

## La figura del autor en el radioteatro

Mónica Berman

Facultad de Ciencias Sociales. Facultad de Filosofía y Letras. UBA

### Resumen

Cuando un género está en su momento de constitución existen algunos interrogantes que es pertinente formularse. La pregunta por la figura del autor es uno de ellos.

El radioteatro tiene, a diferencia del guión radiofónico cuyo autor es uno y evidente, el guionista o autor radioteatral, múltiples instancias autorales, el actor, el director e incluso el que construye efectos de sonido quienes pueden considerarse figuras de autor en la mencionada instancia. Es evidente que los comienzos del género no inscribieron de manera central la figura del autor y uno de los modos de comprobar esta cuestión es recurrir a los metadiscursos. El razonamiento es sencillo: si se accede a los folletines la firma es una, la del guionista, pero el género no se inscribe en lo impreso verbal sino que es un género radiofónico que solo puede construirse en tanto fenómeno a través de los discursos que circulaban haciendo referencia a él. El objeto de este trabajo es reconstruir, a partir de los primeros metadiscursos del género, la inscripción de la figura de autor.

Este trabajo plantea dos instancias diferenciadas y *a priori* de difícil intersección: por un lado, la cuestión de la figura del autor y, por otro, el teatro radial o radioteatro.<sup>1</sup>

¿Por qué decimos esto? Porque en general los análisis vinculados a la figura del autor están instalados en el universo del arte y no en el de los medios.

El teatro radial, teatro del aire, del éter, radionovela, novela radial, radioteatro, como se lo ha denominado, es un género radiofónico, del orden de los géneros masivos. En general, respecto de estos, a diferencia de muchos “productos” del arte (no todos), no suele decirse que tengan un “autor”.

En fin, los medios masivos, pensaron habitualmente ese lugar como múltiple y no unívoco, los diarios, la televisión, la radio<sup>2</sup> no se construyen con un “referente autorial”, no es necesario ser un experto para saber que el rostro que vemos en la pantalla de la televisión no está solo y que esa voz no habla por su cuenta, ni que el locutor de radio, rodeado de silencio, efectivamente está en la soledad más absoluta.

La noción de autor puede parecer conflictiva en esta instancia pero puede decirse que cuando lo que se pone en juego en el marco de los medios es un producto ficcional las reglas generales se modifican.

Decíamos que es el arte el que se interroga por la figura del autor, en general, porque se acepta/discute la idea de “individuo responsable” que firma sus obras, sean de la materialidad que sean.<sup>3</sup> Sin embargo, aquí también aparecen los cruces y las complicaciones: durante mucho tiempo en un arte colectivo como el teatro se le asignaba el rol de autor a la figura del dramaturgo, obviando al resto de los participantes del hecho escénico. Es muy interesante observar que el radioteatro lleva consigo esta costumbre: para indicar autoría, el referente es el que escribe (aunque nuestro objetivo es analizar en futuros acercamientos si eso que sucedió en el teatro tiene correlato en el género radial).

1 Es importante señalar que se trabaja con el radioteatro clásico que nace en la década del treinta y declina hacia fines de los cincuenta.

2 Hay que observar que el cine, que no deja de ser un medio masivo, resuelve de manera diferente la cuestión.

3 Por supuesto que el arte no es el único campo. Estamos simplificando por una cuestión de economía.

Si en el teatro la categoría de “autor” se desplazó hacia otros roles: el director, los actores, el escenógrafo (en general a partir de la incorporación de quienes provenían de las Artes Plásticas), el diseñador de iluminación, verdaderos artífices de una puesta, ¿será posible pensar este traslado en el objeto que nos compete?

Nuestra hipótesis es que no existe ningún impedimento para sostener que el autor de un radioteatro en sentido estricto puede ser el que ocupa la categoría de director, los actores (fundamentalmente cuando se improvisa) o incluso el que construye los efectos de sonido, que no son una mera ilustración sino que son constituyentes centrales del planteo ficcional cuando no aparecen subrayando la palabra.

Ahora bien, acceder al objeto de manera directa es imposible pues ese radioteatro (en tanto género) ya no existe y apenas si quedan escasos radioteatros (programas) aislados<sup>4</sup> y numerosos, eso sí, guiones en general asimilados al formato de texto dramático.

El registro de existencia de los radioteatros puede obtenerse de la prensa gráfica, ahí tenemos las grillas de programación, las notas de color (donde se incluyen por ejemplo, síntesis de los capítulos emitidos con fotografías y textos), las entrevistas, las críticas, aunque el término no es de lo más adecuado y los avisos publicitarios de los radioteatros.

Para reconstruir la figura del autor algunos registros quedan automáticamente eliminados, es el caso de las grillas de programación, en las que, en todo caso, si aparecía un nombre propio que no fuera del orden de la ficción, era el de la compañía que se reconocía a partir de los apellidos de los actores.<sup>5</sup>

Después de haber consultado publicaciones de la época (un recorte temporal entre 1936 y 1949, en las revistas *Radiolandia*, *Antena*, *Sintonía* y *Radiofilm*) decidimos que el material más adecuado para nuestro análisis era el de los avisos publicitarios de radioteatro. Trabajamos con un corpus de 99 avisos.

Desde el comienzo de la década del ‘30 estos avisos de programas aparecían enmarcados en avisos publicitarios de productos: Jabón Tocador Palmolive, Lysoform, Tónico Bayer, Leche de magnesia Phillips, aceite Ricoltore, en fin, una larguísima lista de productos y, en algún lugar, abajo o a un costado, como pequeñas pastillas, aparecían los avisos de radioteatros.

Es importante consignar que este modelo era el que asumían además otros programas de radio. Ejemplifiquemos con el texto: “Escuche todos los días de 16:30 a 17 horas, *Estampas Porteñas*, por LR3 Radio Belgrano y su cadena del interior”. Esta forma de promover la escucha se extiende largamente en el tiempo y convive con otros modos de publicitar los mismos programas radioteatrales.

¿Por qué señalamos esta cuestión? Porque podría suponerse que el espacio reducido es el “responsable” de la información paupérrima, que presenta los datos básicos sin ninguna instancia argumentativa del relato o cuestiones equivalentes.

Sin embargo, hemos encontrado que no es así, puesto que las mismas líneas sirven para aportar otras informaciones. Ejemplifiquemos:

En el caso de chocolate “Águila” se puede leer: “*Sintonice los martes, jueves y domingos por LR3 Radio Belgrano y su cadena, a las 22:15 horas, las audiciones de Chocolate Águila con ‘Crimen a bordo’, novela episódica de ambiente naval animada por Iván Caseros*”. Para dar una idea del espacio ocupado, si el texto verbal conlleva 20 renglones alabando al chocolate, hay solo tres líneas que son para el radioteatro. Por otra parte, hay que considerar que este texto en el espacio del aviso ocupa 1/15 de la superficie total. Esto es útil para argumentar que no es la escasez de espacio la que deter-

4 Puede señalarse que la posibilidad técnica de grabación estuvo disponible mucho antes de que efectivamente se empezaran a grabar; la razón era económica: temían que si se mandaban los discos con los radioteatros enteros al interior se perdiera el control de los mismos y luego no se pudieran cobrar (justamente) los derechos de autor.

5 Este dato tiene que ver con un planteo de número, hay también compañías con nombre de fantasía como “Chispazos de Tradición” y unos años después, y excepcionalmente, se va a hablar de la compañía de una autora de radioteatros, Yaya Suárez Corvo.

mina la restricción en el aporte de la información. Aquí aparecen el nombre del programa, el género, una indicación del orden temático y el nombre del actor. Del autor, ni una sola palabra.

Para consignar un caso diferente: el producto es la Levadura en Polvo Royal, con el dibujo correspondiente al envase que abarca casi toda la superficie del aviso. La tipografía de mayor tamaño y el dibujo remiten al producto alimenticio, el resto del texto al programa de radio y allí sí incluyen el nombre del autor: “original de Héctor Pedro Blomberg”.

Todas estas cuestiones sirven para despejar la duda acerca de si es un problema de espacio el que restringe la aparición del autor.

Este camino que se inicia en la investigación presupone que hay un recorrido muy interesante en la observación de cuáles son los integrantes del radioteatro que impulsan la argumentación, de a poco van apareciendo nuevos protagonistas: el director, la primera actriz, el primer actor, etc. Este primer paso apenas sí consignará si el autor está inscripto o no en los avisos publicitarios.

Indiquemos, para no producir ninguna confusión, cuál fue la secuencia: luego de la recolección del corpus (avisos publicitarios que promovían la escucha de un radioteatro) se observó cuál era la información que se aportaba sobre el género porque consideramos, en un principio, que la indicación del autor funcionaba más cerca de, por ejemplo, el día y la hora de emisión que de la incorporación breve de un relato.

Es muy importante aclarar, que el hecho mismo de encontrar la información en el marco de un aviso de algún producto ya es un desafío y es posible que en el principio de la búsqueda hubiera quedado algo analizable afuera. Cuando iniciamos el camino no era previsible este hecho. Un aviso publicitario de una máquina de coser parecía solamente un aviso de una máquina de coser, solo la observación en detalle nos permitió entender el mecanismo que, por otra parte, convivía con otras posibilidades, una vez estabilizado el género: un aviso de media página exclusiva sobre el radioteatro con la inscripción del auspiciante en algún lugar del mismo (que en principio solo fue de producto pero luego también fue la radio que emitía) .

Por otra parte, es interesante señalar que en la instancia analizada, que implica una variedad muy importante, en todos y cada uno de los casos que cumplen con el requisito de inscribir la noción de autor la asimilan al guionista del radioteatro o al dramaturgo.<sup>6</sup>

El paso básico de la descripción nos lleva a ver cómo se distingue el objeto que estamos buscando. Entonces, revisamos la aparición de nombres propios, excluyendo los que coinciden con el título del programa de ficción.

En los avisos publicitarios el autor aparece inscripto del siguiente modo: un “de” sumado a un nombre propio, en algunos casos más de uno.<sup>7</sup> Para los actores, la preposición que antecede su aparición es el “con”. Con este término se comprende que el referente es un actor o un elenco y luego viene el nombre o la serie de nombres propios. Para referir el rol del director siempre aparece la indicación “dirección”.

Antes de plantear la descripción del material encontrado, queremos observar qué sucede con la noción de autor en el arte para ver qué tipo de analogía se puede plantear en torno de nuestro objeto. Daniela Koldobsky plantea en su trabajo una cuestión, para nosotros, central que está vinculada con cómo pensar la cuestión de lo “original”:

La ideología del creador (que) no debe seguir las reglas porque ellas son concebidas como restricciones para la creación, es invertida en la propuesta de Schlegel: el artista es quien se sirve de todo lo que le ofrece la cultura, saltando por las clasificaciones de los géneros, tipos discursivos

6 Se verá que también existe el caso en el que el programa es una adaptación de una obra literaria no dramática y allí aparecen el “autor original” y el que realiza la versión.

7 Esta forma aparece como casi exclusiva, los casos en que no sucede así podrían prácticamente considerarse excepciones, por supuesto, en el marco del corpus que trabajamos.

o registros. Este artista es un operador de lenguajes y sabe que no se crea desde la nada, porque tampoco se puede leer desde la nada lo creado.

El poeta que propone Schlegel no desdeña la originalidad, solo la construye de otro modo (...) Porque la ideología de la creación artística sobre el modelo de la creación divina piensa el trabajo artístico como un trabajo de origen –de allí el término de original– y(...) no hay origen posible en la circulación discursiva. (Koldobsky, 2009, s/d)

Esta lectura que tiene sin duda, otro objeto pone el acento en el tema de la originalidad y, en el caso del radioteatro, este concepto que ya está perimido en otros ámbitos se inscribe con insistencia en la argumentación dirigida a la escucha de los productos del género.

Puede observarse, atendiendo a los avisos publicitarios, que utilizan dos vías, en términos argumentativos, para llevar a los lectores de las revistas a escuchar los programas. Por un lado, aparece explicitado que el radioteatro es original, insisten en la idea de que fue escrito “especialmente” para la radio; y por otro lado, utilizan la “legitimidad” obtenida en otro ámbito, el de la literatura o el cine, especialmente, e incluyen el concepto de que fue “adaptado” para la radio, como si en este caso hubiera doble autor, uno que aporta la garantía de lo ya probado, y el otro, un “autor de la radio” que produce la versión específica para el medio.

Del corpus de 99 avisos, en 29 de ellos no existe ninguna referencia al autor y, como ya habíamos consignado, la razón no es necesariamente la falta de espacio, por ejemplo, sí se decide incluir el nombre del actor principal.

Otros, en cambio, en espacios igualmente reducidos, utilizan el escaso número de caracteres para aportar el nombre del autor.

“*Amores célebres de América Latina*, original de Héctor Pedro Blomberg” (*Radiolandia*, 1936). Puede agregarse además, que es “original”.

¿Cuáles son los modos posibles de incluir al autor/autores?

Tal como lo habíamos anticipado, la utilización de la preposición “de”. Lo que sucede es que sin ningún atributo solo aparece en 8 de los avisos:

“*La novela de una maestra*, de Julio Aníbal” (*Radiolandia*, 1939).

Luego aparecen calificaciones varias, en general, por delante del “de”:

*Madre*, novela original de Carola Castro Peña (*Antena*, 1940)

*María Antonieta*, del prestigioso escritor Pedro Massa (*Antena*, 1939).

Este es el modelo que predomina, se atribuye una calificación positiva al radioteatro (“apasionante novela radial de”) o al autor (“de la prestigiosa escritora”).

Luego se encuentran, ya en el terreno de las excepciones, casos como los siguientes:

“escrito especialmente para el micrófono por el Doctor J. Z. Agüero Vega” (*Antena*, 1937”).

O un caso en el que no aparecen nombres propios:

“un elenco de actores y actrices radiotelefónicos conocidos, integrantes del conjunto Recuerdos de amor que interpreta los episodios más románticos, emotivos y sentimentales, escritos por autores de prestigio” (*Antena*, 1937).

Este aviso es muy interesante porque presupone que el lector que conoce a los integrantes de la compañía Recuerdos de amor, puede reponer los nombres propios, es decir, existe la posibilidad de saber de qué actores se habla; no sucede lo mismo con los autores, a quienes lo único que se les atribuye es “ser de prestigio”, no hay manera de saber de quiénes se trata.

En alguna ocasión, y también en el terreno de las excepciones, aparece repetido el nombre del autor, en el mismo aviso publicitario. Aunque también se duplica el título del radioteatro y se suma

otro elemento: la foto del autor. Encontramos dos avisos en los que sucede esto y la coincidencia es que se trata del mismo autor, Pedro José Cohucelo.

Probablemente quien produce el punto de inflexión es Yaya Suárez Corvo, autora de múltiples radioteatros, quien aparece con su fotografía en un lugar destacado, y al título del radioteatro correspondiente se le suman calificaciones positivas y algo más, el destinatario previsto.

“Una nueva y palpitante obras dramática para todas las mujeres escrita por una mujer” (*Radiolandia*, 1939).

“con el poema lírico-dramático escrito para todas las mujeres” (*Antena*, 1940).

Incluso, como puede observarse en uno de los ejemplos, se subraya la condición de autora femenina que escribe para una audiencia femenina.

Con respecto a Suárez Corvo, hay otra cuestión para agregar, y es que “funciona” como si fuera cabeza de compañía, un lugar hasta ahora restringido solo a los primeros actores.

“Presenta a la gran compañía Yaya Suárez Corvo en su última producción (...)” (*Radiolandia* 1942).

Este desplazamiento también se producirá en relación con el lugar del auspiciante y con otra autora mujer. Si el modelo del auspiciante era “El teatro Colgate radial presenta” u otro equivalente con distintas marcas de producto (no es el mismo caso con las radios-auspiciantes), vamos a encontrar avisos contruidos así:

“El radioteatro de Nené Cascallar presenta...” en donde la “presentación” queda a cargo de la autora del mismo. En la parte inferior del aviso está el producto sin dibujo, con una tipografía relativamente pequeña excepto para la palabra “OMBÚ”, marca del polvo jabonoso que “ofrece el programa”.

Es importante señalar que esto que estamos mencionando convive con los otros modos ya mencionados de armar los avisos publicitarios.

Habiendo consignado los modos en los que se presenta a los autores y autoras de radioteatros, pasaremos a revisar qué sucede con las adaptaciones. De qué manera se consigna que la obra pertenece a otro género y que ha sido adaptada para la ficción radial.

¿Cómo se presenta el texto fuente y qué actividad se le atribuye al adaptador?

“novela original de Emilio Salgari. Radioteatralización de Ernersto Morton” (*Radiolandia*, 1939).

“La famosa novela de Pierre Benoit, *La Atlántida*, en una magistral adaptación radiotelefónica de Hugo Marín y Osvaldo Bonet” (*Antena*, 1945).

“versión libre de la película de 20th Century Fox *La indómita* adaptación de Boris Zipman”.

“en la versión radial de la película R.K.O. *La loba* realizada por María Luz Regás y Eliseo Montaigne” (*Radiolandia* 1942).

En este marco aparece algo interesante, porque se plantea un ciclo de radioteatros basados en películas:

“Radioteatro Lever inicia así su temporada de adaptaciones cinematográficas, durante la cual anticipará versiones de las grandes películas a estrenarse, cuya interpretación microfónica estará a cargo de los más destacados artistas de teatro, cine y radio” (*Radiolandia*, 1942).

Lo que aparece aquí borra, absolutamente los nombres propios, tanto de los actores como de los adaptadores, alcanza el argumento de que son versiones de “grandes películas”, lo verdaderamente extraño es que aún no se estrenaron, hasta este momento, en el caso de las adaptaciones, la obra se probaba en otro ámbito y, comprobado su éxito, se llevaba a la radio. Pero continuemos. “en la versión radiotelefónica de la película *Artistas unidos* basada en la novela de Alejandro Dumas *Los hermanos Corsos*, adaptación de Dave Cabouli” (*Radiolandia*, 1942).

“en la adaptación microfónica, realizada por Rafael García Ibáñez, de la famosa novela *La dama de las camelias* de Alejandro Dumas (hijo) (*Radiolandia*, 1945).

“en la versión libre realizada por Abel Santa Cruz de la famosa novela de la baronesa (...)” (*Radiolandia*, 1945).

“la grandiosa novela del inmortal Víctor Hugo *Los miserables* (...) se renueva, palpitante, en la versión radiotelefónica de Abel Santa Cruz” (*Radiolandia*, 1945).

“El prisionero de Zenda. Adaptación de la película del mismo nombre, realizada por Abel Santa Cruz” (*Radiolandia*, 1945).

“una versión libre de la famosa novela original realizada por...” (*Radiolandia*, 1946).

Este es el número total de adaptaciones que encontramos consignadas en el corpus con el que trabajamos. Como puede observarse en algunos casos aparece sencillamente la mención del autor, en otros se califica positivamente al autor o a la obra, o a los dos a la vez, en ocasiones, se valoriza el trabajo de adaptación.

El adaptador “radioteatraliza”, adapta o realiza una versión radial o microfónica de la obra en cuestión. En ocasiones, se indica que es una “versión libre”. En todos los casos, en que se menciona la obra “original” se inscribe el nombre del adaptador. Y esto es lo que nos interesaba consignar, el autor de la novela literaria o de la película es uno (incluso en algún ejemplo no aparece –película de libro, como en *Prisionero de Zenda*–) pero lo que nunca falta es el nombre del autor de la “versión radial”. Pudimos ver, entonces, en este primer recorrido que los avisos de radioteatro ubican, en su mayoría, en un lugar (está por verse si más o menos importante que los actores y posteriormente que los directores) al autor. Es decir, aparece construida la figura del autor en los metadiscursos. El resto es un trabajo por hacer.

## Bibliografía

Fernández, José Luis (dir.). 2008. *La construcción de lo radiofónico*. Buenos Aires, La Crujía.

Koldobsky, Daniela. 2009. *La inespecificidad del artista*. Tesis de maestría. UNdLP.

Terrero, Patricia. 1980. *La vida de nuestro pueblo*. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

## Revistas consultadas

*Sintonía / Antena / Radiolandia / Radiofilm*

**CV**

MÓNICA BERMAN ES MAGÍSTER EN ANÁLISIS DEL DISCURSO POR LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS (UBA), DOCTORANDA EN CIENCIAS SOCIALES (UBA). LICENCIADA Y PROFESORA EN ENSEÑANZA MEDIA Y SUPERIOR EN LETRAS (UBA). JTP EN LA CÁTEDRA SEMIÓTICA DE LOS GÉNEROS CONTEMPORÁNEOS, DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN, FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES (UBA). TAMBIÉN EJERCE LA DOCENCIA EN EL DEPARTAMENTO DE ARTES DRAMÁTICAS (IUNA). PARTICIPA EN PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN UBACyT Y DIRIGE UN PROYECTO DE RECONOCIMIENTO EN CIENCIAS SOCIALES SOBRE ARTES ESCÉNICAS, DISPOSITIVOS Y MEDIOS.