

Coloquio

Radio, cultura y sociedad

a cien años del descubrimiento de la radiodifusión

Miguel Angel Granados Chapa

Notas sobre las radios y las culturas

La radiodifusión está en la cultura, le sirve de vehículo y es cultura ella misma. De las mil definiciones posibles de cultura, convengamos por ahora en la que la opone a natura, es decir todo lo creado por el hombre, y más restringidamente la que designa las creaciones humanas libres y gratuitas. No las que sirven a un propósito inmediato, medible y práctico, sino las necesarias para la preservación y el enaltecimiento de la dimensión espiritual de las personas. En ese sentido, la radio es registro y difusión de la materia cultural que le es propia, la que se condensa en el sonido, es decir la música y las palabras.

La radio es ella misma cultura, es creación humana. Lo son las concepciones teóricas y el instrumental tecnológico que le dieron origen, como lo es también la organización industrial y el desarrollo institucional que permitieron su auge posterior. Pero la radio no fue sólo portadora de recados, especialmente útiles a la navegación por mar y aire. No mucho después de su aparición se convirtió en receptáculo de una nueva y específica forma de creatividad intelectual y artística. Como en el cine, aquellos sustratos materiales y organizativos son herramientas para una expresión del espíritu. No nos detengamos por ahora a examinar si esas

manifestaciones son valiosas o no (y menos a explicitar los criterios con que atribuiríamos o negaríamos tal valor). Cualquiera que sea su calidad (y el patrón para medirla) música y palabras son manifestación del espíritu y de la capacidad humana de hacer suyo el principio, divino o mecánico, de acrecentar el mundo.

(Al recordar el parentesco entre la radio y el cine, nos preguntamos, como de paso, si aquella no será capaz de homenajearse a sí misma como lo ha hecho la cinematografía. No han faltado, sin duda, emisiones evocadoras, y menos aún están ausentes programaciones enteras fundadas en la nostalgia. Pero la historia de la radio a través de la radio, el ensalzamiento de sus virtudes, el recuento de sus miserias y defectos pero también de su servicio a la humanidad, una retrospección al mismo tiempo benevolente y crítica, todo eso es una tarea por hacer, es un ejercicio cuya práctica señalaría la madurez de ese arte, artesanía, profesión e industria que es la radio. En ese museo del aire, por ejemplo, merecería un lugar de honor la hazaña de Orson Wells, cuya emisión sobre la invasión de marcianos, el 30 de octubre de 1938, escuchada por seis millones de personas, produjo al menos en la sexta parte una reacción de miedo y angustia, surgidos de su creencia de que se transmitía un acontecimiento real y no un radioteatro. Claro que al retransmitir ese hito de la radiodifusión no se significaría la capacidad de engaño radial, sino su fuerza persuasiva, su aptitud para crear mundos, vivencias e imágenes).

La genealogía de la radio es típica del proceso de acumulación que es esa porción de la cultura a la que llamamos conocimiento científico y sus traducciones tecnológicas. Para decirlo en el estilo bíblico, Ampère engendró a Maxwell que engendró a Hertz que engendró a Marconi. Un francés, un escocés, un alemán y un italiano, también sus orígenes nos remiten a la diversidad de la sociogeografía, otro aspecto de la cultura, en realidad una de sus fuentes nutricias.

Hace un siglo Marconi consiguió transmitir a dos kilómetros de distancia, en su taller de Pontechio, cercano a Bolonia. Seis años más tarde él mismo lograría la primera transmisión transoceánica, de Cornualles a Terranova. El dos de enero de 1909 su invento permitió que el naufragio del buque inglés Repùblic no significara la muerte de sus pasajeros y tripulación. En ese mismo año recibió el Premio Nobel de física. Aun transcurriría una década, sin embargo, antes de que ese instrumental sirviera para transmitir esa nueva forma de cultura que es la radiodifusión, la emisión organizada de música y palabras.

Toda la música

Palabras y música, digo, son los materiales de la radio. ¿Qué música? Toda. Toda la música. Es decir, no sólo la que interesa difundir a la industria fonográfica, no sólo la que sirve al comercio. Ya diremos una palabra sobre las tentaciones por el mercado que asaltaron siempre y a menudo vencieron a la radio. Recordemos por ahora que la primera vocación de la radio mexicana fue la transmisión de conciertos. Así lo registra ya en 1924 la

revista *Antena*, según la cual, "hace un año, poco más o menos, que en esta ciudad empezaron a instalarse estaciones transmisoras de conciertos radiotelefónicos".

En sentido semejante, el 14 de junio de 1937, al fundarse Radio Universidad Nacional, don Alejandro Gómez Arias explicó a sus oyentes que se transmitirían "las grandes obras musicales de todos los tiempos y también las melodías anónimas de nuestro pueblo, armoniosas y cristalinas cuando son auténticas". También dijo entonces don Alejandro que la radio "se vuelve contra el hombre al transmitir música que degenera y envilece". Es seguro que el fundador de esta emisora se dejó llevar por la vehemencia al emplear palabras que acaso se refirieran sólo al estragamiento del buen gusto, causado por la repetición de sonsonetes y tonadas facilones. De lo contrario, con el buen humor que fue uno de sus dones, reiría de sí mismo al saberse al paso de los años, por hablar de envilecimiento, coincidente con la tesis de un fundamentalista que ha encontrado, y denunciado con calor, que si se oyen grabaciones de rock en sentido contrario al normal se descubren mensajes cifrados, obra de Satanás, procedentes del Infierno mismo, porque a la obra del Maligno corresponde esa música, al revés o al derecho.

En el principio fue el Verbo

También todas las palabras son las palabras de la radio. En su mensaje fundacional anunció don Alejandro que las estaciones universitarias (de onda corta y amplitud modulada) "estarán al servicio del país en el intercambio de ideas políticas y sociales. Por ellas

podrán transmitirse todas las tendencias, todas las ideologías, pues nuestra labor es de absoluto desinterés al servicio de las ideologías congregadas aquí".

Por entonces, Salvador Novo había dado con la clave de la verbalidad radiofónica: "Porque el radio es una máquina nueva y peculiar, deberá desarrollar una nueva y peculiar técnica en que cada palabra ceda cada vez más su puesto al sonido puro, y que en todas aquellas veces en que sea imprescindible, recuerde que va a ser oída, no vista ni leída. Por su esencia misma, residente en el aire, la palabra dicha en el radio no puede aspirar a eternizarse, aspiración literaria. Debe cumplir su objeto, impresionar discretamente por la amable puerta de los oídos del señor que le permite entrar hasta la intimidad de su alcoba, su espíritu, y retirarse para no volver más de la misma forma".

No, de la misma forma no. Pero, ¿qué tal en grabaciones? Hasta ahora, la industria fonográfica se ha servido de la radial, se ha colgado de ella como la hiedra en el muro. Ha contribuido con esa actitud parasitaria a adulterar, a pervertir diría Gómez Arias, los fines de la radiodifusión, al preferir la música chabacana que es recibida sin el menor esfuerzo. En compensación hoy, al menos sus técnicas, si no también sus estructuras de distribución, pueden ser puestas al servicio de la palabra. Aunque no derivan directamente de la producción radiofónica, están ya disponibles en discos compactos y en casetes, como antes lo estuvieron en discos de larga duración, las grabaciones bien llamadas *Voz viva de México*. Directamente de las emisiones que respetan la

palabra pueden surgir, además, series nuevas de ese género. La angustia de la fugacidad puede ser vencida hoy por la variedad de registros fonográficos, que completan y hacen permanente la difusión radial.

Nueva sociedad, nueva radio

En México, la sociedad invertebrada está dejando de serlo. Por doquier se aprecian tentativas de asociacionismo, a cada momento surgen agrupaciones de carácter civil. Cualesquiera que sean su móvil y su destino, su sola existencia supone, propone una nueva relación entre la sociedad y el poder. Hasta hace poco tiempo, quizá una década apenas, la sociedad se organizaba sólo en torno y al influjo del poder, o casi, y prácticamente no mantenía ligas consigo misma, entre sus partes. Es verdad que los colegios profesionales, las agrupaciones del apostolado seglar en las iglesias, los clubes de servicio y otras entidades vocadas a la filantropía eran el germen de una sociedad ajena al estado.

Pero por las características de nuestro sistema político, el partido gubernamental parecía disponer de la facultad exclusiva de organizar lo nuevo, especialmente en la sociedad agraria, pero también en las regiones urbanas, donde primero los obreros a través del sindicalismo oficial y luego las clases medias, en ascenso desde la mitad del siglo, irrumpían como poderosos protagonistas de la transformación social. Hoy esa dependencia se ha roto al punto de que ese partido desistió de continuar confederando a las organizaciones populares.

Nuevos segmentos de la sociedad, nuevos modos de relación entre sí, nuevos vínculos con el poder, ¿no han de ir acompañados de nuevos medios de comunicación, de una nueva radio, que atienda esa nueva configuración de sus públicos, aprenda sus lenguajes, los practique, los haga suyos y, reelaborados, los devuelva a los oyentes para cerrar el círculo de la comunicación, el metabolismo de la nutrición cultural?

Para dar paso a esa nueva radio es imprescindible modificar la legislación en la materia, demasiado rígida hoy, demasiado al servicio de los intereses comerciales, demasiado apagada a las viejas tecnologías. En el Distrito Federal recientemente, en la Universidad de Guerrero antaño, fueron establecidas emisoras no autorizadas, radio piratas como las que en Europa terminaron ganando la disputa por el espacio. En la ciudad de México el cuadrante está saturado en sus modalidades de AM y de FM, con 33 estaciones en aquella banda y 25 en ésta. Una revisión de las concesiones, y una firme actuación en consecuencia, abriría espacios y tiempos a nuevos difusores. Pero aun si ningún interés es afectado, los nuevos modos de transmitir, insuficientemente explorados (aun los otorgados ya, como la radio digital, al mismo esquema de operación mercantil), ofrecen vetas todavía más productivas para la sociedad.

La herencia bienvenida

Esa nueva radiodifusión no tiene que partir de cero. Hay una rica herencia, una sólida tradición, una red permanente de lo que Cristina Romo ha llamado "la otra

radio": emisoras universitarias, gubernamentales, de comunidades indígenas. Afectadas de diversos modos por las varias caras de la crisis (ya en forma de restricciones presupuestarias, ya por el demonio de la censura), no han cejados en sus esfuerzos de presentar alternativas frente a la radio comercial, encerrada en sus rutinas musicales (cuatro o cinco programaciones convencionales), si bien avivada en sus transmisiones informativas y periodísticas, sujetas a los vaivenes surgidos de la dialéctica del amo y el esclavo.

¿Cómo puede abrirse un horizonte mejor para el público, para esa "otra radio", y cómo puede en vez de reñir colaborar con la interesada sobre todo en la ganancia?. Puede imaginarse una fórmula que dé respuesta a esas preguntas. Debe recordarse, como premisa, que el Estado mexicano se ha reservado, en la ley y en disposiciones de otro rango jurídico, tiempos oficiales, actualmente subutilizados, y que se dedican sobre todo a difundir lemas (*slogans* se les llama en la jerga de este oficio) de campañas gubernamentales. El tiempo cuyo uso se deriva de obligaciones fiscales que no han sido derogadas, significa impuestos condonados, dinero que se obsequia a los concesionarios porque de menos en menos se emplea el 12.5 por ciento de sus espacios. Aparte las consideraciones políticas, del gesto de buena voluntad estatal frente a los particulares, ese tiempo no se emplea porque el Estado carece de capacidad de producción.

Las emisoras de "la otra radio", sin mengua de su actividad de difusión directa, pueden convertir sus

estudios en los centros de producción que permitan enriquecer, a través de tiempos oficiales, la programación de la radio comercial que llega a amplios auditorios. Es una falacia suponer que el gusto del público está ya estragado sin remedio y que los oyentes de ese género de emisiones repudiarán inexorablemente mejores producciones, considerándolas como una multiplicación, una mestástasis cabría decir, de la Hora Nacional. Por lo contrario, radionovelas extraídas de la mejor literatura, y otras escritas específicamente para este medio, programas documentales, conciertos en vivo y grabados, textos explicativos, periodismo de la mejor cepa, todo cabría en esas aportaciones en que todo el mundo saldría ganancioso.

Colocada entre el mercado y el poder (aunque algunas de sus emisoras correspondan al gobierno), "la otra radio" mejoraría de ese modo sus finanzas, por la venta de tales servicios de producción al Estado. Se enriquecería la rutinaria programación comercial, que quizá por emulación avanzaría en sus tramos restantes hacia niveles apetecibles de calidad. Y el público se beneficiaría de modo que dejara de tener vigencia la célebre fórmula de Bertold Brecht: "El hombre que tiene algo que decir se desespera al no encontrar oyentes, pero es más desconsolador para el auditorio el no encontrar a alguien que tenga algo que decirle".

Finalmente, la otra cultura

Según Ortega, otro modo de entender la cultura es considerarla como "un conjunto de actitudes ante la vida". También ante ese concepto, frente a las

consecuencias de esa definición tiene posibilidades la radio, pues está en sus capacidades contribuir a modelar tales actitudes.

En tal sentido cabe considerar las responsabilidades la radio, de toda la radio, en la construcción de una cultura democrática. Nuestra larga residencia en un ambiente donde la pluralidad no tenía carta de naturalización y, al contrario, la disidencia era mal vista y satanizada, exige que la transformación de las estructuras legales quede reforzada por una cultura de la diversidad. Emprender esa tarea implica subrayar el valor de la tolerancia y el respeto.

La democracia, en efecto, no requiere únicamente espacios para los partidos y condiciones equitativas para la competencia. Requiere un modo de ser y de pensar que considere a las personas como sujetos y no como objetos, como adultos capaces de asumir sus decisiones, como ciudadanos dueños de su voluntad para construir las decisiones comunes. Para llegar a esas metas se comienza siendo un oyente dotado de conciencia de su dignidad de tal, exigente por lo tanto de emisiones radiales que lo enaltezcan y expandan sus facultades de obtener, entender y disfrutar los dones de la vida espiritual.

DF, 27 de septiembre de 1995