



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 10 – 2ª época - Director: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - Universidad de La Laguna 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -
Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Investigación

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Garcés, Raúl (2007). La crisis de los discursos radiofónicos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200719RaulGarcés.htm>

[Revisora / revisor: He revisado el artículo 30_2007 titulado "La crisis de los discursos radiofónicos" y me parece un buen trabajo, que se puede publicar. Es una reflexión interesante sobre el presente y el futuro de la radio, que llama la atención sobre varias causas que son las principales responsables de la crisis radiofónica: la falta de fórmulas novedosas, la competencia de internet y el auge de las televisiones. Otra de las reflexiones importantes que se hace en el artículo es que, curiosamente, el aumento de emisoras de radio no ha supuesto una mayor diversidad en la oferta de contenidos; al contrario, se han multiplicado los espacios clónicos, basados en fórmulas pensadas exclusivamente para atraer grandes audiencias en detrimento de la calidad de los contenidos. Y el autor también apunta un problema importante: la dificultad que tienen muchas empresas para aprovechar las posibilidades que ofrece la tecnología digital, porque muchos profesionales no están preparados para asumir los retos tecnológicos. Por todas estas razones, creo que el artículo debe ser publicado.]

La crisis de los discursos radiofónicos

The crisis of the radio producing

Artículo recibido el 2 de agosto de 2007
Sometido a pre-revisión (Comité de Redacción) el 2 de agosto de 2007
Enviado a revisión el 2 de agosto de 2007
Aceptado el 3 de agosto de 2007
Galeradas telemáticas a disposición del autor el 1 de septiembre de 2007
Visto bueno del autor, el 2 de septiembre de 2007
Publicado el 4 de septiembre de 2007

Dr. Raúl Garcés © [C.V.]

Director del Departamento de Periodismo
Facultad de Comunicación
Universidad de La Habana, UH, Cuba
garcés@enet.cu

Resumen: Dentro de un contexto mediático marcado por la revolución de la 'prensa' digital y el impacto cada vez mayor de la televisión, se habla con frecuencia de la radio desde posiciones polarizadas: de un lado figuran quienes la estigmatizan como un medio perteneciente al pasado, cuya relación con las audiencias más jóvenes tiende a languidecer; de otro, quienes le auguran larga vida como gestora de experiencias de comunicación comunitaria y alternativa. El autor repasa algunos de los argumentos que sostienen ambos enfoques y alerta sobre la necesidad de despojar al discurso radiofónico actual de recursos trillados, para revestirlo con formas experimentales de realización cada vez más audaces y creativas. Asimismo, reflexiona en torno a los desafíos de la radio cubana para conquistar nuevas audiencias, dentro de un contexto donde la televisión y la prensa escrita de la Isla empiezan a recuperarse de la crisis económica que azotó Cuba tras la desaparición del campo socialista.

Palabras clave: radio – periodismo radiofónico – producción radial – discursos radiofónicos – radio cubana – prensa cubana – nuevas tendencias en la radio – radio comercial – radio de servicio público – crisis en la radio – programación radiofónica.

Abstract: In a media world highly influenced by new technologies revolution and the increasing impact of television, speeches on radio are frequently polarized: in one side, some scholars argue radio belongs to the past and it is no longer able of attracting younger audiences. In the other, lay those who predict long life to radio as a source of alternative and communitarian communication experiences. The author reviews the arguments that sustain both perspectives and emphasizes the need of renovating radio producing with audacious and creative formulas. At the same time, he discusses some of the challenges Cuban radio has ahead to attract new audiences, when television and printed press are recovering from the economic crack the Island suffered after Eastern European socialism disappeared.

Key Words: radio – radio journalism – radio production – radio speeches Cuban radio – Cuban press – new tendencies on radio – commercial radio – public service radio – crisis on radio – radio programming

Sumario: 1. Introducción. 2. Señales de alarma global. 3. Cuba: ¿La radio como protagonista? 4. Referencias bibliográficas / Notas.

Summary: 1. Introduction, 2. Global alarms on radio. 3. Cuba: radio as protagonist? 4. Bibliography / Notes.

1. Introducción

Apelando a los mismos términos que empleara Umberto Eco hace varias décadas para definir la reacción de los críticos ante la cultura de masas, podría decirse que la radio cuenta hoy con más apocalípticos que integrados. Lo anterior no pretende ser una advertencia fatalista, sino el reconocimiento sin cortapisas de importantes señales de alarma, cuya desaparición o retroceso dependería en gran medida de una transformación radical en los discursos narrativos del medio y en muchas de las prácticas profesionales de sus hacedores.

Claro que el desarrollo de la radio comunitaria o la rápida evolución experimentada por una gran cantidad de emisoras en Internet podrían invocarse como contrapeso alentador, sobre todo en medio del avance cada vez más extendido en el mundo de una cultura audiovisual. Pero aun así los criterios apocalípticos resonarían impenitentes en los oídos de los radialistas, desde diferentes perspectivas. Para algunos, las audiencias de la radio se han reducido y continuarán reduciéndose en proporción dramática; para otros, las pérdidas financieras de las empresas radiofónicas han conspirado tanto contra el ejercicio del periodismo, que permiten pronosticar la muerte casi inminente de géneros como el radioreportaje. El español Ángel Faus Belau, por ejemplo, al analizar estos y otros fenómenos, formula sus conclusiones en términos categóricos: "La radio, los radiofonistas, su empresa y sus gentes sufren de aburrimiento letal, desinterés total por el producto, la programación, el contenido y la audiencia. La radio está ayuna de investigación y ciencia propias, desheredada de ideadores, abandonada de creadores, magra en inventores y encadenada por la cuenta de resultados. Estamos ante la caducidad de un sistema y de unas fórmulas históricas de narración, contenido, programación y concepto radiofónico" [1].

Cuba, pionera en la transmisión de señales sonoras dentro del contexto latinoamericano, acumula una larga tradición en la producción de múltiples géneros y formatos radiales. El hecho de que en 1948 –cuando Félix B. Cagnet estrenara a través del circuito CMQ su célebre novela *El derecho de nacer*– la isla comprara el 25% de los receptores exportados por los Estados Unidos a América Latina, ilustra el alcance que para entonces había logrado la industria radiofónica nacional [2]. Más de medio siglo después, la radio cubana sigue expandiendo el número de sus estaciones y oyentes, pero su evolución no es totalmente ajena a algunas de las tendencias internacionales arriba descritas. Junto a la creciente modernización tecnológica de las emisoras y la creatividad de un significativo número de realizadores, coexisten fórmulas rutinarias en el diseño de las programaciones, esquemas narrativos demasiado predecibles y un estilo de comunicación que, a fuerza de repetirse de un lado a otro del dial, tiende a perder su potencialidad dialógica.

reducidos en medio de la aguda crisis que atravesó la Isla, los vientos que soplaron para la radio no fueron siempre tormentosos. Si bien algunas emisoras recortaron el horario de sus transmisiones y casi todas debieron soportar sin recursos los embates de la obsolescencia tecnológica, al mismo tiempo asimilaron a un significativo número de profesionales excedentes de la prensa escrita -2 diarios nacionales y la totalidad de los provinciales pasaron de la noche a la mañana a semanarios- y generaron soluciones para intentar paliar el déficit informativo sobrevenido entonces.

La radiorevista *Rebelde en Rebelde*, por ejemplo, fue una de las fórmulas que encontraron periodistas del diario *Juventud Rebelde* para sobrellevar la falta de espacio y la tirada reducida de su publicación, amplificando sus noticias y artículos a través de *Radio Rebelde*, una de las emisoras más escuchadas de la Isla. El 6 de enero de 1992 salió al aire por primera vez el Noticiero Nacional de Radio, transmitido en cadena para todo el país y que, andando el tiempo, se convertiría en el espacio informativo más importante de la radio nacional.

Catorce años después, la infraestructura mediática cubana muestra signos indiscutibles de recuperación, ilustrados con el surgimiento de dos nuevos canales nacionales de televisión, ambos con perfil educativo, la reaparición de publicaciones que se habían extinguido o debilitado en la década anterior y la multiplicación del número de emisoras –fundamentalmente municipales y comunitarias– distribuidas por toda la Isla.

Los finales del siglo XX e inicios del XXI atestiguaron también un proceso acelerado de renovación tecnológica que, en el caso específico de la radio, implicó la digitalización de la producción y las transmisiones, junto a un crecimiento exponencial del número de páginas web, tanto de emisoras de alcance nacional como regional. Sin embargo, la radio cubana en Internet deberá sortear todavía fuertes limitaciones para insertarse competitivamente en los actuales escenarios digitales a nivel global. Sin ánimos de analizar a profundidad el tema, apuntaría con premura los obstáculos siguientes:

– **Infraestructura todavía pobre**, evidenciada sobre todo en la baja disponibilidad de computadoras modernas para generar y actualizar los contenidos lo mismo en la radio tradicional que en la web. Razones tecnológicas impiden igualmente la presencia en audio real de un número significativo de emisoras dentro de la red de redes o la accesibilidad de sus programas grabados, a pesar de la evolución experimentada en los últimos años por las páginas digitales.

– **Una cultura profesional digital aún muy incipiente**, que suele considerar a los sitios web como apéndices de las estaciones de radio y no como estructura armónicamente integrada a su programación. Aunque cada vez más se diseñan y producen mensajes destinados específicamente a tales sitios, suele abundar también la transcripción inadaptada de materiales sonoros y la reproducción textual de noticias publicadas por la prensa escrita y las agencias de noticias.

– **La necesidad de una mayor capacitación para webmasters y periodistas digitales**, caracterizados hoy en muchos casos por una formación profesional empírica y por un escaso dominio de herramientas y habilidades distintivas de su trabajo. Las potencialidades expresivas de la comunicación multimediática, la interactividad propiciada por espacios como foros de discusión y chats, la lógica de información encadenada –consustancial a la hipertextualidad–, por sólo mencionar algunos ejemplos, no prevalecen, como regla, en la propuesta actual de los sitios digitales radiales de la Isla.

A la radio hertziana se le vienen encima también múltiples desafíos, en un contexto donde, fundamentalmente la televisión, ha recuperado mucho del terreno perdido y ocupa un lugar cada vez más notorio como fuente de educación, entretenimiento e información de los cubanos. Tomando como referente mi interacción sistemática con estudiantes universitarios y audiencias jóvenes, arriesgaría la hipótesis de que en Cuba, como en otras partes del mundo, el público joven tiende a ser más "audiovisual" que oyente de radio o lector de las noticias de los periódicos. A la carrera de Periodismo arriban cada año alumnos cuya relación previa con la radio es inconstante, casual o, en el peor de los casos, nula. Más de una evidencia sugiere que, hacia el futuro, una prioridad para muchas emisoras podría ser la de trascender el círculo vicioso de los mismos públicos receptores y conquistar nuevas audiencias.

Obviamente, alcanzar ese objetivo no constituye una empresa fácil, ni depende de fórmulas invariables que puedan aplicarse por igual a todas las emisoras y contextos. Pero, de cualquier manera, algunas claves parecen emerger de comparar a la radio con otros medios de comunicación, en cuanto a sus potencialidades para relacionarse directamente con las audiencias. Traer los oyentes a la radio –lo mismo a través de llamadas telefónicas, que de programas de debate, que promoviendo su participación real en el diseño de las barras programáticas– y llevar la radio a los oyentes –ya sea para discutir la propia oferta radial o para contribuir a la transformación social generando comunicación desde los espacios locales (barrios, centros de trabajo y educación, etc.)–, depende más de la voluntad de los realizadores que de la inversión de cuantiosos recursos. Probablemente, la naturaleza crecientemente competitiva del entorno mediático cubano debele para muchas emisoras la necesidad de articular estrategias de socialización más agresivas, en lugar de esperar porque nuevos oyentes "caigan" dentro del círculo de sus receptores habituales.

Potenciar la búsqueda de audiencias pasa también por revalorizar la figura del comunicador radial. Desde tiempos en que Kate Smith, a través de un programa de radio, vendía bonos para financiar la participación de soldados norteamericanos en la segunda guerra mundial –e incluso desde antes– se conoce el sentimiento de acceso personal que la radio promueve hacia sus comunicadores. Valdría la pena discutir, sin embargo, si no ha proliferado entre nosotros un modo de comunicación que, a fuerza de repetir reportes meteorológicos, dar la hora y añadir noticias de dudosa trascendencia, simplifican a niveles caricaturescos el complejo acto de hablar frente al micrófono.

El auge global de los talk shows, justo cuando han desaparecido o languidecido múltiples géneros y formatos tradicionales, ilustra la vigencia de una comunicación cada vez más personalizada, que pudiera proponerse encantar al público no sobre la base de facilismos y retóricas vacías, sino mezclando creatividad, conocimiento y cultura. Ahora que el número de emisoras promete seguirse expandiendo por toda la Isla, recordar a Bertolt Brecht ayudaría a alejar el peligro de la clonación de los discursos a través del dial: "mal está la radio que no encuentra oyentes –decía el dramaturgo alemán– pero peor están los oyentes que no encuentran quien tenga algo que decirles".

4. Referencias bibliográficas / notas

[1] Faus Belaus, Angel: Reinventar la radio. Revista *Chasqui* No. 74, 2001.

[2] En 1948 la isla logró importar exactamente 113.400 receptores, más o menos una cuarta parte de lo que Estados Unidos exportaba para entonces a América Latina. Ver: Garcés Corra, Raúl: *Los dueños del aire, un acercamiento comunicológico a la radio cubana de los años 40*. Versión digital de la Editorial Pablo de la Torriente Brau, 2004.

[3] Grossman, Lawrence: The death of Radio-reporting. *Columbia Journalism Review*, septiembre-octubre de 1998.

[4] ibidem.

[5] El debate sobre los espacios informativos radiales cubanos en múltiples eventos teóricos, ha sugerido, también en nuestro contexto, la pertinencia de recuperar el concepto primigenio de lo noticioso (asociándolo a lo realmente inesperado y trascendente), explorar nuevas formas de ideación de la noticia teniendo en cuenta las especificidades del lenguaje radiofónico y vigorizar géneros interpretativos como el reportaje dentro de los noticieros y otros espacios informativos. La homogeneización de un tipo de noticiero que excluye de de noticias cortas ha consolidado estructuras y dinámicas instantaneístas, que destierran casi como norma de la práctica periodística la investigación y el análisis, y despojan a los reporteros de la complejidad interpretativa de su oficio para convertirlos en meros "facilitadores".

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS, SEGÚN LA APA:

Garcés, Raúl (2007). La crisis de los discursos radiofónicos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. La Laguna (Tenerife). Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200719RaulGarces.htm>

Copyright of *Revista Latina de Comunicación Social* is the property of Universidad de La Laguna and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.