observar en los rostros de sus alumnos de Comunicación Audiovisual cuando les presentó en una clase de Historia la evolución de la canción moderna, de consumo. Parece que hay ciertas cosas referentes al mundo del sonido que a los propios alumnos les resultan insólitamente extra-académicas, sin ninguna justificación desde luego, pues son producciones que mueven mucho dinero y crean muchos puestos de trabajo en la industria audiovisual. Pero no son ellos, los alumnos, los que tienen la culpa de tal asombro. La culpa es nuestra, del profesorado, por el escaso margen de atención que dedicamos a todo lo referente al sonido. No digamos ya a producciones fonográficas que no son radio, que existen y que además no se limitan sólo a la industria del disco: podemos hablar del nuevo sistema de audiodescripciones de cine y de toda una labor de reportajes didácticos o construcción de relatos auditivos de obras literarias que está haciendo la ONCE, por ejemplo, u otras empresas como la colección *Alfaguara-audio* de relatos leídos, en soporte de

* Intervención en el Observatorio Audiovisual de Andalucía de 1995-96.

** Profesora en la Facultad de Ciencias de la Información de la Univesidad de Sevilla.

cassette, por no hablar de lo que es en sí la industria musical que mueve muchísimo en todo el planeta.

De manera que perspectiva académica con respecto a fonografía no existe en ningún lugar de España en lo que a investigación y docencia se refiere. Y en cuanto a la radio no pensemos que el panorama está mucho mejor. Comparado con el número de asignaturas o de profesores que dedican su investigación al mundo del sonido o la radio, son míminos los resultados en uno y otro sentido. No es de extrañar cuando es verdad que no sólo la radio sino el sonido en general han sido relegados, injustificadamente además puesto que hay mucha más gente que escucha radio o música en casa, en compacto, cinta, dat o en lo que sea, mucha más que gente que lee prensa, novela, poesía, va a exposiciones o al teatro. Arruinados por la gran *starlette* que es la televisión, medios como la radio quedan fuera incluso de los planes de estudio. Actualmente poseemos en Sevilla asignaturas de narrativa radiofónica, guión radiofónico y nada más. Se supone que en asignaturas de realización debería dedicarse unos cuantos temas a realización de radio, y no sólo de televisión. Lo cierto es que los alumnos llegan a *Narrativa radiofónica* de 4º de Comunicación audiovisual sin haber entrado nunca en el estudio de radio, ni siquiera de visita, y algunos sin ni siquiera saber cómo se escribe o qué significa la palabra *jingle*. Ni en Madrid, ni en Bilbao ni en Málaga están mejor. Parece que en Barcelona, con unos trabajadísimos planes de estudios nuevos, la perspectiva de la radio llega a límites utópicos para nosotros, pues los alumnos incluso tienen talleres de dramáticos radiofónicos. Y luego, aunque no nos guste, pasa lo que pasa. Que uno llega a una emisora y se encuentra con que no existen realizadores de radio. Pasen por cualquiera de ellas en Sevilla y pregunten cuántos contratos hay de realizadores radiofónicos. Sí hay buenos técnicos de mesa pero no hay realizadores de radio que se sienten con los directores de programas o de informativos y que planteen una "creación" sonora "creativa". Esto a su vez revierte en otro problema, el de la calidad del producto, la originalidad o la efectividad del mensaje sonoro. Tampoco hay guionistas profesionales de radio, y no hay, por tanto, ficción en radio. Si aquí no hay radio, lo normal es que en la radio tampoco hayan determinadas figuras, porque no hay formación previa para ello. Si aquí no se forman profesionales del sonido, no habrá profesionales del sonido en la radio, salvo locos o autodidactas.

Bien. Este precioso panorama se continúa en otros aspectos de repercusión social que hacen de la radio no la Cenicienta, que ni siquiera eso, sino la hermanita pobre de la familia. Sin ir más lejos, ni siquiera produce noticias importantes. En la revista *Andalucía Audiovisual*, que dirige el propio Mafredi, ¿cuántas son las noticias de radio que aparecen? En este propio seminario, ¿cuántas mesas se han

dedicado a la radio en comparación con el cine o la tele? Frente a la comercialización de series de televisión, de películas de cine, ¿cuántas obras hay comercializadas de radio para poder formar, en una Facultad como ésta una buena o mala fonoteca? Salvando el Servicio de Atención del Oyente de Onda Cero, ninguna otra vía de acceso a programas existe. Y es que el problema es un poquito más grave: ¿Cuántas emisoras cuentan con archivo sonoro? Ahora, con la radio digital, ya no hay excusa de gran tamaño de los formatos radiofónicos para almacenaje de programas en un archivo y aún así, emisoras como la autonómica, Canal Sur, que posee la posibilidad de la digitalización, no cuenta con archivo sonoro, sólo con discoteca. Esto revierte en otro problema más, muy perturbador además para mi perspectiva académica: ¿Cómo trabaja un investigador si no tiene el material sonoro conservado? ¿Con la memoria? Mala investigación sería. Y el futuro no se plantea menos negro en cuanto a este problema. La radio posee muchos menos recursos económicos que la televisión y menos va a tener si se impone, como parece la figura del hombre orquesta, que hace locución, mesa y lo que se le ponga por delante, o a lo peor ni siquiera eso. Ya existe la posibilidad de la estación autónoma programable con aparatos que permiten una programación continuada de 6.000 *compact-discs*.

Además de todas estas situaciones, digamos, de infraestructura, todavía no he entrado en materia en lo que respecta a cómo vemos la radio hoy, y cómo la vemos -repito que mi perspectiva es la académica-, no como oyentes sino como investigadores. La radio andaluza está más o menos como la nacional en general, siguiendo las tendencias que los investigadores vemos hoy por hoy y se demuestran con datos. Aun así la radio andaluza presenta ciertas peculiaridad con casos además muy concretos que luego veremos. La investigación en España está de la siguiente manera. Existe poca y eso ha hecho que las parcelas de investigación que están trabajadas sean muy irregulares. Por ejemplo, la Historia de la radio en España está muy trabajada, pero sólo ahora, en los últimos diez años es cuando se ha empezado a trabajar a fondo en análisis del lenguaje radiofónico. Los focos radiofónicos importantes están en Barcelona (donde trabajan en imagen y producción, con profesores como Emili Prado, Armand Balsebre o Rosa Franquet, Martí...), y algo en Madrid (Francisco García y sus discípulos, Miguel Ángel Ortiz, director del máster de radio de la Complutense con RNE). El caso Bilbao está aislado prácticamente con Pedro Barea y Sevilla más o menos lo mismo. Aquí, según el conocimiento que yo tengo se está trabajando en historia de la radio en Andalucía (Antonio Checa), en nuevas tecnologías aplicadas a la radio (L. A. Martínez), las radios locales de la ciudad y la cornisa del Aljarafe (L. Navarrete) y en audiodescripciones, y reproducción de imagen mental del sonido en los ciegos y teatro radiofónico, que es lo que estoy haciendo yo ahora mismo.

Todos los nombres que acabo de citar parecen estar de acuerdo en que la radio en los últimos tiempos está sufriendo un vuelco hacia dos vías importantes: el localismo y la especialización. Y yo añadiría, en lo que a mi parcela afecta, que es la de análisis del discurso narrativo, la espectacularización y construcción de una nueva narrativa más cercana y más emotiva. Si nos fijamos son características compartidas con televisión, a remolque de la televisión. Encontramos un amplísimo espectro de frecuencias, sobre todo en FM, casi rozando la saturación, de emisoras nacionales, autonómicas y locales, públicas o privadas, que se entranan en una compleja red, sobre todo de locales con conexiones a nacionales o autonómicas. Tanta oferta exige un sello característico que imprima un interés a la emisora para un cierto tipo de oyente. Se tiende a una captación de grupos homogéneos de oyentes o de intereses de los oyentes por la vía del localismo o por la vía de la especialización.

Por la segunda vía llegamos a la radio-fórmula, del tipo que sea, musical, informativa... Consumo parcializado con especialización de oyentes, en la radio-fórmula, desde mi punto de vista, más que como servicio, la radio se convierte en mero conductor de mensajes de consumo, evitando el esfuerzo de tener que poner un compacto o una cinta. Se están cambiando las funciones originarias de la radio o mezclando. Las viejas máximas aparecidas en todo manual del redactor de radio, las funciones de informar, entretener y formar, por este orden¹, parecen decantarse por la de consumir fundamentalmente noticias y música, lo cual efectivamente supone informar pero no entretener, sobre todo si pensamos que la radio puede simultanearse con otro tipo de actividades y que cuando esto sucede los niveles de atención oscilan con mucha violencia. La tipología de la atención radiofónica distingue la radio ambiental, de fondo, que suele ser musical; la radio que se oye con

¹ Lo afirma Arturo Merayo en su libro *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico*, Salamanca, Publicaciones de la Universidad Pontificia, 1992, p.26, donde recoge también opiniones de otros estudiosos, como la de J.L. Dader García, en *Periodismo y pseudocomunicación. Contribuciones del periodismo a las democracias simbólicas*, Pamplona, EUNSA, 1983, p.140: "La distracción como fin del mensaje radiofónico puede decirse que existe desde el instante que comenzó a funcionar la primera estación del mundo". No obstante precisa que las finalidades del mensaje radiofónico tienen el siguiente orden de importancia: información, distracción y formación. Considera, por ello, que la información es el fin propio del mensaje radiofónico, en distinta prelación a lo que denomina fines anexos (distracción, cultivar)". Su propia opinión es la de que "los contenidos radiofónicos informativos ha de ser básicamente entretenimiento porque -no olvidemos- la expresividad de la radio tiene una inclinación natural hacia el espectáculo. Un espectáculo que constantemente busca persuadir la atención del oyente, que debe ser radiofónicamente formativo y contener, además, interés de actualidad (informativo)", p. 29.

un índice de atención muy variable; la radio que se escucha prestando atención; y la radio selección, programas que se buscan con especial interés y donde el oyente mantiene su intensidad de escucha en todo momento. Esta antigua y vigente clasificación de Moles demuestra que la atención plena y completa es muy escasa y difícilmente se puede considerar entretenimiento si la tenemos como fondo, que es lo que suele suceder con la música.

Con las FM y las radios-fórmula llegamos a la contrariedad de tener una gran variedad de ofertas radiofónicas pero muy estandarizadas, es decir, con una escasa creatividad, alimentada también por la escasez de recursos humanos, técnicos y económicos. O al menos una creatividad camuflada. Salvando el caso de la publicidad radiofónica -que parece que en España empieza a despegar un poquito con discursos imaginativos y elaborados, bien producidos- ¿cuántos programas recordamos del tipo *El cine*, de la SER? Casi ninguno. Ahora prima la palabra, los magazines y los informativos y se van relegando funciones a otro tipo de radiosemas importantes para la construcción del mensaje sonoro: silencio, efectos y música -que son a la radio lo que los tipos de letra o densidad de los titulares en prensa-. Sin embargo, dicha creatividad se encuentra camuflada bajo la sombra, negra, de la objetividad. Me estoy refiriendo a ese elemento de innovación al que antes aludía: la espectacularización, como fórmula de persuasión, de intento de mantener pegado al oyente a su aparato receptor. Y no es una espectacularización cualquiera, sino espectacularización emotiva. La infiltración del *reality show* ha llegado a la radio y es un denominador común a casi todas las emisoras, peligrosamente infiltrado en los informativos. La última moda. Desde la Guerra del Golfo se entrecruzan peligrosamente espectáculo e información creando... ¿qué? ¿El espectáculo informativo o la información espectacularizada? No son cosas iguales, aunque ambas, repito, igual de peligrosas porque con ellas llegamos también a cuestionar la objetividad y el rigor informativos. Quizás en radio haya resultado este hecho de la ficcionalización de los informativos más chocante que en televisión porque la radio no ha pasado por el estadio del docudrama. Tampoco le ha hecho falta. Pensemos que la propia naturaleza de la radio es en sí docudramática. Los oyentes sólo tienen que participar con sus llamadas y, sin que el director lo pretenda hace docudrama o drama directamente a veces. Esa pulsión de la realidad relatada por sus propios protagonistas es habitual en la radio desde que se generaliza la llamada en programas.

En cualquier caso hoy por hoy no es nada difícil de encontrar, sobre todo en Antena 3 de radio, informativos incluso personalizados, donde la propia existencia del programa lleva el nombre de la estrella-periodista que dirige y



conduce², lo cual ya filtra toda la información como fluyente de ese individuo y no de otro. Primer filtro de menor objetividad. Además de esa personalización, las estructuras narrativas de mosaico de todo informativo se vuelven más complejas cuando adoptan la fórmula de relatos dentro de otros relatos, de locutores en estudio que dan paso a locutores desubicados que presentan el tema y éstos a su vez a los protagonistas de la acción. Convirtiéndose en un juego de cajas chinas que puede llegar a ser difícil de entender por el oyente, o al menos difícil de situar para él por la complejidad de narradores y enunciadores directos. A todo ello habría que sumar todas las infracciones cometidas por los redactores con respecto a las normas de guión de los manuales sobre información radiofónica, la aparición de comentarios subjetivos, de un léxico emotivo, de tonos partidistas en las situaciones que relatan a favor o en contra de los sucesos y los agentes de los mismos. Y ya no hablamos del mantenimiento de piezas musicales en plano de fondo que ayuden a conformar una mejor imagen mental, que cumplan una función expresiva e intencional, cuando no de canciones con letra que pueden variar la interpretación de la noticia. Sumemos también la inclusión de testimonios de los afectados o protagonistas de las noticias. En un principio se podría pensar que la presencia de un testimonio proporciona objetividad a los hechos presentados por los narradores-redactores, pero según y cómo. Recuerdo ahora el informativo de Antena 3 de radio donde se escuchaba la conversación del Coronel Strassera con una de las madres de la Plaza de Mayo, de Argentina, confesando el asesinato de su hijo, descaradamente montada, es decir, falseada la realidad, porque lo que parecía una conversación telefónica entre el coronel y la madre no eran más que dos conversaciones por separado del coronel con el locutor y de la madre con el locutor, donde además la ficcionalización del hecho llegaba hasta los límites de notarse que era otro informativo argentino reutilizado en la emisora española, puesto que, en el montaje, se les había olvidado eliminar una pregunta realizada por el locutor argentino, con acento argentino, por supuesto, del informativo a la madre sollozante. En este sentido es imposible resistirse a la bella cita de Jesús García Jiménez: "Ni en el relato audiovisual informativo ni en el relato ficcional hay cabida para la objetividad. La objetividad es

² Caso de lo que García Jiménez llama "supranarrador": "El enunciador principal adquiere en ocasiones el rango de supranarrador. Su voz individualizada se transforma a la vez en voz corporativa que editorializa y habla en nombre de la institución... La interpretación del sentido de esta cita implícita depende del conocimiento de la filosofía y cultura corporativas. Más aún: a veces el supranarrador es en realidad un ultranarrador, es decir, un narrador ideal y universalizado, que expresa la ideología de una sociedad. En este caso la cita implícita se construye con informaciones temáticas y con informaciones inadvertidas que la erigen en síntoma cultural". En *La imagen narrativa*, Paraninfo, Madrid, 1994, p. 121.

ese inmenso espacio negro, frío, impersonal e incomunicado donde habitan lo seres en silencio. Cuando las instancias de enunciación les tienden un puente y les alargan la mano para invitarlos, uno a uno, a la existencia histórica o a la existencia ficcional, se destruye automáticamente la objetividad, toda la objetividad, porque ésta es indivisible. Narrar es una operación virtual. Consiste en tomar partido por el reino de la subjetividad para fingir ese viaje imposible”³. Es cierto que, aun en los casos más asépticos de informativos, caso de Radio 5 de RNE, lo máximo a lo que se puede llegar es a la verosimilitud a través de elementos de los que se sirve el relato para ello: personajes, lugares y objetos históricos, comprobables (en el relato), aplicación de criterios de verdad en los personajes (que digan lo vi, lo viví yo), en el relato objetivo (sin música, sin efectos, mala calidad del sonido, ruido ambiente) y a través de las citas internas verbales, los testimonios.

Sabemos, desde luego, que la radio es un medio espectacular. Y así se lee en los especialistas desde el principio de los tiempos radiofónicos hasta la última publicación sobre radio, donde se afirma que “a menudo -y especialmente en la ficción: la radio es espectáculo en el que falta el sentido de la vista- no es tanto la comprensión intelectual, distinta y completa del texto lo que importa, sino la sensación que éste suscita y que conduce, precisamente, a su comprensión global. A la sunción de un estado de ánimo que suma al oyente en lo que está escuchando, a la manera de quien contempla un cuadro y se deleita en la impresión conjuntade todos sus elementos, a partir del cual crea su propia historia”⁴. Esa misma búsqueda de la sensación y la comprensión global es la que ha llevado a través del localismo al cambio en lo que se denomina la nueva narrativa radiofónica.

Ya decía McLeish que “la radio no sólo es ciega, sino también medio sorda”⁵. El creador radiofónico necesita ser escuchado y para ello utiliza métodos de los que ya hemos hablado, como la emotividad, pero también otros. Pasados ya los tiempos de los locutores engolados⁶, no sólo en los contenidos de los programas ha cambiado la narrativa sino también en los modos, y junto con esas complicadas

³ Ib., p. 96.

⁴ M. A. Ortiz y F. Volpini en su libro *Diseño de programas en radio. Guiones, géneros y fórmulas*. Barcelona, Paidós, 1995, p. 45.

⁵ R. McLeish: *Técnicas de creación y realización en radio*, Madrid, IORTV, 1985, p. 243.

⁶ Como dice Mariano Cebrián “la voz del locutor profesional ha estado sometida excesivamente a cánones perfeccionistas en busca de un estilo de dicción, impoluta, pero ha procurado a la vez un distanciamiento, una frialdad comunicativa. Las nuevas maneras radiofónicas dan prioridad al estilo directo e informal, y a la vez cargado de fuerza expresiva por la vivencia que se pone en lo que se dice”: *La mediación técnica de la información radiofónica*, Barcelona, Mitre, 1983, p. 59.

fórmulas de algunos informativos también encontramos esquemas más simples, voces no profesionales, de colores no radiofónicos y de léxicos y tonos muy coloquiales y familiares. Estas medidas expresivas vienen dadas en muchos casos por las radios locales donde no ha habido profesionales del periodismo hasta hace muy poco y donde son los propios vecinos los que hacen radio e invitan a participar en sus programas a gente que conocen. Es evidente que así el lenguaje es mucho más familiar, como el que habla con sus vecinos porque en realidad así es. En el caso concreto de Andalucía no hay más que contrastar una emisora municipal con la autonómica, donde es mucho menos probable, estadísticamente hablando, oír sesear a locutores que luego en la calle en una conversación con cualquiera de nosotros sí sesean, mientras que en una local es habitual el seseo o el ceceo y otros rasgos fonéticos andaluces. Como afirma Balsebre, "la familiaridad con el código y con las propuestas narrativas de los programas que escuchamos habitualmente son un factor inductor y de refuerzo de la participación comunicativa del radioyente"⁷, mucho más lo es cuando se pasa del ámbito nacional al regional y de éste al local.

Estas características hasta ahora citadas, pueden considerarse generales y apreciables también en Andalucía, cómo no. No obstante, existen otros rasgos muy propios de la Comunidad Autónoma que reflejan la idiosincrasia de Andalucía como entidad cultural y que no aparecen en programas de ámbito nacional que se hacen aquí, como "El lobo estepario" o algunos de Antena 3. No me refiero solamente a la existencia de canales como Radio Olé sino a otros elementos que pueden llegar incluso a dominar elementos externos. Podemos poner por caso un ejemplo reciente y de mucho peso, puesto que se trata de la figura de un periodista tan importante como Carlos Herrera, *quien me temo*, venía de la SER con la idea de programa magazine nacional, magazine de estrellas, tipo Luis del Olmo, magazines de alta audiencia en cantidad y en calidad, tanto masculina como femenina, de aquel tipo de magazine con personalidades importantes como colaboradores, con temas importantes que afectan a la vida social y política del país. Y llega a Canal Sur a sustituir en las mañanas a María del Monte, por cierto, líder de audiencia en Andalucía durante la temporada anterior 94/95. Creo que el estilo radiofónico del primer Carlos Herrera de octubre del 95 no tiene nada que ver con el de hoy. El cambio operado ha sido profundo y paulatino. A pesar de haber contado con dos colaboradores muy íntimos para él, el estilo expresivo del propio presentador ha cambiado, siendo ahora mucho más cercano, más directo, muy muy coloquial y con

⁷ A. Balsebre: *El lenguaje radiofónico*, Madrid, Cátedra, 1994, p. 222.

un lenguaje muy cercano al del ama de casa andaluza. El estilo constructor del programa también ha variado, puesto que se han recuperado secciones que estaban en el programa de María del Monte, ofreciéndole así al oyente la familiaridad tan necesaria para contar con la seguridad que ofrece el conocimiento adquirido del oyente. Los temas que se tratan en el programa también han sufrido mutación. Se tocan temas más autonómicos o regionales, sin renunciar a los nacionales y actuales si son de interés. Y lo que quizás ha sido el mayor logro, conseguido en parte por la audiencia y en parte por la presencia del técnico de mesa -cuyo nombre por la calidad de su trabajo no podemos dejar de citar, don Víctor Manuel de la Portilla-, el respeto a la intervención del oyente, en su gran mayoría perteneciente al sector femenino, ama de casa de profesión. Al principio de su trayectoria en la radio andaluza, Herrera atendía a las opiniones de los oyentes que participaban telefónicamente cortando su discurso aprovechando las pausas que éstos hacían cuando a él le convenía, muchas veces sin dejar terminar de hablar. Esto ya no ocurre. De nuevo el oyente andaluz que hizo que Canal Sur Radio fuera líder de audiencia ejerce como protagonista de sus propios programas. Es un ejemplo de poder del estilo institucional andaluz.

Como conclusiones:

La radio está hoy en Andalucía como en todos los lugares. Con saturación de emisoras, la mayoría locales, que cuentan con escasos medios y escasa calidad técnica y discursiva, que se oye fundamentalmente buscando música y noticias y que desembocará en un futuro que será también el de todos los lugares: reducción de número de emisoras, implantación del hombre orquesta, la digitalización, la estación automática, etc. en lo que a infraestructura se refiere. Desde el punto de vista del discurso en expresión y contenidos se acentuará el localismo y la especialización, la fórmula, con audiencias muy seleccionadas. Y se continuará con esta manera distinta de contar, con esos nuevos modos de ofrecer los contenidos, más cercanos pero también más disfrazados, más espectacularizados. Lo que ganamos en flexibilidad y proximidad es posible que lo perdamos en verdad. La nueva narrativa informativa no rechaza, sino que busca la ficcionalización. Esto último debería suponer que los discursos deberían ser más elaborados, y por tanto, más elevados los costes de producción. Sin embargo, no lo es. Las pequeñas emisoras se acostumbran a hacer ficcionalización a base de meter músicas en los informativos y a base de un léxico efectista por parte de los narradores. Y no, como debería ser, a base de elaborar discursos en postproducción y montaje, en el cálculo al milímetro del guión y en la cuadratura de efectos, música, silencios y palabras. Se va más a la prisa y a lo barato. Como dice Balsebre, "en este sentido, la hegemonía

de los formatos informativos-*talk show* y musical hoy en las programaciones radiofónicas de todo el mundo no ha beneficiado en absoluto la producción de un cambio en las conciencias de aquellos profesionales y teóricos de la comunicación que ignoran a la radio como medio de expresión”⁸.

⁸ Ib., p. 15.