

La prèdica dels grans locutors

Els conductors dels programes estrella de la radiodifusió espanyola tenen un poder i una influència enorme sobre els milers de persones que els escolten cada dia.

Josep Lluís Gómez Mompert

El gran desenvolupament de la radiodifusió espanyola en els darrers anys ha conformat uns grans programes conduïts per uns locutors-estrella de personalitat gairebé patològica. No hi ha dubte que Luis del Olmo, Inaki Gabilondo, José María García o Encarna Sánchez són, per damunt de tot, uns excel·lents comunicadors, i que l'eficàcia del seu singular discurs arriba a ser preocupant per la gran influència sobre milions de persones.

Encara que la ràdio és cada dia una tasca més d'equip, és evident que bona part de l'èxit de programes com *Protagonistas*, *Hoy por hoy*, *Supergarcía hora cero* o *Directamente Encarna* rau en el seu locutor-conductor o director-presentador. Les qualitats d'aquests monstres de la comunicació els fa exercir de sacerdots de la litúrgia radiofònica. Aquesta nova ràdio, molt més captivadora/fascinadora/persuasiva que la d'abans, és paradigmàtica del mode de producció massmediàtic a Occident.

Aquesta és la ràdio emergent de la lògica del mercat comunicatiu. La seva hegemonia s'explica perquè el seu discurs respon, de vegades fins i tot obscenament, allò que Jean Baudrillard ha qualificat d'«èxtasi de la comunicació». Això explica, en part, el *voyeurisme* acústic de molts radiooients: una necessitat golafre de consumir i consumir discurs radiofònic.

Aquest radioaddicte sembla un fidel que combrega amb el mitjà fins a sublimar el discurs radiofònic com un fetitx, i fins a defensar el seu sacerdot com un correligionari al seu profeta. Cal recordar que un dels pioners d'aquesta nova ràdio, Jesús Quintero, en el seu programa *El loco de la colina*, deia sovint: «Hoy he sido un loco sacerdote». Per la seva banda, Encar-



José María García.

na Sánchez és també prou explícita: «Mis oyentes, más que oyentes son una secta».

No sembla exagerat, doncs, si anomenem a aquests grans locutors-predicadors de la ràdio o predicadors massmediàtics, ja que ells són els que hi millor fan el paper i la funció dels tradicionals predicadors, però d'acord amb el nou dogma dels mitjans de masses (mass-media). Aquests superagents comunicatius, aquests mèdiums de la cultura de masses, són els artífexs del nou discurs radiofònic a l'Estat espanyol, que dia rere dia té més i més imitadors. Ells són els seus mestres i alhora ells són també els seus vassalls.

Com diu Etienne Fuzellier, «l'espai radiofònic és un espai de pura convenció, susceptible de manipulacions diverses». Donades les característiques de la sonoritat radiofònica (tot element acústic té significació), la ideologia d'aquests predicadors massmediàtics no es pot apreciar del tot si només ens fixem en els continguts manifestos. Cal, per tant, estar a l'aguait dels mecanismes d'ocultació de la realitat, quines formes revesteixen i quin és el missatge latent. En aquest sentit, val la proposta de Roland Barthes de considerar el contingut ideològic de les formes.

El binomi llenguatge/ideologia

ment que el que voldries regalar als oients és que els agradi la feina que fas. Cada dia intento fer el regal de la meua feina, i ho faig de manera absolutament gratuïta, molt modestament.

—¿T'has notat símptomes d'ego desmesurat com tenen algunes estrelles de la ràdio?

—Sé que és difícil fer creure que no busco protagonisme, quan el programa porta el meu nom i resulta que estic en antena a les hores de màxima audiència. Però no tinc consciència de comportar-me d'una manera diferent davant el micròfon que en una conversa personal. ¿Que sóc un acaparador de la paraula? Però és que això ho he estat tota la vida, ¿m'entens? I això que davant el micròfon em freno molt. De tota manera sóc molt vergonyós i intento que aquest ego no es noti. L'únic ego que m'agrada satisfer és el de quedar content quan s'acaba el programa, i això ho he aconseguit poques voltes. Sóc un gran inconformista, i tot i que això en general és bo, crec que a vegades em passo.

—Algun somni professional deus tenir.

—No em desagradaria fer un programa estrictament informatiu, en aquesta mateixa casa. Cada dia em sento més interessat i més vinculat a l'actualitat... i pensa que jo vinc d'un temps, afortunadament ja superat, en què a les emissores hi havia la gent que feia els informatius, que eren els de classe A. i els que fèiem entrevistes, o programes de distracció, que érem de segona. Després s'ha demostrat que era una classificació falsa, i que darrere de molta gent de classe A hi havia molta façana i poca solidesa, mentre que en els que fèiem coses d'entreteniment sovint hi havia gent més sòlida professionalment i intel·lectualment.

—¿A quin periodista mític voldries assemblejar-te?

—M'agradaria ser algun dia com aquests grans periodistes americans que aconsegueixen una gran capacitat de seducció i informació amb una alta credibilitat informativa. Aquests que en un moment donat són capaços de contradir el seu interlocutor, per important que sigui, i dir-li «escolti, em sembla que això que diu no és cert», i no passa res. Jo voldria ser capaç de motivar, de crear... no diré opinió, però sí un estat de credibilitat informativa es parli del que es parli.

—¿Però tu que vols? ¿Seduir o convèncer?

—Més que seduir, convèncer. Jo no crec que sigui seductor, però m'agradaria ser capaç de ser convincent. □

Elts programes estrella de la radiodifusió

Espai:	HOY POR HOY	PROTAGONISTAS	SUPERGARCIA	ENCARNA
Horari:	09.00-12.00	09.00-13.00	00.00-01.30	16.00-20.00
Conductor:	I. Gabilondo	L. del Olmo	J. M. García	E. Sánchez
Magazine:	Informatiu	Informatiu	Esportiu	Entreteniment
Caràcter:	Qüestionador	Ideologitzant	Polèmic	Ploramiques
Objectiu:	Influir	Convèncer	Acusar	Fer companyia
Llenguatge:	Moderat	Populista	Vulgar	Llagrimós
	Paternalista	Grandiloqüent	Autoritari	Apocalíptic
Tarannà:	Liberal	Reaccionari	Conservador	Integrista
Equip: Redacció:	1 dotzena	1/2 dotzena	1 dotzena	1/2 dotzena
Col·laboradors:	Alguns	Molts d'élite	Uns setanta	Pocs
Fonts:	Pròpies i d'altres	Propers i d'altres	Pròpies	Sobretot d'altres
Audiència:	1.200.000	1.100.000	800.000	600.000
Oient-robot:	Home/dona	Gent gran	Homes	Dones grans
Classe:	mitjana	mitjana i m-baixa	m. i m-b.	mitjana i baixa

d'aquest mitjà de comunicació fa palès que el nou discurs radiofònic es presenta com a una gran passarel·la de poder: aquests grans programes —tot i que amb diferències— són com un distret passeig per les representacions i els valors imperants de l'establishment. La prova es constata en l'interès especial que posen els polítics a intervenir, més de gust i sense retards, que en els noticiaris de ràdio.

Aquests programes resulten estratègics —en el sentit foucaultia—, perquè són una peça important dins de l'aparell d'entreteniment mass-mediàtic. I els seus locutors-predicadors aconseguixen el gran objectiu del *medium* quasi sense despertar sospites. Mentre que José María García ha dit que «mi único partido se llama España», Luis del Olmo sentència sovint: «Mi tendencia política es la radio». En conseqüèn-

cia, els programes d'aquests locutors no són un reflex passiu del Poder, sinó —com ha assegurat Gérard Imbert— la forma [estratègica] del Poder.

Malgrat que diuen defugir la política, certament és curiós que el tema rei dels programes d'entreteniment, l'esport, rebi sovint un cert tractament polític. El cas més eloqüent dins de la ràdio és l'espai *Supergarcía*, on la crítica als poders del món esportiu podria fer pensar que aquesta és extensible o transferible a la política *strictu sensu*. Tot i així, la trampa d'aquest discurs radiofònic va quedar evidenciada arran del referèndum de l'OTAN; el prestigiós i influent periodista esportiu J. M. García va sortir per TVE per donar suport al *si* que el Poder volia.

El parlament radiofònic d'aquests predicadors mass-mediàtics és una

mescladissa de discursos, utilitzant el llenguatge com a disfressa, perquè —en paraules d'Andrew Crisell— «la ràdio té molta capacitat per desenvolupar la imaginació de la seva audiència». El discurs-espectacle de la nova ràdio es tinta alternativament de discurs moral, discurs informatiu, discurs publicitari, discurs dogmàtic, discurs poètic...

Malgrat que el silenci i la prudència fiscal envolten algunes de les dades dels grans programes de ràdio i dels seus locutors-estrella, en el sector professional circulen *off the record* xifres que esgarriren, sobretot perquè habitualment aquests conductors assenyalen amb el dit qui volen i quan volen, i perquè des d'aquests espais es denuncien injustícies i escàndols públics i privats.

Mentre que els sous dels redactors són més o menys els habituals a la ràdio (entre 80.000 i 130.000, en alguns casos una mica millors, i excel·lents per als col·laboradors d'élite), els grans locutors acostumen a tenir contractes que poden oscil·lar entre els vuit i els vint milions anuals. A aquests sous d'enveja en la majoria dels casos s'ha d'afegir el percentatge directe o indirecte que reben pels ingressos de publicitat que té el programa: un 50% de quantitats que oscil·len entre deu i vint milions mensuals.

Tot i que en alguns casos els conductors-estrella paguen als seus col·laboradors més directes, es calcula que els guanys nets de molts d'aquests grans comunicadors de la ràdio poden pujar als tres i els sis milions de pessetes mensuals. □



American Studies in Spain
Enrique García Díez, ed.



LA UNIVERSIDAD DE VALENCIA EN GUERRA. LA ELLE. (1936-39)
M. Fernanda Mancebo

COL·LECCIÓ OBERTA

Enrique García Díez
«American Studies in Spain»

Elena Real
«Marguerite Yourcenar: Biographie, Autobiographie»

M. Fernanda Mancebo Alonso
«La Universidad de Valencia en guerra. La FUE (1936-1939)»

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA