

EL LIBRETO DE RADIO

Una artesanía recuperable

Fernando Vásquez R.*

La doble suerte de la palabra / fijeza e instante / historia y vida.

Una doble suerte mueve a la palabra, la de la fijeza y la del instante. Cuando es fijeza, tiende a la escritura, se vuelve testimonio, procura estatificar un tiempo, volverlo hito, mojón, (la Historia). Por el contrario, cuando avanza hacia el instante, la palabra se torna oralidad pura, asume los matices de la charla, la mera voz o el canto (la Vida). Entre el primer sino de la palabra, eminentemente escritural, y el segundo, esencialmente vocal, queda un espacio para la elaboración de libretos para radio.

El libreto para radio: reunión de la voz con la escritura / resurrección del signo.

El libreto para radio reúne tanto la voz como la escritura. Aglutina el locutor con el escritor, el instante fugaz de la oralidad con la aspiración de permanencia de la runa, del jeroglífico, de la cuña o el "estilo". Quizá por eso mismo, la radio es uno de los medios más vivos, más repleto de ánimo, con el mismo matiz que poseen el diálogo, la discusión o el debate. La radio participa de ese "tipo" de calor humano inherente a la oralidad: un calor que uno, aunque sea imaginariamente, puede sentir como gestual, como repleto de

* Licenciado en Literatura de la Universidad Javeriana. Profesor de Semiótica. Director de la Revista Trocadero y del programa radial "Detrás de la palabra".

manoteos, de insistencias y de una muy especial acentuación; sobre todo de eso, de acento, aquello que la escritura trata de colocar a cada uno de sus hijos, pero que irremediablemente se pierde en el gran horizonte del sentido.

Sólo cuando la escritura se lee, en voz alta, cuando se la locuta, sólo entonces, el acento de una grafía adquiere ánimo o soplo de vida. Resucita de su muerte de signo. Si se me presta la expresión, la radio vivifica lo que toda escritura mata: la sensación.

La radio como modelo para la literatura / economía y selección de las palabras

Hemos dicho que la labor primordial de los libretos para radio es la de aunar dos destinos de la Palabra: hemos agregado también, que la radio revive, repite el génesis: lo nombra. Digamos, además, que la radio llena a la escritura de profundas responsabilidades, entre otras, la de una *minuciosa legibilidad*. En radio no se puede o no se debe o no cabe el engolosinamiento con la palabra, so pena de morir en el cambio de dial. La escritura sola, la letra de nuestro tiempo, cuando entra al espacio instantáneo, fugaz, oral de la radio, necesita aprender varias cosas: la economía de los signos, el juego de las posibilidades y limitaciones de un vocablo, eso de una parte; pero además, la escritura al entrar en contacto con la radio, aprende también el cuidado de selección en las palabras, su escogencia: más que sinonimia, precisión; más que demagogia, síntesis.

La redundancia / la repetición como orquestación / el no improvisar / las superposiciones

Sin embargo, no olvidemos que la palabra de la radio se mueve en la redundancia. "Al no contar la radio con los medios retóricos que permite la *distribución espacial* (tal es el caso de la titulación, la disposición de las columnas o la colocación de las palabras), explota por una parte todas las *posibilidades retóricas instantáneas*, y de otra parte la *superposición de secuencias*", opina Miguel de Moragas.

Pero no hay que entender redundancia como mero parloteo o charlatanería sin piso. Redundar es, para Mario Kaplun, un tipo de énfasis. Y "la reiteración en radio se vuelve aún más eficaz si se efectúa en un contexto diferente al inicial". Esta necesidad de repetición —propia del lenguaje oral— se asemeja a una orquestación; mejor aún, el libreto literario para radio debe ser como el "Bolero" de Ravel, *variaciones sobre una misma melodía*; toque desde dis-

tintas ópticas de un mismo asunto. De ahí por qué las ideas centrales o “leit-motiv” en los libretos deban ser pocos, a lo máximo dos o tres; el resto son rodeos, circunloquios, relecturas sobre tales hilos conductores. Además, el locutor debe —como un director de orquesta—, interpretar dicha partitura; la entonación, el ritmo, la intensidad y el volumen, la vivacidad y el acento (ese otro énfasis del locutor) hacen que la lectura de un libreto se convierta en una actualización de letra, que tome un sello propio (dato importante para el hacedor de libretos literarios, porque entonces tiene que pensar desde el inicio de la hechura de los mismos, en qué tipo de voz femenina, en qué contraste entre una voz masculina y otra menos grave, etc.). En todo caso, *redundancia no quiere decir improvisación*. Y más cuando se trata de literatura. Al ser la radio una “gran boca traductora”, una gran mediadora, debe *imponerse un afán de comprensión y una claridad especiales*; las frases rebuscadas, las pseudoreferencias, las avalanchas de ideas abstractas, en suma, *la falta de ejemplificación, dejan a un programa literario en la bancarrota de la falta de sintonía*. Reiterar sí, pero manteniendo diáfanas las vigas y durmientes de la estructura del libreto. Si se conserva visible tal sostén, muy seguramente, podremos hacer *superposiciones*, como la de la música o la de los efectos sonoros, sin desfigurar el objetivo u objetivos centrales de cada programa.

Labor pedagógica de la radio / Ventajas y desventajas / La zona de la apuesta / Antropología de la radio

Ahondemos un poco en esta labor “pedagógica” de la radio. Miremos más a fondo hasta dónde la oralidad coadyuva y corrige la escritura. Cuando la letra no puede llegar a su destino; cuando la palabra escrita queda trunca en sus propósitos, dada su ilegibilidad (esa gran cuota de analfabetismo tan común a pueblos todavía anclados en la tradición oral); cuando la misma literatura por sus costos, sus ediciones o su lejanía con respecto a una gran mayoría no ciudadana, se pierde entre la secta o el corpúsculo de lectores; cuando asistimos al poco campo de ocio disponible en nuestros días, debido a la gran faena que cuesta sobrevivir; cuando esto acontece, la radio se impone como solución a muchos de estos impedimentos. Baste anotar algunas ventajas (que bien pueden ser sus mismos defectos): la radio es oral (no requiere de cartillas), la oralidad es universal (para no hablar de la música, un lenguaje aún más universal); la radio es gratuita, cualquiera puede acceder a ella y no necesita pagar cada vez que anhele tenerla; la radio no tiene fronteras, puede ir por encima de montañas o cambiar de paisaje; la radio no está condenada a la librería o la biblioteca. En síntesis, *la radio es un medio ideal para salir del atolladero de la mínima receptividad a nuestras obras literarias*. Desde la radio podemos “ser escuchados”. Y escuchados mayoritariamente. Ahora bien, ser escucha-

dos no quiere decir, tener certeza de respuesta. La radio es un espacio en "donde uno habla sin poder oír y donde los demás oyen sin poder hablar", ha escrito Arnheim. Hay cierta tiranía en la radio, o mejor, cierto impedimento: las pocas posibilidades de "constatar" la comprensión de nuestro mensaje (quizá una llamada, quizá una carta) y, es por ello, que *la radio debe moverse en la zona de la apuesta* (la apuesta riesgosa de perderse en el aire, de hablar en el desierto). Apuesta que nace de la renuncia a la escritura como documento, como memoria. Apuesta que brota de la aceptación del olvido). Se confía en que alguien, del cual no conocemos nada —ni siquiera su rostro—, nos escuche, nos atienda (el radioescucha también apuesta eligiendo, ya que posee la libertad de sintonizar. El radioyente espera; el locutor —como mediador de los libretos— se esperanza). En ambos casos, *la ausencia de rostro, hace que tanto el locutor como el oyente, se inserten en una poética de la ensoñación*. La radio, siguiendo a Bachelard, les concede paralelamente al emisor y al receptor un no - yo que es el bien del yo; ese no - yo permite vivir la confianza de estar en el mundo. (La radio nos libera de la función de lo real, esa es su fortuna y ese su peligro). Desde esta perspectiva podríamos llegar a plantear una antropología de la radio. El discurso radial como una oración, como una confesión en medio del anonimato o, quizá, como una confidencia que apunta a algún absoluto insospechado. O desde otro ángulo, la radio como un tú desconocido y presente, opina Miguel de Moragas: "la radio como un tú inasequible y lejano, pero al mismo tiempo, un tú amistoso y lleno de cariño". Juego de soledades, apetito de afectos: "Queridísimos oyentes", "fieles amigos", "amables radioescuchas . . ."

El tiempo de la radio / dialéctica del instante / El libreto como eje de coordenadas / El olvido

No quisiera dejar de lado, algo que mencioné al principio, y es la instantaneidad propia de la radio. Hablar de instantaneidad es decir con Gastón Bachelard, dialéctica del instante. Y parafraseando al fenomenólogo francés, *si el tiempo de la escritura es horizontal, el tiempo de la radio es vertical* (el libreto literario para la radio es, por lo mismo, un eje de coordenadas: primero horizontal —cuando se escribe—, luego vertical —cuando se lee—). Por eso la instantaneidad de la radio "conmueve, demuestra, invita, consuela, es sorprendente y familiar". Pero, por qué esta aspiración de verticalidad temporal de la radio? Quizá para poder "pillar" al oyente en cualquier tiempo, a cualquier momento; quizá por la propia materialidad que la radio trabaja. Se puede volver atrás en la lectura de un texto escrito, pero no se puede retroceder ante la oralidad; en palabras de Luis López Forero, "lo radiofónico es por naturaleza fugaz, mientras que lo impreso tiene carácter permanente". Lo di-

cho, lo hablado, desde el momento en que se dice, se pierde entre tanto aire invisible, "lo dicho existe a medida que se va diciendo", cree Pierre Bertrand. La radio vive en las ondas, las ondas se mueven en el aire, el oído capta dichas ondas, pero tal proceso es tan inmaterial, que casi siempre se nos pierde, como se pierden las mil y una conversaciones que tenemos durante toda una vida. *Pérdida y olvido. La radio, entonces, no acepta la tiranía de la memoria, es nueva en cada emisión y en cada emisión ya ha olvidado la precedente. Se renueva porque olvida y olvida porque vive del instante.*

Obstáculos de la literatura para ir hasta la radio / El libreto como artesanía

Cuando la literatura se propone ir hasta un espacio radial, encuentra, en principio, una serie de obstáculos. Primero, el de un cierto desprecio hacia la elaboración de libretos, por considerarlos "inferior" producción literaria, - desprecio acendrado aún más por la tradicional división de los géneros que excluye todo el resto (las variantes y combinaciones) de la actividad escritural. Los libretos, entonces, parecieran más un oficio que un arte, cuando en realidad ellos mismos reúnen ambas categorías. *El libreto es artesanía.* Y en esa misma medida no se propone, como afirma Octavio Paz, "durar milenios, ni está poseído por la prisa de morir pronto". Por lo demás, sobra decirlo, un libreto bien elaborado es también buena literatura.

Búsqueda del acento / Pérdida del oído / La seducción como destino de la radio

Otro de los obstáculos es el de encontrar o hallar "ese tono, ese acento particular" propio de un programa radial de literatura. No basta con escribir parlamentos separados por cortinas musicales; mucho menos, transcribir fragmentos de ciertos autores famosos. *El tono de un libreto para radio se logra "ensayando". Y para ensayar hay que inventar, hay que aventurarse.* Hablaba de obstáculos, porque con el desarrollo y la fascinación por la televisión y los medios preferiblemente visuales, la radio —el medio ciego—, ha pasado a un segundo nivel. Desde luego, esta subvaloración de la radio, obedece a una *concentración* de que un único sentido, la visión, y a la pérdida del oído; pérdida que, a su vez, refleja la incapacidad de explorar en otras zonas de lo imaginario, no necesariamente visuales, demos por caso parcelas - imágenes de lo táctil, lo olfativo, lo gustativo, etc. De ahí por qué sea tan difícil hallar ese "acento especial" que debe poseer un libreto literario para la radio. Se tiende a escribir pensando en el ojo y no en el oído. Y sabemos de antemano que *el radioescucha es un ciego, un invidente para el signo, pero un visionario para la voz.* Por lo mismo, hay que aprender este lenguaje incorpóreo, ubicuo y,

por lo general, redundante, reiterativo, de la radio. *Un lenguaje que busca seducir, un lenguaje no lineal, sino oblicuo* (repleto de omisiones, denegaciones, acumulaciones, rodeos, derivaciones . . .) *que comparte la "oblicuidad del sesgo del sueño"*, ha escrito Baudrillard. Seducción entre actores secretos: el locutor quiere "sorprender" al receptor y éste último, cuando menos se espera, sorprende al locutor. *La seducción de la radio, es, siguiendo a Baudrillard, Destino, y "para que se cumpla, es necesario que toda la libertad (del radioescucha) esté ahí, pero también toda ella encaminada hacia su pérdida (el oyente debe quedar cautivo, fascinado por la radio)"*.

La escisión entre culto y popular / Necesidad de continuar el cuento / reto biforme del libretista

Hay otros inconvenientes. Por ejemplo, el de asociar programas culturales con programas tediosos, aburridos, para gente intelectual o de élite. Esta asimilación trae consigo otra serie de prejuicios: la no contaminación del arte con lo "popular"; la falsa necesidad de "iniciación" en los misterios de la creación artística; la escisión entre lenguaje culto y lenguaje de la plebe; la conservación celosa de fórmulas o claves para el desciframiento de lo poético, lo novelesco o lo clásico musical. A su vez, estos prejuicios generan una "apatía" del gran público por lo literario o lo artístico y una falsa no necesidad de tales expresiones en la vida cotidiana. Se requiere estar "bien informado", se necesita entretenimiento, solaz y mucho deporte; pero —cosa extraña y sin embargo comprensible— no se necesita un tiempo para "el aprendizaje de la gran leyenda", para recordar (así sea por un instante) el enorme e infinito relato que es el arte. No se siente la necesidad de continuar el cuento (se prefiere la condena a la soledad de una memoria registrada desde el ojo). Lo dicho anteriormente, lleva a los libretos literarios para radio a un reto bifronte: de un lado, encontrar la "manera" de *romper fronteras* entre lo cotidiano y lo académico (quizá alcanzar una confraternidad, propia del antiguo sentido del lenguaje de la tribu: reunidos en torno al fuego tutelar, reunidos, aprendiendo la otra historia . . . la historia del "rodaballo" de Gunter Grass). Y de otra parte, *recobrar para la radio no sólo propósitos de información y diversión, sino también un deseo por educar* (según creía Brech), por transmitir una herencia hecha de mármol, tinta, óleo y pentagrama. Hemos dejado esta educación al consumismo y ya sabemos que al consumismo poco le importa lo que no se pueda vender o aquello que de por sí sea inútil. Bien visto, si la literatura siempre se ha ocupado de los problemas esencialmente humanos, como la soledad, el amor y la muerte, escribió Alfonso Reyes, es lógico pensar que los *libretos literarios para radio, que aunen la cotidianidad con un propósito de formación espiritual* (entiéndase forjar una jerarquía de valores), *encontrarán una receptividad tan propicia como necesaria*.

El sofisma de la mass-mediación / Los medios como instrumento de trabajo

Y esto no es ingenuo idealismo. Se ha dicho hasta la saciedad que la radio —como otros medios de comunicación— está en manos de los “poderosos”, de los “dominantes”, de las clases que tienen “los aparatos ideológicos del estado” Eso se ha dicho. Y es cierto en cuanto que las clases dominantes (cualesquiera que sean) imponen y manipulan un orden de cosas, pero, por qué dirigir contra tales medios la destrucción o el exterminio y no intentar utilizar esos mismos “canales” para proponer, sugerir o confrontar otro orden de cosas; otro sistema, otro lenguaje, otro cuerpo de signos (no es necesario borrar toda la cultura para proponer una nueva gramática). Es acá donde reside, entonces, uno de los sofismas con respecto a la mass-mediación: ahí, en ese desprecio pírrico: “no me inmiscuyo en la televisión porque ella pertenece a lo que me domina”; “no me meto a elaborar guiones para radio porque es lo que yo repudio”. Pero bien miradas las cosas, los medios son tan sólo eso, medios (de alguien, sí, inobjetable); *los medios son para algo y para alguien; los medios no son abstracciones, son instrumentos de trabajo*. La instrumentalización de los medios nos lleva, desde luego, a los propósitos u objetivos que con ellos se persiguen. Esto es, nos conduce a la intencionalidad de cierto grupo de seres de carne y hueso (no únicamente a teorías). Un ataque a los medios de comunicación en abstracto, —como tantos otros ataques contra el *Estado*, la *Institución*, o la *Burguesía*—, no conlleva sino a un “abandono” en ese terreno de la comunicación.

Los medios como filtros comunicativos / ecumenismo e interdisciplinariedad / El hijo pródigo del arte

- A lo mejor, *los medios de comunicación deberían ser entendidos como filtros o cedazos de “una cierta manera de ver el mundo”,* y como es obvio, algo queda en ellos que no llega a los demás. Desde esta perspectiva, los medios estarían “disponibles” para cualquier escritor de literatura que no tema someterse al peso de la opinión pública (cosa nada sencilla para los artistas, acostumbrados desde hace muchas centurias al desprecio por las “moscas de la plaza pública”). Pero si no se intenta llegar hasta estos filtros, hasta estos cedazos que nos “reinterpretan” no sólo el mundo, sino las opiniones y los hechos, muy seguramente, estos medios seguirán repitiendo la misma telenovela estereotipada, el mismo programa de contenido retórico y sin ningún objetivo, la misma película sosa y desierta de la vida literaria. Si no se busca una comunicación con otras áreas del conocimiento, o del trabajo —no por ello menos poéticas o menos trascendentales—, *si no nos dejamos “penetrar” por un sano ecumenismo, por una interdisciplinariedad tolerante y comprensiva, ten-*

dremos que someternos a la retahila gastada y jacobínica de aquellos que se saben dueños del indiferentismo de los otros. Los mass-media manipulan, de acuerdo, pero no por ello debemos permitir que la manipulación se estandarice; la literatura tiene que "aparecer" en estos campos (arriesgarse al ridículo o la rechifla de la incompreensión primera) y no quedarse solamente en el silencioso cuchicheo del papel. Los hacedores de literatura también somos responsables de esa alienación y ese olvido por lo artístico; los libretos para radio o televisión, pueden sacarnos de esa encrucijada de Pilatos; la literatura no tiene por qué anclarse o engatillarse en sus cenáculos o en sus devociones de espaldarazo (la literatura como Don Quijote, debe dejar la biblioteca e ir en busca de sus propios molinos de viento); hay que ir hasta los magazines de difusión nacional, ir, buscar la radio, husmear en la televisión; invadir ese espacio virgen de los libretos para telenovelas; avanzar hasta el video; apropiarse de toda esa "zona sagrada" que las mass-mediación domina y señorea (*la mass-mediación le hurtó al arte el gran solar del ocio*). No es difícil. Tampoco fácil. Es tanto como volver al antiguo pueblo familiar y tener que empezar otra vez el recuento de nuestra vida lejos de allí, lejos de nuestros conocidos. *Retornar ya crecidos y algo canos, un poco fatigados de tanta egolatría esteticista.* La literatura fue y deberá volver a ser de todos: el "ethos" la hizo germinable y ese mismo "ethos" reclama su presencia. El pueblo, la gran tribu de la cual somos parte, espera que el hijo pródigo del arte regrese a casa.

Voluntad y propósito del libretista / Hacia un imaginario antropológico / La fugacidad / Esa otra manera de ver.

Tales propósitos no son descabellados. Recordemos, por ejemplo, que hubo verdadera novela latinoamericana cuando existió la voluntad específica de escribir novelas. Una voluntad que se tornó propósito: "voluntad de estilo". Esto quiere decir que si nos proponemos hacer libretos literarios para la radio, la televisión o el cine, crearemos un oído, un tono y unas aptitudes idóneas en nuestros receptores. Si nos convencemos de que el libreto es un género, o mejor, una posibilidad de escritura (la idea es de Barthes), no mejor ni peor que otras, sino diferente (la idea es de Cernuda), estoy convencido que alcanzaremos para la literatura, en principio, y para nuestra sociedad, después, *una mejor cobertura para un imaginario antropológico* (la idea es de Durand), pluridimensional, constelador, un imaginario "constituído por redes, donde varias dominantes pueden imbricarse infinitamente". Si se alcanza tal área, en donde ya no hay la dualidad cartesiana que, entre otras cosas, dividió al mundo en buenos y malos, en A.M. y F.M. (las disyuntivas de Paz), en donde no hay cabida para los medios tonos, para lo difuminado, para el inacabado espacio de los grises; si no se alcanza tal región de percepción y registro, la li-

teratura y el arte, en general, habrán alcanzado un punto límite (la idea es de Blanchot), se habrán asomado a su destrucción. *Un arte lejano de la vida, de la vida de todos los días, es un arte muerto*. Una literatura encasillada en el sordo enmohecerse de los libros, es una literatura inverosímil, y lo hermoso de la literatura es que se "parezca" a la vida! *La literatura tiene que enfrentar, sin miedos, esta cuota de oralidad, de fugacidad, de presente, que le impone el mundo de hoy*. Y debe, además, mostrar desde sí (sin soberbias), que hay otros mundos en este mundo, que existen otras maneras de ver que también son significativas: las lágrimas del eros de la cópula, el enfermo ateo que de pronto cree en el milagro, la viuda que hace de su soledad una disculpa para amar lo imposible, o esa felicidad hecha sonrisa que a veces se llevan nuestros muertos.

Los dos destinos de la radio / El juego entre presencia y ausencia

La radio no tiene otro testigo que su propia palabra; la palabra es su origen y su tumba, su germen y su ruina. La radio se mueve, oscilante, entre estos dos destinos de la palabra: o es medida o es exceso. La radio puede hacer surgir, modelar, puede "construir las mores" de un pueblo determinado; pero puede también confundir, avasallar, desfigurar los patrones de comportamiento de cierto tipo de sociedad. *Este medio de comunicación, es especial, precisamente por la carga de imaginario que genera en sus oyentes* (debido a esa dialéctica de "presencia ausencia" estudiada por Henri Lefebvre, en donde "Hablar es designar el objeto ausente, pasar de la distancia a la ausencia colmada por la representación"), *por esa posibilidad de "invención" lanzada al radioescucha, la radio alcanza un poder infinito*. Cuántos de nosotros no hemos oído una transmisión radiofónica de un partido de fútbol y, luego, hemos enfrentado dicho discurso (vivo, locuaz, exagerado, gritón, apasionado hasta el "odio") a ese otro medio de la televisión (frío, fidedigno en la imagen, casi mudo, frívolo) y, al hacerlo, hemos notado o sentido que fue demasiado lo que imaginamos cuando escuchábamos el partido por la radio, ante el "pobre gol" que presenciábamos ahora en repetición televisiva. *La radio aumenta ese juego entre presencia y ausencia y ahí radica, precisamente, su carga ideológica, su cuota de falsedad*; la radio es el medio que más mentira provoca y que más falacia posibilita. Por sus mensajes provocadores y tendenciosos un hombre o un pueblo puede tomar un arma; por sus "esguinces informativos", por su premura en dar la "chiva", alguien puede crear el pánico o enjuiciar un inocente. *La radio puede dejarnos en el total silencio de un hecho fundamental o recalarnos hasta la saciedad una mentira*. La radio, más que otros medios de comunicación, decide —con criterio seguro— "lo que tiene que ser ignorado, lo que puede ser pasado por alto y lo que no es permitido omitir en ningún caso", opina Harry Pross. Esa es su grandeza y su ruina.

La autofagia de la palabra / Las secuelas de la improvisación / El empirismo comunicativo

Ahora bien, en el caso de nuestro país, el "cotorreo" que tenemos que soportar diariamente, las locuciones parlanchinas y el bombardeo indeterminado de noticias, anuncia —de alguna manera— que nuestra radio ha tocado uno de sus límites, ha caído en el círculo sin salida de la verbosidad, de la autofagia de la palabra (palabra que se alimenta de palabras y que, en esa misma medida, se nutre devorándose). Las grandes maratones radiales —esas que a veces toman el color de "campaña" de solidaridad— demuestran, en gran medida, un *punto cero de la radiodifusión*. Ya ni siquiera es redundancia, todo lo contrario, es confusión generalizada, barullo anárquico. *Nuestra radio está gobernada por las secuelas de la improvisación*. Los gritos, las alharacas, los enjuiciamientos gratuitos, el apasionamiento fanático, todos estos elementos, pretenden subsanar la modorra o pereza para elaborar, al menos, unas pautas de producción, unas líneas de diferenciación, unos objetivos. *Carecemos de formación radial; no sólo los que escuchamos radio, sino aquellos que la producen, somos analfabetos respecto a tal medio de comunicación*. ¿Dónde se aprende a oír o a ver o a interpretar un mensaje radiofónico o televisivo? No tenemos una propedéutica para los mass-media; por ello, asumimos una pasividad que permite a los mass-mediadores inocularnos su cuota de tranquilidad. Nos hemos formado (emisores y receptores) en un empirismo comunicativo que, por momentos, nos anquilosa en un saber o en una experiencia relativamente fácil. Poco nos importa "ahondar" en los mass-media, poco nos interesa inventar nuevas formas de comunicarnos. Optamos, mejor, por consagrar a dos o tres figuras de la radio, dos o tres nombres y a ellos nos apegamos como tablas de salvación para eludir nuestra responsabilidad. La mayoría de emisoras, desde esta misma perspectiva, dejan entonces que sus oyentes decidan (que programen), escudándose en una complacencia inútil, olvidándose de su papel formativo; y lo único que aspiran es a poder llenar sus arcas con una buena pauta publicitaria. Si a esto le sumamos la indiferencia de los Gobiernos, su apatía, entonces sí que es cierto que la radio disfruta de una excesiva libertad para sus propósitos de lucro, para esa "usura contra naturaleza" de la que hablaba Pound.

Libertad de información e intereses de rentabilidad / El sofisma del prestigio / La soledad del oyente

Sobraría anotar que, cada vez que se habla de la libertad de prensa o de la libertad de información, invocando el argumento del público ("el pueblo debe estar bien informado", dicen), cada vez que esto acontece, se nos está engañando. La radio pide libertad, pero lo hace pensando en sus propios intere-

ses políticos y económicos, que son los intereses de la rentabilidad. El público es tan sólo el pretexto, es la justificación a otras aspiraciones menos altruistas.

Otro tanto podría decirse de los "rating" de sintonía, del prestigio de la emisora. *Aquellas cadenas radiales que gozan del favor del público se consideran, por eso mismo, dueñas y portadoras de la verdad: el prestigio es sinónimo de credibilidad.* Sin embargo, las encuestas y demás medios utilizados para constatar la onda de aceptación de una determinada emisora, pretenden demostrar más una eficacia publicitaria que una calidad programática. *El sofisma del prestigio se torna doblemente peligroso cuando la radio apela a la "exclusividad", cuando busca ser la única voz que dice o que nos cuenta un hecho o un acontecimiento.*

La exclusividad garantiza la sintonía pero también le niega al receptor la posibilidad de elección. En todo caso, hablar de libertad de expresión, de libertad de información, teniendo como sustento o columna vertebral las pautas publicitarias, el andamiaje económico (esas otras "cadenas", esos otros grupos de poder no sólo productivos sino ideológicamente parcializados), es, sin lugar a dudas, la gran limitación de los medios de comunicación. Y en la mitad de este círculo de la economía (la gran industria que invierte en publicidad para que, a su vez, repercuta en la venta de sus productos), en el centro de este reflujo de la oferta y de la demanda, queda el gran público, esperando, condenado a saborear los tristes platos que a bien tengan ofrecerle. *Invasado como oyente, invadido como factible comprador, invadido como testigo de una oralidad que no le es propia.* Invasado y, sin embargo, ansioso por escuchar una voz. Y mientras que los emisores se aprovechan de esta cuota de soledad que genera nuestro tiempo, los receptores "aguantan" afeerrados a aquella compañía que, a la par que los entretiene, les suelta también uno que otro consejo, una que otra guía para que distribuyan mejor su presupuesto (cuando no una que otra información determinada y retocada). Este engranaje sin fin le da a cada cual una disculpa: al industrial, pues necesita vender sus productos; al mass-mediador, ya que requiere del industrial para poder "sobrevivir" y al "pueblo", porque él necesita de alguien que lo informe. Lo cierto es que, al final, el público es el que compra y el que oye. A nadie le ha importado, realmente su soledad, su apetito de comunicación. A ninguno le importa: "Los intereses de las masas continúan siendo un campo bastante desconocido, debido al hecho de que nadie se ha interesado por ellos, por lo menos en lo que tienen históricamente nuevos" anota Hans Enzensberger.

Los medios como espectáculo / Ilusión y crítica a los mass-media

Desde luego, lo dicho hasta ahora, se articula desde una óptica mayor y es la de los medios de comunicación como generadores de un inmenso "espectáculo". Nosotros somos los espectadores, bien como radioescuchas, como televidentes.

Los mass-media nos representan la realidad. Nosotros asistimos a tal "teatro" con la certeza de que en él hallaremos una buena traducción del mundo que nos rodea, pero no; la "morbosidad" que auna tanto a emisores como a receptores nos sitúan en la mera fascinación, en el mero espectáculo de la representación. Además, esa obra de teatro no se da en un exterior señalable y material sino en la intimidad; para el caso de la radio, ella va con nosotros a todas partes, nos persigue, nos ve con sus enormes ojos ciegos. Los medios de comunicación nos acercan el mundo, nos lo traen hasta nuestras propias manos, sin necesidad de salir de nuestra alcoba o nuestra casa. Precisamente por ello, los mass-media producen o conllevan una cuota de ilusión que, a veces, se convierte en absoluta manipulación, o en alienación mayúscula. Sólo criticando tales juegos de representación podremos restarle a los medios su poder maniqueo, su destino seductor: "sólo con la intervención activa de las comunidades culturales en la esfera de las comunicaciones de masa", podremos —como propone Umberto Eco—, "cambiar el silencio en protesta, salir de la complicidad y aceptar el compromiso".

La participación activa en los los medios / Abolición de la duda izquierdista / Vuelta al artesano

Pero esta participación activa de las comunidades culturales no se manifiesta sólo en el plano de la crítica, sino que debe asumir también la forma del trabajo. El libreto o los libretos para radio —para poner un ejemplo— pueden convertirse en una punta de lanza, en un bastión para tal propósito. *Si los medios "desacralizaron" el arte, los artistas debemos intentar apropiarnos de los medios.* Manos vueltas, en cierta forma. Los medios cambiaron las obras de arte por programas, entonces, es nuestro deber, nuestra necesidad inmediata —primordial—, elaborar artísticos programas para los medios. *No podemos seguir en la duda* —tan típica de los análisis de izquierda— *entre el miedo o la entrega a los medios de comunicación.* "La ambivalencia de esta actitud no es más que un reflejo de la ambivalencia de los medios mismos, pero sin llegar a dominarlos". Esa duda sólo podrá ser eliminada dice, Enzensberg, "si se abren los cauces a las posibilidades emancipadoras que yacen en la nueva fuerza productiva". Es obvio que la participación activa en los medios, por

parte de los artistas, trae consigo un cambio de actitud personal. El literato, valga un caso, ya no será el genio magnánimo, el incomprendido romántico, el lúcido incontaminado, sino un *artesano* (un trabajador como tantos otros hombres) que coadyuvará con su obra a “elevar la condición humana”. Stravinsky anotaba que eran incompatibles, la denominación de *artista* (repleta de un prestigio intelectual), con la condición del *artesano* (relativa, en esencia, al *homo faber*). “Es el renacimiento el que inventó al artista, lo distinguió del artesano y lo comenzó a exaltar a expensas de este último”. Tal cambio de actitud personal en el “artista” implica, además, renunciar, a la búsqueda de fama, trabajar en silencio —casi siempre detrás de los escenarios, en un sutil anonimato— e intentar entrar de lleno a lo que Octavio Paz llama la “fiesta del objeto artesanal”, es decir, transformar la obra (el libreto) no en motivo de complacencia personal, sino en un signo de comunión. *Participar activamente en los medios es develar que “el engréido yo del artista es un nosotros”*.

El abandono del eje estético / Revalorización de la poiesis / Giro hacia el receptor

Si nos hemos esforzado por explorar algunos asuntos sobre la radio, sobre la hechura de libretos para tal medio de comunicación; si nos mostramos más “integrados” que “apocalípticos” (según la categoría de Umberto Eco) ante los mass-media (asumimos la “cultura de masas” no como un fetiche, sino como una realidad a la que hay que enfrentar críticamente); si propugnamos por una aceptación al reto de presente que nos lanza la radio o la televisión; si tales cosas decimos y proponemos es porque, indudablemente, *pensamos que la literatura debe abandonar el eje estético* (idealista y aristocrático) *y empezar a revalorar el antiguo concepto de poiesis* (corpóreo y tribal). La *poiesis*, comenta Diego Romero de Solís, como ese “crear para no morir en el mundo en el que todo apunta hacia la locura, hacia la destrucción . . . y en donde no tenemos ninguna comunicación con el ser”. La *poiesis* en cuanto insistencia en lo *sublime*, más que culto a lo bello. Lo sublime como un giro hacia el receptor (“la *poiesis* es el proceso en donde el receptor participa de la creación de la obra”, opina Hans Robert Jauss). Lo sublime como la preeminencia del sentido sobre la forma; *el intento por desarrollar una poiesis de la recepción rebasando la estética tradicional de la representación*. Vuelta al receptor (Longino escribió que “la acción de persuadir depende del emisor, pero son las cualidades de lo sublime —el éxtasis— las que dominan por entero al oyente”), giro hacia la otredad, preocupación por la “lógica imaginativa” del radioescucha. Reconsideración del Génesis: “No es bueno que el hombre esté solo: hagámosle una ayuda similar a él”.

Una evidencia y un compromiso / Apertura y responsabilidad del arte / Ética y otredad

Sintetizando, nos colocamos al lado del libreto, de la radio, de los mass-media, del artesano, de la poiesis, por una evidencia y un compromiso ético. La evidencia es la de que "el universo de las comunicaciones —reconozcámoslo o no— es nuestro universo"; el compromiso brota de una urgencia: la literatura no puede seguir alimentándose de vocablos del diccionario, debe tornar a las palabras de la comunidad.

Las voces del artesano de la literatura deben volver a ser las palabras de la tribu. La hechura de libretos para radio, aquí propuesta —teórica y prácticamente— no es sino uno de los muchos trabajos a realizar, en esta empresa que, como en otras parcelas del conocimiento, aspira devolverle al hombre su rostro. Un rostro, sobre decirlo, plural. *Se trata, en última instancia, de la apertura y la responsabilidad del arte de nuestro tiempo.* Dicho en otros términos, "la obra no puede ser pura adquisición de méritos, ni un puro nihilismo . . . sino una relación con el otro", según cree Emmanuel Levinas; pero, en esa misma medida, "el yo ante otro es infinitamente responsable". Por tales razones y dado que vivimos una época de crisis generalizada, la ética debe prevalecer sobre la estética; la palabra oral (la vida) debe retomar otra vez el faro que guiaba a la escritura (la Historia).

BIBLIOGRAFIA

- ARNHEIM, Rudolf. *Estética Radiofónica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A., 1980.
- BACHELARD, Gastón. *La Intuición del Instante*. Buenos Aires: Ediciones Siglo XX, 1973.
- — — —. *La poética de la ensoñación*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982.
- — — —. *El Derecho de Soñar*. México: Fondo de Cultura Económica, 1985.
- BARTHES, Roland. *El Grado Cero de la Escritura*. México: Siglo XXI Editores, 1981.
- BAUDRILLARD, Jean. *De la Seducción*. Madrid: Ediciones Cátedra, 1981.
- BERTRAND, Pierre. *El Olvido, Revolución o Muerte de la Historia*. México: Siglo XXI, 1977.
- BLANCHOT, Maurice. *El libro que vendrá*. Venezuela: Monte Avila Editores, 1959.
- — — —. *El Diálogo Inconcluso*. Venezuela: Monte Avila Editores, 1970.
- BRECHT, Bertolt. *El Compromiso en Literatura y Arte*. España: Ediciones Península, 1984.

- CERNUDA, Luis. *Prosa Completa*. Barcelona, Seix Barral Editores, 1975.
- DURAND, Gilbert. *Las Estructuras Antropológicas de lo Imaginario*. España: Taurus, 1982.
- ECO, Humberto. *Apocalípticos e Integrados*. España: Editorial Lumen, 1984.
- ENZENSBERGER, Hans Magnus. *Elementos para una Teoría de los Medios de Comunicación*. Barcelona: Editorial Anagra, 1984.
- GALEANO, Eduardo. "Literatura y Cultura Popular en América Latina: Diez errores o Mentiras Frecuentes", en COLOMBRES, Adolfo (comp.). *La Cultura Popular*. México: Premiá Editora de Libros, S. A., 1983.
- GARCIA CANCLINI, Néstor. *Arte Popular y Sociedad en América Latina*. México: Editorial Grijalbo, 1977.
- GRASS, Günter. *El Rödaballo*. Madrid: Ediciones Alfaguara, S.A., 1980.
- JAUSS, Hans Robert. *La literatura como provocación*. Barcelona: Ediciones Península, 1976.
- — — —. "Pequeña Apología de la Experiencia Estética". En: *ECO*. Tomo XXXVII 2/3/4, Junio No. 224, Julio No. 225, Agosto 1980, No. 226. Bogotá: Editorial A B C.
- KAPLUN, Mario. *Producción de Programas de Radio, el Guión, la Realización*. Bogotá: Ciespal, 1979.
- LEFEBVRE, Henry. *La Presencia y la Ausencia. Contribución a la Teoría de las Representaciones*. México: Fondo de Cultura Económica, 1985.
- LEVINAS, Emmanuel. *Humanismo del Otro Hombre*. México: Siglo XX, 1974.
- LONGINO (seud.). *Sobre lo Sublime*. España: Editorial Gredos, S. A., 1979.
- LOPEZ FORERO, Luis. *Introducción a los Medios de Comunicación*. Bogotá: USTA, 1980.
- MORAGAS SPA, Miguel de. *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona: Ediciones Península, 1980.
- PAZ, Octavio. *In/Mediaciones*. España: Seix Barral Editores, 1979.
- — — —. *Conjunciones y Disyunciones*. México: Editorial Joaquín Mortiz, S. A., 1978.
- POUND, Ezra. *Antología*. Visor Libros, 1983.
- PROSS, Harry. *Estructura Simbólica del Poder. Teoría y Práctica de la Comunicación Pública*. Barcelona: Gustavo Gili, S. A., 1980.
- REYES, Alfonso. *Obras completas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1980. Tomo XV (El deslinde).
- ROMERO DE SOLIS, Diego. *Poesis*. Madrid: Taurus, 1981.
- STRAVINSKY, Igor. *Poética Musical*. Madrid: Taurus, 1983.



"Un paseo colonial"

Sandra Marie Murillo (II Semestre)