EL LENGUAJE DE LA RADIO¹

Rafael Roncagliolo

La invitación a pensar y hablar sobre la radio, en el marco de este Primer Congreso Internacional sobre la Lengua y los Medios, interroga y desafía a mi doble condición de periodista e investigador, desde un mundo y un tema, éstos de la radiofonía, en los que me debo confesar novato pero apasionado como “caballo viejo”.

EL LENGUAJE DE LOS CIEGOS

Años atrás circulaba una historia sobre los primeros teléfonos instalados en Sicilia. El técnico reunía a los habitantes ante el nuevo aparato y le explicaba al campesino más anciano: “Con la izquierda coge el auricular, con la derecha marca los dígitos, y ya está, puede hablar”. “¿Hablar?”, respondía el siciliano, “¿y con qué manos?”

-
1. Se retoman y desarrollan aquí, dentro de un nuevo marco y contexto, tres o cuatro de los párrafos de un artículo del autor, titulado “Sociedad civil y radio ciudadana”, a punto de aparecer en la revista *Cuestión de Estado*, Lima, 1997. Leído en el Congreso de Zacatecas (México) en abril de 1997

Este cuento del teléfono vale también para la radio. Constreñida al lenguaje verbal, carente de la mímica y del gesto, mutilada de la expresión corporal, exonerada de la complicidad de las sonrisas y de la elocuencia de las miradas, la radio es un medio de comunicación bastante más desafiante que la televisión, no sólo para quien reivindique añoranza histriónica o genealogía mediterránea. En efecto, frente a los franciscanos recursos del sonido, la televisión convoca y orquesta casi todos los lenguajes, prescindiendo sólo de los táctiles y olfativos. Ello permite el más pleno ejercicio del poder de asedio y conquista que, según Charles Bally, define al lenguaje y hace del hablante, actor².

Tampoco puede aseverarse sin titubeo, supremacía de la radio frente a ese remedo de comunicación social que es, y ha sido siempre, la prensa escrita, la más solitaria de las prácticas periodísticas. Curiosa, aunque muy explicablemente, la prensa fue erigida en paradigma y modelo del periodismo porque, en la galaxia Gutenberg, en la que nace como primer medio industrial³ y de masas, se pensaba y actuaba como si la escritura precediera y presidiera a la oralidad. Esta falaz prelación de la lengua escrita, criticada, con razón, y entre muchos otros, por Mc Luhan⁴ (junto con las trivialidades de

-
2. BALLY, Charles, *El lenguaje y la vida*, Losada, Buenos Aires, 1941.
 3. En rigor, la imprenta, y no la caldera a vapor, configura la primera revolución industrial; y a la vez, la segunda revolución cultural, después de la escritura. Como lo ha precisado, en su obra póstuma, Italo Calvino (*Seis propuestas para el próximo milenio*, Siruela, Madrid, 1989), con la imprenta aparecen el libro y las gramáticas y literaturas nacionales. Agreguemos a la escuela, y en un sentido fuerte, a la infancia; a los descubrimientos geográficos, a las ciencias modernas, al romanticismo, y a tantas otras cosas que permiten que hablemos de la imprenta como revolución cultural y no mero cambio técnico. Sobre la historia de la humanidad como etapas en la tecnología comunicacional, véase Roncagliolo, Rafael, "El periodista en la quinta revolución cultural", en *Chasqui* # 54, Quito, junio de 1996.
 4. McLuhan, Marshall, *La galaxia gutenberg, génesis del homo typographycus*, Aguilar, Madrid, 1972.

la radiofonía e inicial perplejidad de los académicos frente a los medios audiovisuales⁵.

La falacia ya había sido señalada por Charles Bally, en 1925. Mucho antes que McLuhan, Bell⁶, y tantos otros, cuando la televisión aún pertenecía a la ciencia-ficción y la radio hacía sus pininos sobre el borde de lo exótico⁷, al criticar la tendencia ya anacrónica y pre-Saussuriana de estudiar el lenguaje como definición de normas lingüísticas a imitar (de los clásicos, por supuesto). Decía Bally: "Valdría la pena mostrar a qué excesos y a qué errores ha conducido esta falsa concepción. En primer lugar, el fetichismo de la lengua escrita, acompañado desde luego por un menosprecio soberano hacia la lengua hablada, calificada de vulgar, que sin embargo es la única verdadera, ya que es la única original"⁸.

Lo cierto es que la pluma, la máquina de escribir o el programa de procesamiento de textos invitan al pulimento y a la precisión. Convocan a la reflexión, o sea, a la forma de co-

-
5. A propósito de la incertidumbre y el escepticismo iniciales de los intelectuales frente a los medios electrónicos, aprovecho para incluir, como anexo, una amable, ilustrativa y, hasta hoy, inédita comunicación manuscrita del gran historiador peruano, don Jorge Basadre, al autor de esta ponencia, en respuesta a una invitación a la televisión, fechada el 20 de julio de 1973. Sólo años después, Luis Alberto Sánchez y Mario Vargas Llosa se animaron a conducir sendos programas en la televisión peruana.
 6. Bell, Daniel, *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*, Penguin, New York, 1973
 7. Las fechas siguientes pueden ilustrar el rápido proceso de surgimiento del mundo mediático y masivo, en el corto lapso de menos de 70 años:
1863 Lanzamiento del *Petit Journal*, inicio de la prensa popular.
1876 Invención del teléfono.
1895 Primera función de cine (hermanos Lumière).
1896 Primera tira cómica en un diario ("New Worl", EEUU).
1820 Primera estación de radio comercial (KDKA, EEUU).
1929 Primeras transmisiones de televisión.
Para un registro más pormenorizado, véase Lubar, Steve, *Infoculture, The Smithsonian Book of Information Age Inventions*, Houghgton Mifflin Company, Boston y New York, 1993.
 8. Bally, Charles, op. cit, ps. 17 y 18.

municación más reflexiva y menos ágil, espontánea y ligera. Los utensilios de la escritura lo tratan a uno como pensador, y por eso existe el placer de escribir con pausa y con café. En la radio, en cambio, uno se sienta ante el laconismo del micrófono, y es desafiado a hacer del verbo, lenguaje total.

Y, sin embargo de esta economía de recursos expresivos, la radio es considerada el medio más próximo y cálido⁹. Paradojas de lenguaje y sociedad, de las condiciones de la audiencia y de los hábitos de los radialistas, a la condición del éxito radial, la llaman unos *sensualidad* (José Ignacio López Vigil, ahora en Ecuador) y otros *seducción* (Zenaida Solís en Perú, la mexicana Cristina Romo en este Congreso). Todos evocan al *homo ludens* de Huizinga¹⁰. Y la radio perdura y se multiplica, y diversifica sus géneros hasta el punto de que se puede escuchar, en Venezuela, por ejemplo, excelentes programas de enseñanza de matemáticas por radio. Siendo puro sonido pero sonido omnipresente, su responsabilidad frente a la lengua oral, a nuestra lengua, es absolutamente crucial.

LA RADIO NUNCA MUERE

De hecho, la radio sigue siendo el medio de comunicación más universal. Puede decirse que los ciudadanos se enteran de las noticias por la radio, las confirman por la televisión, y las reflexionan, al día siguiente, con el diario. Los que leen los diarios, por supuesto, que son una minoría. Mientras que a la radio la escuchan todos. Porque uno puede atender a la radio mientras se ducha, o viaja en el micro, o se distrae en el trabajo. Pero no puede meterse a la ducha con el televisor. Y menos aún con el periódico. Es decir, puede, pero...

Tal especialización explica que no haya habido reemplazo de la radio por la televisión, como no lo hubo cabalmente

9. En este caso, el adjetivo "cálido" tiene poco que ver con el curioso uso que se le da en McLuhan, op. cit.

10. Huizinga, Johan, *Homo Ludens*, EMECE, Buenos Aires, 1957.

del cine por la televisión, ni del teatro por el cine, ni del libro por el periódico. Cada una a su turno, todas estas profecías de sustitución fueron defraudadas por la vida. Más aún, la aparición de nuevas técnicas enriqueció las preexistentes. La fotografía obligó a la pintura a explorar mejor los territorios no realistas. El cine, a refinar la calidad de la foto. La propia radio, primero se abarató con la generalización de las transmisiones en Frecuencia Modulada (FM), y luego perfiló sus propios lenguajes para sacarle al sonido todo el provecho posible. Así, no es de extrañar que hoy en día, en muchas ciudades latinoamericanas, la radio, y no la televisión, o no sólo televisión, sea escenario de debates políticos principales.

En suma, la historia de los medios registra sumatorias y especializaciones, no desplazamiento mecánicos. Y la especialización ha hecho de la radio contemporánea el único medio que tiene permeabilidad absoluta y requiere de la participación sincrónica, en vivo, de los oyentes. Sus formatos preferidos son, por eso, los de los consultorios¹¹, concursos y debates abiertos. Su lenguaje tiene que ser el lenguaje cotidiano. Es un medio que rechaza el culteranismo, la arrogancia o los formatos tipo "clases por radio". Es por todo ello que la radio, ciudadana y plebeya por excelencia, se presta tan bien para la educación democrática, que es la navegación de todo autoritarismo o verticalismo; y que se vincula de modo tan estrecho y decisivo con la vida del lenguaje y con su suerte, con la permanencia o la disolución de las lenguas.

-
11. La llamada telefónica, forma de participación ágil, por excelencia, opera a plenitud en la radio. En la televisión no, porque resulta aburrida, al carecer precisamente de lo que define a este medio: la imagen en movimiento. La ilustración de la llamada con una fotografía tampoco resuelve esta "traición" al lenguaje del medio. No hay solución, por lo menos, mientras no se generalice el videoteléfono, cosa que no ha ocurrido hasta ahora y que tampoco sabemos si ocurrirá, ni cuándo, con la digitalización, la integración multimediática y la progresiva conversión de la computadora de máquina de procesamiento en aparato de comunicaciones.

He aquí tres ejemplos muy distintos de influencia de los medios electrónicos sobre las lenguas:

1. Antes de la radio y la televisión, la lengua italiana era casi una abstracción, una categoría nominal. Es la radiodifusión la que en décadas recientes asume el toscano, generaliza una lengua nacional (en un Estado Nacional que apenas tenía un siglo de existencia) y, con ello, desplaza paulatinamente al veneciano, al genovés y a todo el archipiélago de lenguas y dialectos tradicionales en la península italiana.
2. Paraguay fue un caso único en el mundo, por haber mantenido secularmente un población casi totalmente bilingüe: el guaraní como lengua de la intimidad, el castellano como lenguaje para las relaciones exteriores de los grupos primarios. Sin embargo, el desarrollo de una radiodifusión con monopolio, o cuasi-monopolio, castellano está contribuyendo a la disolución de aquel bilingüismo generalizado, e, incluso, atenta contra la subsistencia de los mestizajes entre ambas lenguas.
3. En el otro extremo, y en plena integración europea, el catalán, y el bilingüismo catalán-castellano, se ven favorecidos por una política de comunicaciones que apunta explícitamente, al fortalecimiento de transmisiones radiofónicas y televisivas en ambas lenguas.

No cabe dudar, entonces, de la influencia que estos medios poseen hoy sobre la lengua¹². Y como los medios se globalizan, lo que todos nos preguntamos es si nuestra lengua va a re-

12. El peso de que hoy gozan los medios sobre la lengua es equivalente, o acaso mayor, al que ayer conocieron, sólo y sucesivamente, tres instituciones sociales: la familia, la iglesia y la escuela.

sistir a lo que empezó como aspiración hegemónica para devenir en afán homogénico y homogeneizador.

Adelantemos nuestro optimismo para la respuesta a esta interrogante. En primer lugar, porque Iberoamérica es, al lado del mundo árabe, uno de los dos solos conjuntos plurinacionales que se caracterizan por gran cantidad de naciones y poblaciones unidas por la geografía y la comunidad de lengua, por una historia y una religión comunes, y por un sentimiento de pertenencia y pertinencia, del que dejan testimonio el cine argentino, la comida mexicana, la música de ambos países (y, por supuesto, la del Caribe, y casi todas las otras), la literatura y los viajes (a pesar de distancias y costos). Además, el castellano no sólo es ya la segunda lengua internacional en importancia cualitativa, sino que crece inmensurablemente, incluso en el norte del hemisferio americano.

Una segunda razón para el optimismo tiene que ver con la naturaleza de las transformaciones en curso. La gente quiere ver las guerras en vivo y en directo, pero también quiere saber qué le pasa al vecino y cuánto debieran costar las papas en el mercado del pueblo. Por eso (y porque los equipos son cada vez más baratos)¹³ se multiplican las estaciones locales, pululan las radios comunitarias y emergen las televisoras comunitarias. La especialización de la radio, por lo que ya se ha dicho aquí, alberga vocación local y alimenta signo comunitario. Esto le da título de identidad lingüística y breveté de conservatorio cultural. Ellas, y (ojalá) el buen hablar de los radialistas, son garantes de la permanencia y la vitalidad de nuestro idioma.

LA RADIO EN EL FUTURO IMPERFECTO

Corresponde precisar, a modo de colofón, que este dominio (compartido) que la radio ejerce sobre el futuro de nues-

13. Véase Roncagliolo, Rafael, "El periodista...", op. cit.

tra lengua se va a ampliar y fortalecer con los cambios técnicos en curso. La sustitución del soporte físico y atómico de los mensajes culturales por un soporte digital, en efecto, diluirá la noción de medio de transmisión (prensa, radio, TV), y fomentará que la decisión sobre los tipos de mensajes a consumir se traslade del punto de producción al punto de recepción¹⁴. La integración empresarial multimedia hará que la radio resulte impensable sin su inter-penetración con los otros medios, ya que todos los mensajes serán digitales y, por lo tanto, intercambiables¹⁵.

Lo cual prescribe que pensemos la relación entre la lengua y los medios de comunicación, no en el tiempo del cercano pretérito perfecto sino en el del, más cercano, futuro imperfecto, inminente e incoativo. Los nuevos escenarios culturales, ya presentes en América Latina¹⁶, pronosticados por Gates¹⁷ y tantos otros, obligan a asumir la responsabilidad de

14. Negroponte, Nicholas, *Being digital*, Alfred A. Knopf, New York, 1995

15. Al igual que: (1) la distinción tradicional entre mensajes que se transmiten por aire y mensajes que transitan por tierra (cables) está siendo subvertida, cuando la telefonía sube al aire (telefonía celular) y la radio y la televisión bajan a tierra (radio y televisión por cable); y (2) desaparecen los costos de la distancia (INTERNET) y del volumen de la información (abaratamiento de los costos del almacenamiento digital).

16. La expansión compulsiva del cable en países como Argentina; del acceso a INTERNET en otros como Perú; de las antenas domésticas de captación directa en Brasil, México y Venezuela, y de la fibra óptica en todas partes, permiten ubicar estas transformaciones culturales en el futuro inmediato y no en las calendas griegas, como quisiera una visión anacrónica y melancólica de supuestas simetrías y sincronías entre el desarrollo económico y la innovación técnica en el consumo de bienes y mensajes lingüísticos y culturales. No es cierto que las diferencias sociales tiendan a aumentar (ni a disminuir, sólo a reproducirse), como consecuencia de las innovaciones técnicas. Pero sí es innegable que el consumo de tales innovaciones crece de manera compulsiva en todas partes.

17. Gates, Bill, *The Road Ahead*, Penguin Books, USA, 1995. Por cierto en esta misma línea de pensamiento, Gates ofrece unos guarismos que sólo pueden compararse con la actual explosión de medios "comunicacionales" (Parker) o "telemáticos" (Nora y Minc), tales como televisores, com-

los medios frente a la lengua, como desafío cuyas nuevas polendas y bemoles eran impensables e inimaginables años, o meses, atrás.

En suma, la historia y el futuro de la lengua son inseparable de la historia y el futuro de los medios. Lo que ocurra con el español depende de nuestra capacidad para entender, asumir y manejar, la nueva revolución cultural (no meramente técnica) en curso. Para ello hay que desarrollar la imaginación e invitar a los actores verdaderos de la comunicación a pensar desde la lengua y sus nuevas mediaciones¹⁸.

putadoras y modems. Registra Gates: "Antes de Gutenberg sólo había aproximadamente 30,000 libros en todo el continente europeo, casi todas biblias o comentarios bíblicos. Hacia el año 1500 había más de nueve millones sobre toda clase de temas" (p.8)

18. En la línea de los provocativos libros recientes de Debray, Régis, *Cours de médiologie générale*, Gallimard, París, 1991, y *Vie et mort de l'image*, Gallimard, París, 1992. Debray, como Bells y McLuhan, aunque en un sentido más completo y complejo, distingue tres grandes etapas en la historia de la humanidad: la escritura (logósfera), la imprenta (grafósfera) y el audiovisual (videoesfera); y con su neologismo de la "mediología" propone pensar la historia de la humanidad y el futuro próximo desde el punto de vista del estudio de "los medios de transmisión y circulación simbólicos" (*Cours...*, p. 15), es decir, de transmisión y circulación de bienes simbólicos (culturales).