

Las tertulias de la radio: el tam-tam de la tribu

Gotzon Toral Madariaga *

Resumen: *La programación informativa de la radio en España asiste a un cambio sustancial en el modelo adoptado para la narración de la actualidad. Los argumentos de los expertos y las voces representativas resultan desplazados por las ocurrencias de una élite de comunicadores que simulan una tertulia espontánea. Se sacrifica la labor periodística en función de las nuevas exigencias que genera la escenificación más persuasiva de una tertulia.*

Abstract: *Information programmes on the Spanish radio stations have been changing over the last years, adopting new models, among them "the talk show". Expert opinion has been replaced by popular journalists or those specializing in sensationalism who simulate spontaneous conversation. Serious journalism has been sacrificed to the new demands generated by the staging of radio talk shows.*

La proliferación de tertulias en la radio española es cosa que maravilla. Su afán pseudoinformativo parece haber superado todas las pruebas y aun los vaticinios más agoreros, hasta consolidarse como la banda sonora dominante en las programaciones radiofónicas.

Lejos de desaparecer como tantos fenómenos de moda, este síndrome de la tertulia desborda las franjas dedicadas al entretenimiento,

* Profesor de Radio Informativa en la Universidad del País Vasco

para convertirse en el eje central de la radio informativa. Su éxito, contrastado en los estudios de audiencia, ha contagiado a las Cadenas de radio que se mostraban más reticentes. La guerra por las audiencias que se libra en un mercado tan competitivo ha arrastrado a la Cadena SER y RNE a un escenario antes impugnado por su irresponsabilidad patológica en la producción de basura con label informativo.

Para no pocos observadores, el cambio de Gobierno aliviaría la crispación política y devolvería las agitadas aguas informativas a su cauce, con el consiguiente decaimiento de las tertulias radiofónicas. No ha ocurrido así -más bien al contrario- y tampoco hay indicios de que vaya a suceder de inmediato. A las descalificaciones cosechadas por este género en el ámbito académico, contraponen los profesionales su eficacia comunicativa y una supuesta satisfacción de las demandas del público.

Un análisis más piadoso de este fenómeno comunicativo aconsejaba mayor mesura a todos los participantes en las tertulias: no preguntar a quien no sabe y no hablar de aquello que se desconoce. Un ejercicio de cordura lamentablemente condenado al fracaso, por cuanto que la ligereza y la irresponsabilidad son los modos más coherentes que gobiernan el espacio natural de una tertulia.

Esta espectacularización de los espacios informativos, ni se limita a la radio, ni puede analizarse en clave más o menos folklórica, como una peculiaridad propia de la cultura hispánica. El panorama radiofónico y televisivo de nuestro entorno ofrece abundantes muestras de un periodismo sensacionalista, que desatiende las mínimas garantías informativas en beneficio de la presentación más persuasiva de la actualidad.

De la paleo a la neo radio- televisión

Nunca ha dispuesto la humanidad de tantos artefactos técnicos para auscultar la realidad. Paradójicamente, asistimos a una simplificación alarmante de la información cuando se celebra el advenimiento de una nueva Era del saber.

El paradigma informativo responde a la exigencia de conocer los hechos más relevantes. El periodismo en profundidad -mesas redondas y debates- proporcionan las explicaciones pertinentes para comprender lo que pasa y aquello que nos pasa. Ignacio Ramonet advierte un giro copernicano en esta materia, impulsado por la televisión que

ocupa un papel central en la nueva jerarquía de los medios de comunicación: *Gracias a la ideología del directo y del tiempo real, el tele-diario ha ido imponiendo una concepción radicalmente distinta de la información. A partir de ahora, informar es mostrar la historia en marcha o, en otros términos, permitir presenciar (en la medida de lo posible en directo) el acontecimiento* (Ramonet, 1993: 33).

El director de LE MONDE DIPLOMATIQUE denuncia la extensión de este modelo a la prensa. Anibal Ford, en lugar de rasgarse las vestiduras, saluda esta problemática perceptiva y cognitiva: el lenguaje de los nuevos medios de comunicación moviliza todos los sentidos del espectador en una experiencia que pone en crisis la hegemonía de la cultura escrita. Para Ford, los medios de comunicación electrónicos han destapado una serie de competencias y formas de conocimiento no lingüísticas que perviven en la cultura popular: *De alguna manera, nuestra cultura bloquea la reflexión, el conocimiento sobre la percepción corporal, kinésica y proxémica, el rol de los sentidos en nuestra experiencia cotidiana* (Ford, 1996: 202).

Seguramente los prejuicios intelectuales no contribuyan a alumbrar la naturaleza de los cambios que vehiculan los nuevos medios de comunicación. Los periodos de crisis y las incertidumbres que generan son etapas en las que se expanden formas de construcción de sentido y géneros propios de las culturas populares. La elaboración de conjeturas a partir de indicios, la explicación a través de casos y el lenguaje no verbal son herramientas elementales que nos asisten de manera cotidiana y muchas veces inadvertida. Sin embargo, el mismo Ford (Ibidem: 228) concede que el abuso en la observación de lo particular y lo privado, se convierte en una coartada, bien que fascinante, para ocultar las complejidades del presente.

En los últimos años, numerosos programas con un componente básico conversacional han tomado las riendas de la programación radiofónica y televisiva. Su poder de atracción y un presupuesto relativamente barato han contribuido a su expansión, también en el ámbito propiamente informativo.

El mercado extremadamente competitivo de los medios de comunicación vive un proceso de desregulación y supresión general de controles públicos que favorece la agresividad de las grandes empresas y la absorción de las más pequeñas. La concentración en grupos *multi-media* ha provocado la irrupción de inversores no tradicionales y del sector financiero.

El relativo equilibrio que mantenían las empresas periodísticas entre las propias necesidades mercantiles y las demandas de la opinión pública se ha roto en beneficio de la hegemonía mercantil en la gestión. La obsesión por los índices de audiencia devalúa la función informativa hasta lo que podíamos llamar un *mínimo común placentero* para mayor satisfacción de los grandes públicos.

El exceso de mensajes aparentemente informativos a disposición del público favorece la trivialización de la información, la *noticia-pasatiempo* y aún la estrategia empresarial del grito sensacionalista para llamar y mantener la atención en un mercado tan competitivo.

La ruptura del cordón umbilical que en Europa unía la radio y la televisión al proyecto cultural de las instituciones públicas, desplaza estos medios hacia el ámbito publicitario para afrontar la nueva situación concurrencial. Mientras la *paleo radio-tv.* ofrecía a los espectadores un modelo de comunicación pedagógico, la *neo radio-tv* recrea un escenario que se confunde con el espacio cotidiano: un lugar de contacto y espacio ritual de convivencia (Casetti & Odin, 1990).

Frente a la relación jerarquizada, a menudo paternalista, que proponía el modelo anterior, este *neo-* modelo sugiere una relación ilusoria de proximidad. El espectador, agasajado en todo momento, es interpelado e incitado constantemente a intervenir.

Mientras las programaciones del modelo anterior permitían identificar claramente las emisiones y elegir un programa concreto - de ficción, informativo etc.- se tiende ahora a un flujo continuo de programas que se dirigen a todos los públicos, perpetrando todos los géneros a un tiempo. La hiperfragmentación de los contenidos contribuye a fidelizar a los espectadores.

Este *neo-modelo* renuncia a la transmisión de saberes, convirtiéndose en cauce feliz para la narración de historias, el intercambio y la confrontación de opiniones. Una especie de *party line* abierto donde *poco importa que no sea uno especialista, poco importa que se ignore todo del tema propuesto, lo esencial es hablar...y mantener el contacto* (Ibidem: 13).

El talk-show en radio y televisión

El debate, entendido como modelo dialéctico de formación de la verdad era el género paradigmático de la *paleo radio-televisión*. La

radio había demostrado su capacidad para la transmisión inmediata de los hechos actuales. El debate y la mesa redonda se consideraban los modelos de discusión racional dominantes. A través de estos géneros clásicos del periodismo en profundidad, la radio y la televisión buscaban las explicaciones necesarias para responder a los interrogantes del presente.

Las nuevas tendencias en la programación radio televisiva han provocado el abandono de estos géneros en los que tomaban la palabra los expertos y las voces más representativas. En su lugar se prodiga el *talk-show*. No se trataría en este caso de un género concreto, sino de un variado repertorio de emisiones conversacionales.

Para Guy Lochard, este conjunto de emisiones nace con una vocación camaleónica, apoyándose en los grandes arquetipos de situaciones de interlocución, que los públicos pueden reconocer de forma inmediata -desde el ágora o la confesión, a la cura psicoanalítica-. Un nuevo líder de opinión domina este escenario comunicativo: el animador estrella que dispone en todo momento y de manera imprevisible, no sólo de su palabra, sino de la palabra de sus invitados:

Tratando de acumular la credibilidad del periodista y el prestigio del artista, establece con sus invitados una relación de proximidad que consagra la palabra bruta y directa (la del testimonio o del actor) en detrimento de la palabra ilustrada y abstracta (la del experto y el gestor). Se sustituye así el objetivo de co-construcción de un sentido progresivamente negociado que caracterizaba al debate por la búsqueda de juegos interlocutivos polémicos, confesionales o lúdicos, basados en la expresión de personas anónimas o célebres (Lochard, 1995: 8).

A pesar de conservar algunos rasgos del debate, en estos coloquios se produce una migración hacia un nuevo modo de gestión de la palabra. Se aligera la densidad del debate mediante la reconstrucción de un escenario de convivencia popular. El carácter habitual de los invitados y la informalidad en la distribución de la palabra, propician una dinámica conversacional más atractiva, que parece escapar a toda previsión.

Los responsables de estos programas aseguran a través de estos y otros procedimientos un contacto efectivo con las audiencias. El moderador se convierte en maestro de ceremonias, cuya función principal no sería ya moderar el debate, sino animar la polémica, la provocación e incluso el cuestionamiento de su posición como anfitrión. Esta tribu de opinadores profesionales alimentan, en definitiva, una

estructura dramática que privilegia una relación interpersonal ilusoria -función de contacto- en detrimento del aporte cognitivo -función referencial- de estas emisiones (Lochard & Soulages, 1994: 20).

En la radio norteamericana, sólo las emisiones de música *country* superan en audiencia a los más de 3000 programas de este tipo que agitan el espacio radioeléctrico. La mitad de ellos se ocupan de una forma o de otra de la política. Su enorme popularidad se relaciona con la actuación de los animadores-estrella, capaces de atraer a las grandes audiencias que viven al margen de los grandes debates económicos y políticos del país.

En España, estas emisiones se han generalizado en las programaciones radiofónicas adoptando la apariencia de una situación de interlocución tan reconocida como la tertulia tradicional. Una institución arquetípica de la convivencia, hasta el punto de que Enrique Tierno Galván se refería a la tertulia como *el modo peculiar de convivencia de los españoles* (Tierno Galván, 1964: 247).

Esta fórmula magistral del nuevo-viejo periodismo radiofónico se beneficia de la popularidad de la tertulia y de la confianza que genera una supuesta reunión de amigos. Se adjudican además un aval informativo que añade credibilidad y prestigio. Sostengo, sin embargo, que tal ambición -todo lo rentable que se quiera- es una falacia: tales emisiones ni responden a las exigencias informativas, ni al protocolo de una tertulia.

La aceptación arbitraria de este género en la nueva estrategia informativa de la radio provoca la *de-generación* de ambos supuestos -tertulia e informativo- por cuanto que las convenciones que hacen posible la puesta en escena más verosímil de una tertulia resultan incompatibles con los preceptos básicos que guían la labor periodística:

La tertulia era una reunión vocacional de amigos que se juntaban por la fruición de opinar... Los colaboradores de estas emisiones mantienen una relación profesional.

La intrascendencia del coloquio permitía al tertuliano opinar sin compromisos y decir *lo que le daba la gana*... Estas emisiones tienen una trascendencia pública y se organizan en función de una rentabilidad empresarial.

Opinar en el espacio franco de una tertulia equivalía a enjuiciar desde un conocimiento insuficiente basado en la intuición... Esta *liberación del rigor* viola la responsabilidad implícita en el contrato informativo que ofrecen estas emisiones radiofónicas.

Conviene reparar en esta confusión original, dado que la selección de una u otra estructura para la narración de la actualidad no es asunto baladí. En última instancia, la actividad periodística que despliega una redacción trata de adaptar los hechos a un formato de programa informativo comúnmente aceptado, al que debe adecuarse la construcción de la actualidad.

La dictadura del formato

La elección de este *nuevo marco en el que los acontecimientos toman sentido* (Martín, 1996: 308) provocará sucesivas decisiones en cascada que afectan directamente al proceso de codificación del mensaje informativo y su descodificación por parte del público. Finalmente, la percepción de la veracidad informativa, su aceptación como realidad por parte del público, viene definida por su integración en el modelo narrativo del acontecimiento actual.

Un modelo que pasa en televisión por el telediario y en la radio por informativos que remedan una tertulia. Los mensajes de estas emisiones radiofónicas participan del protocolo informal, los cotilleos, especulaciones y ocurrencias propias de una tertulia tradicional, legitimando así un nuevo modo de contar lo que hoy es la Historia.

Entre 1993 y 1995 se desarrolló una investigación que tenía por objetivo conocer las mutaciones que este síndrome de la tertulia había producido en el tejido informativo radiofónico (Torral, 1997). En lugar de adoptar una visión panorámica descriptiva, se optó por ahondar en el análisis de un programa informativo donde coincidían las circunstancias y algunos de los comunicadores más significados en la expansión de estas emisiones.

El modelo seleccionado fue *La Linterna*, informativo nocturno de la Cadena COPE, que mantiene el liderazgo de audiencias en su tramo horario -entre las diez y las doce de la noche-. La primera parte del programa -en torno a los treinta minutos- se resuelve mediante un formato informativo más o menos convencional y el resto del programa se desarrolla a modo de tertulia.

Su éxito de audiencias activó un efecto locomotora, arrastrando a sus más directos competidores. El informativo nocturno de RNE se realiza íntegramente en el escenario de una tertulia. Este curso, la SER ha ampliado generosamente la duración de su tertulia que anterior-

mente se presentaba como un anexo del programa informativo. Ambas Cadenas de radio habían intentado resistirse al discreto encanto de estas emisiones, en vano.

La investigación proponía también un análisis de la recepción, para identificar la relación preferente que la mayoría de las audiencias establecía con estas emisiones -casi 8 millones de personas seguían a diario alguna tertulia radiofónica en 1994, según datos del Estudio General de Medios-.

La combinación de técnicas cuantitativas -análisis de contenido sobre una muestra significativa del programa- y cualitativas -grupos de discusión con los oyentes, entrevistas a los colaboradores y observación participante en la redacción de la COPE- completaron la cartografía de un territorio desconocido y ciertamente polémico.

El carácter exploratorio de la investigación no pretende extrapolar los resultados a todos los espacios informativos que han contraprogramado este tipo de emisiones. Sin embargo, las conclusiones del estudio evidencian la desnaturalización de la labor periodística, en función de las nuevas exigencias que implica la escenificación más verosímil de una tertulia. La construcción de la credibilidad informativa se sacrifica en favor de una nueva estrategia persuasiva que persigue de manera prioritaria fidelizar a las audiencias.

Conclusiones

El análisis cuantitativo se realizó sobre una muestra que comprendía dos semanas compuestas del programa, seleccionadas de forma aleatoria en los cursos radiofónicos 1993-94 y 1994-95. En breve síntesis, los resultados son los siguientes:

El desequilibrio entre información y opinión provoca una clara simplificación del aporte informativo, subordinado al juego de opiniones que establece la tertulia. Un grado mínimo de información contrastada -inferior al 15% de la totalidad del programa y aún inferior al tiempo de publicidad emitida- soporta un grado máximo de opinión improvisada -por encima del 50 % del programa-.

Las noticias emitidas incurren en una sistemática transgresión de un principio elemental en la objetivación periodística de los hechos narrados: el 21% mezclan información y opinión del periodista. Este porcentaje se eleva en torno al 50% si se toman en consideración

determinadas licencias literarias que pueden vehicular la opinión de manera más sutil.

La agenda temática del programa ofrece una selección muy limitada -apenas entre 3 y 7 noticias merecían un desarrollo informativo- y reiterativa de personajes y argumentos, en referencia a la política española. En el periodo en el que se realizó la investigación -final de la llamada *década socialista*- esta severa dieta informativa se nucleaba en torno a los escándalos que comprometían al Gobierno socialista.

La estructura dramática de *La Linterna* producía una simplificación progresiva de los asuntos que se someten a la consideración pública. La tertulia del programa operaba una segunda selección en la agenda informativa, más restrictiva que la primera, destilando aquellos acontecimientos con un perfil más dramático. La propia dinámica tertuliana genera además un repertorio redundante -por la continuidad de los tertulianos- y restringido de formas de pensar estos asuntos.

La claridad en la narración de las noticias analizadas no supera los estándares básicos admitidos para el relato informativo radiofónico: un tercio de las noticias evidenciaban muestras de inseguridad en la locución. La cuarta parte incluía equívocas verbales. El 75% incluían al menos un párrafo expresado de manera confusa.

Sin embargo, tales deficiencias observadas en la sección informativa del programa, anticipan los modos más coherentes con el funcionamiento del nuevo marco espectacular -la tertulia- adoptado para la narración de la actualidad:

El análisis de la recepción descubre un intenso vínculo emocional de los oyentes con los protagonistas y el modo de hacer tertuliano: una experiencia distinta -son comunes las expresiones *adicción, amigos, enganchar ...*- al conocimiento racional que mantiene una relación más distanciada con el objeto.

La totalidad de los oyentes entrevistados en el curso de la investigación relacionan la tertulia tradicional con valores netamente positivos: la amistad, el carácter ilustrado, e incluso el espacio de libertad, al abrigo de la censura, facilitan una relación idealizada con estas emisiones radiofónicas.

La fidelidad de las audiencias es una cualidad de naturaleza poliédrica, donde conviven posiciones divergentes que oscilan desde la adhesión plena a la hostilidad manifiesta: estrategias interpretativas netamente distintas en torno a un mismo mensaje, por parte de dis-

tintos oyentes que, en cualquier caso, no son indiferentes a los reclamos de la tertulia.

La confrontación racional de diferentes puntos de vista en torno a un tema relevante que realizan los expertos en un debate se transmuta en una competición retórica. En estas emisiones, una tribu elitista de opinadores aparecen como rivales en la conformidad. El carácter habitual y pretendidamente amistoso del coloquio elude las discrepancias de fondo, generando un efecto ventrílocuo.

Autenticidad versus desconfianza

Estas emisiones ofrecen una reserva gratificante de simplicidad frente a la complejidad o la confusión general en la que se mueve el relato informativo en este periodo de transición histórica. La capacidad ilimitada de producción de noticias que caracteriza a los medios de comunicación, contrasta con las limitaciones propias en el metabolismo de las audiencias.

Un exceso de noticias privadas de las explicaciones necesarias, provoca más confusión, anestesiando a los receptores por sobreinformación. La serialización de una agenda reducida de temas, personajes y modos de pensar estos asuntos, seleccionados en función de su alto perfil dramático, supone un ahorro considerable de tiempo y esfuerzo para el público. Sin embargo, esta visión estereotipada de la actualidad convierte las cuestiones más complejas en vulgares caricaturas.

La desafección de la política y la desconfianza que manifiestan amplias capas de la población hacia el discurso de las élites políticas y económicas, transfiere a estos comunicadores, erigidos en nuevos *intelectuales mediáticos*, un enorme caudal de confianza. Estos líderes del mayor espacio público compartido en nuestras sociedades, adquieren tal prestigio por su ubicuidad en los diferentes medios de comunicación y el dominio de las técnicas de comunicación más acordes con el nuevo escenario mediático.

Para Richard Patry, la desaparición de los debates en la televisión norteamericana y el éxito alternativo del *talk-show*, se explicaría en buena medida por el descrédito de la política: *respondería por tanto al supuesto de que las emociones no mienten al contrario que la política* (Patry, 1993: 15). El ingenio que derrochan, la simplificación de su discurso, su afán totalizador y, en el caso de las tertulias, su carácter

polifónico, aparentemente contrastado, junto a su presencia continuada, ganan la confianza de los oyentes

Tales circunstancias parecen describir un proceso de transferencia hacia estos líderes de opinión, a través de los cuales, cada oyente puede participar emocionalmente en un círculo de iniciados, donde cada día se descubren los avatares de la Historia.

Las tertulias radiofónicas ofician a diario una ceremonia eucarística tanto más gratificante en la medida en que concuerdan con las expectativas del público. Esta comunión cultural facilita la adhesión de las audiencias a una serie de valores compartidos que orientan sus vidas, identificándose con otros y proporcionando un sentido emocionante de participación comunitaria: *Como animales culturales que son, las gentes necesitan identificarse emotivamente con ciertos significados que les trascienden -es decir, trascendentales- y que por tanto estén dotados de carisma y atracción, y cuya interiorización psicológica necesitan para existir con normalidad. Por lo menos tal es el caso en lo que a la mayoría respecta* (Giner, 1987: 118).

En nuestro entorno, la radio es el medio de comunicación que cosecha mayores cuotas de credibilidad en la percepción de la opinión pública. La naturalidad de la voz, la fácil descodificación del mensaje, la inexistencia de un marco-encuadre que separa la realidad y la representación, provocan en el oyente una experiencia de inmersión en un diálogo interpersonal aparente, que enmascara la mediación técnica.

Las peculiares características de la percepción radiofónica en la intimidad, el simulacro de una tertulia espontánea y la credibilidad de los informativos radiofónicos, produce un mensaje que parece auténtico. La puesta en escena más naturalista de un coloquio informal de amigos, sin aparente intencionalidad ni manipulación alguna, genera los estímulos más persuasivos que se pueden movilizar para obtener la inmediata satisfacción y la fidelidad del público.

Estas emisiones informativas radiofónicas que cultivan la improvisación, sin guión alguno, con un desarrollo imprevisible -en cualquier momento puede suceder lo inesperado- alimentan una estética del riesgo de indudable interés dramático que frecuentemente resulta prioritaria para mantener el interés de la escucha.

Cuando los procesos emocionales ocupan un papel central en la relación que mantienen los oyentes con estos programas *el contenido del mensaje es un estímulo externo e intercambiable destinado a la*

producción de cualidades emocionales. Así, el receptor no busca un tema determinado, sino algo excitante o divertido (Maletzke, 1976: 227).

El centenario del 98 que se celebra por estas fechas puede suministrar elementos esclarecedores para la revisión de algunas de las afeciones más comunes que caracterizan a la sociedad española. Tras el desastre colonial de 1898, los excesos retóricos y el talante apocalíptico que habían cautivado a las masas se hundía en el descrédito. Macías Picabea publicaba un año después *El problema nacional*. En este libro denunciaba el *psitacismo* -de *psitacus*, papagaya o cotorra- que definía como *síntoma morboso de la idiocia*:

¡Cuidado que saltan psitacus y psitacismos por todas partes! Nuestras Cortes, nuestro periodismo, nuestra política ¿qué son en su mayor parte sino cotorrería pura?...Así se explican nuestro gusto inconsciente por el ritmo oratorio, nuestra desmedida afición a repetir las frases hechas, nuestra pasión por los ruidos eufónicos y nuestro miedo a la labor disciplinada del pensamiento...¡Cotorrones con mucha lengua y poco seso! (Seoane, 1977: 337).

Un siglo después, el debate continúa abierto.

Referencias bibliográficas

- Casetti, F. & Odin, R. (1990): "De la paléo- à la néo-television", *Communications*, n° 51, Paris.pp.9-26
- Ford, Anibal (1996): *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Amorrortu eds.
- Giner, Salvador (1987): *El destino de la libertad*. Madrid: Espasa Calpe.
- Lochard, Guy (1995): "La parole en spectacle", *Dossiers de l'Audiovisuel*, n° 59, Paris. p.8.
- Lochard, G. & Soullages, J.C.(1994): "Les imaginaires de la parole télévisuelle", *Réseaux*, n° 63.pp.13-38.
- Maletzke, George (1976): *Psicología de la comunicación social*. Quito: Ciespal.
- Martín, Rosa (1996): "La organización informativa y los procesos de producción de la noticia. La información diaria en Euskal Telebist", *Tesis doctoral*, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Leioa.
- Patry, Richard (1993): "La construction du rituel dans deux talk shows

québécois: l'obsession d'un vrai et l'expression de l'impuissance", *Rapport non diffusé*, Groupe de recherche en linguistique du texte de l'Université de Montreal.

Ramonet, Ignacio (1993): "Informarse fatiga", *Cuatro Semanas y Le Monde Diplomatique*, n° 10, Madrid.pp.36-37.

Seoane, Maria Cruz (1977): *Oratoria y periodismo en la España del siglo XIX*. Madrid: Castalia.

Toral, Gotzon (1997): "Las tertulias de la radio: La Linterna. Análisis de un modelo", *Tesis doctoral*, Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, Leioa.

Tierno Galván, Enrique (1964): *De la trivialización al espectáculo*. Madrid: Taurus.