

Dossier

Juan José Perona Professor titular de Comunicació Audiovisual. Degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació UAB.

■ Radio de fin de siglo: Tecnología en *Play*, Lenguaje en *Pause*

A las puertas del siglo XXI, comienza a extenderse la preocupación por medir el impacto de la digitalización de las emisoras y por cuantificar los posibles cambios experimentados en las rutinas productivas. La tecnología ofrece la oportunidad de distanciarse del conservadurismo de los últimos tiempos y la posibilidad de innovar aprovechando la riqueza lingüística de un medio con ilimitado poder de sugestión.

■ Turn-of the century radio: Technology on Play, Language on Pause

Here at the threshold of the 21st century, concern is spreading over measuring the impact of digitisation of broadcasters and over quantifying the possible changes felt in production routines. Technology offers the opportunity to move away from the conservatism of recent times and makes it possible to innovate through taking advantage of the linguistic wealth of a medium that has an unlimited power to make suggestions to listeners.

■ Radio de fin de siècle: Technologie en *Play*, Langage en *Pause*

Au seuil du XXI^e siècle, on se soucie de plus en plus de mesurer l'impact de la numérisation des radios et de quantifier les éventuels changements introduits dans les routines productives. La technologie donne la possibilité de se distancier du conservatisme des derniers temps et d'innover en exploitant la richesse linguistique d'un média au pouvoir de suggestion illimité.

Ràdio de fi de segle: Tecnologia en *play*, llenguatge en *pause*

La dècada dels noranta passarà a la història de la ràdio catalana com un període en què les emissores principals van experimentar una transformació tecnològica que només es pot comparar, encara que parcialment, a la que havia representat la informatització de les redaccions uns anys enrere. Actualment, la gran majoria de les estacions del nostre país disposen d'uns estudis completament digitalitzats i automatitzats, i algunes, fins i tot, fan gala també d'haver-se enganxat a l'AVE d'Internet. Tanmateix, la incorporació de les tecnologies de la comunicació en l'àmbit radiofònic ha estat, això sí, lenta i progressiva. N'és una prova el fet que el pròxim mes d'abril es complirà el primer aniversari de la *modernització* de les instal·lacions barcelonines de Ràdio Nacional d'Espanya a Catalunya, mentre que altres cadenes van començar aquest trajecte molt abans, cap a la meitat d'aquest decenni.

Adaptació dels sistemes productius

La ràdio ha adaptat els seus sistemes productius a la nova era digital, encara que l'audiència no podrà arribar a percebre gaires millores fins que no es renovi el parc d'aparells receptors. Això no obstant, les emissores planyen esforços a l'hora de demostrar que es troben a la cresta de l'onada tecnològica i aprofiten qualsevol ocasió per fer-ho saber als seus oients. Aquesta estratègia s'ha convertit en una autèntica qüestió d'imatge, que s'utilitza com a estàndard per aconseguir més credibilitat com a empresa («*faci'ns arribar la resposta per correu electrònic*», «*consulti la nostra web*», «*escolti la ràdio en directe sigui on sigui*» són frases ja habituals dels locutors). En part, la situació actual recorda altres èpoques en què, per allò de la millor qualitat sonora, es repetia constantment que una cadena radiofònica determinada es podia sintonitzar a la banda de Freqüència Modulada, o altres temps, molt més propers, en què s'anunciava a so de bombo i platerets que l'emissió es feia via

satèl·lit o que s'oferien missatges a través del servei de Radio Data System (RDS). Però deixem d'evocar el passat i tornem a reprendre el fil del present.

A les portes del segle XXI, i amb la transformació tecnològica ja servida, es comença a estendre la preocupació per mesurar l'impacte de la digitalització de les emissores i per quantificar els possibles canvis experimentats en el que hem anomenat tradicionalment *rutines productives*. De fet, la sinergia informatització/digitalització agilita, sens dubte, els diferents processos productius i, en el cas de la informació, per centrar-nos en l'àmbit més carismàtic de la comunicació radiofònica, garanteix no solament més rapidesa en la construcció i l'emissió de les notícies, sinó també la seva actualització constant. Però, aquestes millores transformen realment la feina diària dels periodistes radiofònics?

Paral·lelament, molts investigadors ens preguntem també quin abast tindran els nous usos d'aquest mitjà gràcies a les possibilitats que brinda la xarxa de xarxes. La ràdio a la carta, el correu electrònic, la ràdio sense fronteres, la sintonització via ordinador... transformen la manera tradicional de rebre el mitjà i en faciliten la interactivitat.

Infrautilització del llenguatge

Els interrogants que ara ens plantegem aviat tindran resposta, però sospito que, independentment que la tecnologia hagi canviat l'ample de via, la ràdio del segle XXI seguirà aferrada a les formes convencionals que imperen des de fa anys; convencionalismes que es tradueixen en una infrautilització del llenguatge propi del mitjà, molt ric en recursos expressius. En aquest sentit, Iñaki Gabilondo sembla que es refereix a la preeminència de la forma sobre el fons en el pròleg del llibre *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*, del qual és coautor qui escriu aquest article, quan afirma: «*Una inflamación de la espontaneidad –espontanitis aguda– se ha apoderado de la radio y ha demolido la arquitectura de su lenguaje específico, de su idioma propio. Más aún, una cierta moda feista parece ridiculizar los intentos de reconstruirla. Es el fetiche de lo directo, al que sólo le faltaba el encarnizado combate (de influencia, de audiencias, de poder político) que se ha librado y aún se libra, para mandar al desván inquietudes*

expresivas. A las armas se les pide capacidad destructiva al menor costo posible».

La infrautilització dels recursos expressius del llenguatge radiofònic coincideix amb una clara homogeneïtat de l'oferta generalista i amb una locució en la qual, amb independència del tipus d'emissió, sobresurten les propietats del format i de l'estil informatiu, com si aquest fos l'únic a considerar. Així, ben sovint sentim falques publicitàries poc acurades que recorden una notícia breu, magazins d'entreteniment conduïts com si es tractés d'un radiodiari tradicional, o radiofórmules musicals amb uns disc-jockeys que presenten molts dels temes sense allunyar-se gaire de l'estètica discursiva que impera entre els professionals de la informació.

I tot això pel que fa a la veu, perquè de la utilització de la música, dels efectes sonors i del silenci que fa majoritàriament la nostra ràdio poques coses bones es poden dir. De la mateixa manera, val més no entrar a valorar l'ús actual de les figures del muntatge, especialment d'aquelles que resulten més útils per recrear acústicament translacions temporals, moviments, etc. i així despertar en l'oient de ràdio la seva condició d'imaginador actiu.

El poder de suggestió de la ràdio

Encara que l'homogeneïtzació de l'oferta també és patrimoni de la televisió generalista (més del mateix a les mateixes hores), la imatge televisiva sí que sembla que es veu afectada per la implementació de les tecnologies més avançades. El llenguatge d'aquest mitjà he entrat en una fase de transformació en la qual sorgeixen nous plans, noves perspectives, nous ritmes... en definitiva, noves formes de transmissió dels continguts que possiblement acabin derivant en l'emergència de gèneres desconeguts fins ara. En el cas de la ràdio, la tecnologia ofereix també l'oportunitat de distanciar-se del *conservadorisme* dels últims temps i la possibilitat d'innovar aprofitant la riquesa lingüística d'un mitjà amb un poder de suggestió il·limitat. Tot i així, mentre es pressiona el botó del *play* pel que fa a la digitalitat i altres menesters, el llenguatge radiofònic es manté en *pause*.

És per això que, en el moment de redactar aquestes línies, ens hem de felicitar per l'aposta agosarada de la

Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) amb la posada en marxa del nou canal radiofònic Catalunya Cultura. Sens dubte, tot un repte de la CCRTV, per a la qual la clau de l'èxit de la nova emissora serà la seva estètica, tal com es deia en el mateix projecte, que vaig tenir l'ocasió de llegir abans que Catalunya Cultura iniciés el seu camí: «Caldrà abandonar la tradició dels programes radiofònics i televisius de

presentar els seus productes culturals amb *embolcalls* seus i reposats, tímids. El ritme i el dinamisme de les sintonies i del muntatge musical i d'efectes ha de vèncer, sempre, la temença d'uns continguts aparentment feixucs i pesats».

I és que, un cop renovada la via fèrria i arrossegats per noves locomotores, convé obrir les finestres per ventilar els interiors. **J-J. P.**