

RADIO

La falsificación de una alternativa

DIEGO A. MANRIQUE

DURANTE los últimos años del franquismo, el somnoliento panorama de la radiocomunicación española se vio súbitamente alterado por la aparición de unas voces discordantes. Por alguna curiosa serie de circunstancias, las emisiones en frecuencia modulada de Radio Popular de Madrid (de la cadena del Episcopado Español) fueron encomendadas a un puñado de gente —la mayor parte, demasiado jóvenes para tener experiencia radiofónica— que alegremente dinamitaron casi todos los podridos principios de un medio anquilosado. Simplemente, se enfrentaron al micrófono con el mismo lenguaje que usaban en la calle y se dedicaron a radiar una música —rock, cantautores, jazz, canción sudamericana— que estaba proscrita en casi todas las emisoras del país. No podían decir todo lo que deseaban, pero sus elipsis —y sus silencios totales en días de agitación callejera— eran lo bastante elocuentes para irritar al Ministerio correspondiente.

Con Popular FM, la radiodifusión española dejaba de ser un bloque monolítico de distribución de mensajes alienantes y desinformación. Claro que su contenido no era excesivamente subversivo y su contraofensiva ideológica se basaba en guiños y sobrentendidos que no eran captados más que por los ya convencidos: la mordaza seguía puesta. Pero Popular FM demostró la posibilidad de crear cohesión y solidaridad entre los oyentes, de dar expresión a una cultura de resistencia que no se agotaba con la oposición al régimen. Y cuando volvíamos de rodar por Europa, todos coincidíamos en que no había por aquellos países ninguna emisora comparable...

Naturalmente, aquellos días

gloriosos terminaron pronto. Las disensiones personales y la enemistad de los propietarios hicieron que gran parte del equipo original pasara a la Onda Dos de Radio España, donde los conflictos se repetirían. Los problemas económicos y de censura también acabarían con experimentos similares en otras latitudes (por ejemplo, la FM de La Voz del Guadalquivir, en Sevilla). Hoy, la mayor parte de las "efe-emes" españolas transmiten una mercancía modelada por las necesidades de la rentabilidad. Es posible hallar algunos programas insólitos aquí y allá, pero ya no existe una emisora que plantee una alternativa comunicacional. Y, sin embargo, es ahora cuando se está intentando potenciar publicitariamente el marchamo FM como "radio de calidad". El motivo es el lanzamiento de una película norteamericana titulada precisamente "FM".

Los buenos del éter radiofónico

Se trata de una operación muy preparada. En combinación con la editora de un doble álbum conteniendo temas que suenan en la película, la Cadena SER ha organizado un concurso de "disc-jockeys" con la intención declarada de "buscar nuevos valores". Recordemos que la Cadena SER ha convertido las FM de sus emisoras asociadas en verdaderos desiertos, donde voces impersonales presentan una y otra vez los mismos discos, según lista confeccionada misteriosamente en Radio Madrid y que de allí se distribuye a todo el país; la pretendida identificación de la Sociedad Española de Radiodifusión con los atributos renovadores de las FM originales es todo

un ejemplo de cinismo o, al menos, una nota más de incongruencia.

Con tal campaña promocional, "FM" tiene garantizado un éxito razonable en cuanto se estrene. Lo peligroso es que los dilemas de la radio supuestamente "alternativa" quedarán reducidos a la batallita entre buenos y malos que constituye el insultante argumento central de la película. Es la historia de una emisora "progresiva" de Los Angeles cuyos presentadores —una insulsa colección de arquetipos— se declaran en huelga antes que aceptar radiar anuncios del servicio de reclutamiento del U. S. Army. Los oyentes acuden en su ayuda, también aparece la Policía y, cuando aquello parece que va a terminar en una "alteración del orden público", aparece el dueño de la emisora, que da la razón a sus empleados contestatarios y destituye al gerente insensible. Así se salva la integridad de la emisora..., si es que quedaba algo ya, que aquello no tiene nada que ver con el espíritu contracomunicacional de las FM primitivas.

En la segunda mitad de los sesenta, las emisoras de FM que se llamaban a sí mismas "free form" constituyeron, junto con la prensa "underground", los frentes en que la contracultura desarrolló sus teorías sobre la potencialidad revolucionaria de los medios. En todos los centros estudiantiles y en todas las ciudades norteamericanas existía al menos una estación de FM controlada por "freaks" que difundía música procaz e información subversiva, al decir del vicepresidente Agnew. Pero, con el tiempo, la contracultura se fue convirtiendo en algo parecido a un supermercado para nuevos productos. Y las FM fueron perdiendo independencia

y creatividad, pasando generalmente a convertirse en simples propagandistas de las últimas producciones de la industria del rock. Se llega así a una estandarización del formato FM, reduciéndose drásticamente el número y la diversidad de discos radiables, obligando a los locutores a presentar en tonos inofensivos discos ya preseleccionados; naturalmente, cualquier comentario antimilitarista o anticapitalista queda prohibido (de cualquier forma, no encajarían muy bien entre las cuñas publicitarias que anuncian incansablemente conciertos, coches, equipos estereofónicos y demás artefactos).

OSKY, la emisora ficticia de "FM", es, evidentemente, una de estas voces rebeldes ya plenamente integrada en la dinámica del consumo y la publicidad. Sus presentadores no se expresan, sólo desgranán clisés "hip". La música es blanda y no se diferencia mucho de la ofrecida por la Onda Media. Que sus "disc-jockeys" decidan levantarse en armas a causa de otro anuncio más —aunque haga referencia al Ejército— resulta ciertamente inimaginable. Pero Hollywood no se preocupa excesivamente de que sus películas resulten creíbles. "FM" es una producción barata y toda sutileza está ausente de sus escenas: nada tiene que ver con la realidad, estamos en la tierra de nadie de la mixtificación.

En realidad, "FM" parece un anuncio de hora y pico para vender la música que suena en la banda sonora. De la misma forma que "Saturday Night Fever", "Grease", "Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band" y las próximas producciones de Robert Stingwood parecen concebidas para promocionar los discos de los Bee Gees y sus otros



En España urge una reestructuración del medio radiofónico de acuerdo con los principios democráticos que van a regir nuestra sociedad.

artistas, "FM" es un invento californiano que exalta lo más plastificado del rock que se hace por allí. Aunque no aparezca en los créditos, la película muestra las señales de la mano larga de Irving Azoff, uno de los grandes magnates del rock de los setenta: casi la mitad de las canciones del "soundtrack" pertenece a Eagles, Joe Walsh, Dan Fogelberg, Jimmy Buffett, Boz Scaggs, Randy Meisner y Steely Dan, artistas representados por Azoff. Según parece, Azoff es uno de los financiadores de "FM", pero, avergonzado del producto resultante, exigió que se borrara su nombre. Naturalmente, tal arranque de honestidad no le impide recibir su porcentaje de los beneficios.

Algunas esperanzas

Lo que indirectamente viene a corroborar "FM" es que la fórmula de las emisoras rockeras que nació en San Francisco en 1966 ha sido castrada y con-

vertida en mero portavoz de la industria del entretenimiento. Durante un corto período, la imposición legal de diferenciar las programaciones de FM y OM permitió que la frecuencia modulada fuera un campo de experimentación para personas entusiastas (y que no se preocupaban demasiado de remuneraciones). Poco después, cuando la FM se fue perfilando como un negocio menor, pero digno de tener en cuenta, la lógica empresarial impuso una "profesionalización" que penaliza todo intento de interacción de transmisor y receptores, toda programación inusual y descentralizada, toda propuesta comunicacional no institucionalizada.

En estos momentos, los modelos dignos de estudio son europeos: las radios clandestinas francesas, impulsadas generalmente por el infatigable movimiento ecologista, y las "radios libres" italianas. En Italia se ha visto cómo la declaración judicial de que el espectro hertzia-

no podía ser utilizado por los ciudadanos en contra de la idea del coto cerrado estatal ha propiciado un extraordinario renacimiento de la radiodifusión, con cerca de 1.000 emisoras funcionando en todo el país, de las cuales unas 300 están afiliadas a la Federación de Radio Emisoras Democráticas. Estas "radios libres" ("radios rojas", según la terminología de la derecha) se sostienen por aportaciones de los oyentes y un mínimo de publicidad, luchan contra la manipulación de la información ofreciendo sus micrófonos a los protagonistas de las noticias, salen de los estudios para ofrecer retransmisiones en directo de lo que ocurre en las calles, las fábricas o las Universidades; también ofrecen espacios y equipo a grupos más o menos marginados para hacer realidad el tan buscado ideal de "la radio hecha por sus oyentes". La RAI ha perdido el monopolio de las comunicaciones radioeléctricas y grandes

parcelas de su poder han pasado a las organizaciones de base de la sociedad italiana: es un paso adelante en la lucha para que la radio se convierta en un auténtico medio de comunicación social.

En España, el panorama radiofónico no puede ser más desalentador. El laberinto de emisoras estatales, la cadena de la Iglesia y las veteranas radios privadas configuran un sistema mixto que sólo satisface a los beneficiarios de las licencias para emitir. Es urgente una reestructuración del medio de acuerdo con los principios democráticos que se dice van a regir nuestra sociedad; sin embargo, las fuerzas parlamentarias parecen estas satisfechas por el presente compromiso entre el monopolio estatal y la privatización de las ondas. ¿Hay que recordar que el derecho de acceso a los "mass media" forma parte indisoluble de la libertad de expresión del pueblo soberano? ■