

DIFUSIÓN Y RECEPCIÓN DEL MICRORRELATO*

Juan Jacinto Muñoz Rengel

Una de las preguntas más recurrentes en los últimos años, en torno al relato corto y al microrrelato, ha sido la referente al porqué de su auge, la que se interesa por cuáles son las claves de su supuesto éxito. Y, sin duda, la respuesta esgrimida con más frecuencia apela a su facilidad de lectura y a su adaptación al nuevo ritmo de los tiempos. Quizá sea hora de pararse a pensar, y cuestionar si esto de verdad tiene algún sentido.

Desde mi punto de vista, la explicación no se adapta en absoluto a la realidad. Por descontado es mucho más cómodo leer, en la parada de autobús, o en el vagón del metro, un grueso *bestseller* —a pesar de sus setecientas páginas—, que un libro de relatos. El primero ofrece al lector un único narrador, con un mismo tono y estilo, unos escenarios comunes, y la confortabilidad de una historia dilatada en la que puedes dejarte caer, como en un sillón, sin miedo a perderte demasiados detalles cruciales si la atención se distrae. El segundo,

*. Esta intervención formaba parte de la MESA REDONDA “Difusión y recepción del microrrelato” en la que participaron Juan Jacinto Muñoz Rengel (*El Ojo Crítico*, RNE1), Juan Casamayor (Editorial Páginas de Espuma) y Clara Obligado (escritora y antóloga). Nos ha sido imposible recoger las palabras de estos dos últimos así como las preguntas y comentarios de los asistentes, por lo que incluimos esta intervención en el apartado de las comunicaciones.

el libro de relatos, impone al lector un cambio de registro cada pocas páginas, un cambio de narrador, de perspectiva, de voz, de personajes, y por lo tanto exige un esfuerzo que no pide la novela. Así que es probable que el éxito –al menos el comercial– del cuento siga demorándose muchos años más.

Con el microrrelato ocurre algo parecido. Su todavía menor extensión lo hace susceptible de ser leído en apenas un momento, y presuntamente en casi cualquier lugar. Aquí, la disminución del número de palabras nos lleva a considerar, más en serio, la posibilidad de que en efecto se pueda encontrar el hueco necesario para leerlo de un tirón aún en medio de una multitud. Pero, ¿qué hay de la disposición mental? El microrrelato encierra un mensaje, una sorpresa, un artificio, de una densidad que rebosa su extensión. Y en este punto nos queda aún la duda. Parece claro que el libro de microrrelatos ofrece unas ventajas de lectura mayores que el libro de relatos. Pero la disposición intelectual y anímica necesaria para enfrentarlo, podría equiparse en algunos sentidos a la que exige la poesía. Y yo sigo sin ver demasiados libros de poesía entre los usuarios del metro.

En cuanto a las ventajas que ofrece el microrrelato para su difusión en los medios, la cuestión parece fuera de toda duda. Para la prensa escrita, los textos hiperbreves tienen el claro beneficio de poder incluir, en sus mismos reportajes, botones de muestra completos. Y en la prensa escrita *online*, la hipertextualidad ofrece además la posibilidad de enlazar ramificaciones de ejemplos que tienen la justa extensión de las pantallas.

En los medios audiovisuales ocurre algo parecido. El oyente de radio difícilmente puede mantener en su memoria a corto plazo todos los datos que contiene un relato breve; y esto, mientras conduce, o hace cualquier otra cosa. En cambio, la probabilidad de que siga el hilo de un microrrelato, y lo acabe comprendiendo, es mucho mayor. Mi propia experiencia en el micro-espacio que dirijo en RNE 5 (*Literatura en Breve*) va en este mismo sentido. Mi enfoque, desde los orígenes del proyecto, fue dedicar el programa al relato corto y a las formas de narrativa breve; pero el tiempo ha demostrado que las piezas radiofónicas de mayor potencia y efectividad son las que

contienen relatos completos, y por lo tanto, un par de microrrelatos en lugar del fragmento mutilado de un relato corto.

Algo similar fue ocurriendo en la sección de taller de relato que conduzo en *El Ojo Crítico*, en RNE 1. En principio, se trata de una sección dedicada al cuento literario en general, pero cuando se hace necesario proporcionar un ejemplo concreto al oyente de aquello que se está explicando, el microrrelato resulta mucho más eficaz. En unas líneas, el microrrelato puede llegar a consumir una técnica completa que el relato reparte a lo largo de páginas (un tono de narrador; la resolución de un conflicto; una inversión de perspectiva; un desenlace sorpresivo).

Y por poner otro ejemplo de la casa, ya en televisión, *Página2*, el nuevo programa de libros de La 2, da un giro a las ventajas divulgativas del texto hiperbreve y propone cada mes a los espectadores un concurso de microrrelatos, con un tema concreto, y un máximo de veinticinco palabras. Y esto nos lleva a una nueva cuestión: la capacidad mediática del microrrelato de establecer una relación interactiva con la audiencia.

Esto es algo —y paso ya a la competencia— que lleva años haciendo el programa *La Ventana*, de la Cadena Ser, donde el escritor Juan José Millás propone todas las semanas al oyente un nuevo tema sobre el que escribir un texto hiperbreve. El premio, además, también tiene que ver con esta cualidad del microrrelato de la que venimos hablando, pues no es otro que la lectura del texto seleccionado en el propio programa.

También en la Cadena Ser, el programa *Hoy por Hoy*, junto con la *Escuela de Escritores*, propone a sus oyentes otro premio para microrrelatos con una extensión de cien palabras. En este caso, la dotación asciende a nada menos que 6.000 euros en metálico, y la publicación, por parte de la editorial Alfaguara —sin duda aprovechando la repercusión mediática— de todos los textos finalistas. En la última edición, el concurso contó con 25.000 participantes.

Los premios de microrrelato, no obstante, no son algo nuevo. El Círculo Cultural Faroni, por ejemplo, viene convocado el suyo desde hace más de quince años, con la reciente promesa de la lectura del microrrelato ganador en el programa *La aventura del saber*, de Televi-

sión Española –de nuevo los medios–. También, de nuevo, cuenta en su historia con una publicación de los ganadores de varias ediciones por parte de una editorial de prestigio, como es el caso de Tusquets. Los ejemplos son innumerables. El diario *El Mundo* también se subió al carro en 2001, y convocó hasta diez ediciones.

Y suma y sigue. El pasado año, la Comunidad de Madrid organizó una nueva modalidad de certamen: el Premio de Microrrelatos por SMS. Irrumpe, por tanto, en el escenario de la difusión y recepción del microrrelato, un nuevo elemento tecnológico, de gran repercusión y muy vinculado a las generaciones más jóvenes: el teléfono móvil. Con este atractivo de cercanía y modernidad, y una dotación de 1.500 euros, la primera edición del premio alcanzó los 2.500 participantes, en este caso con textos hiper-hiperbrevs: los 160 caracteres que permite un mensaje de móvil.

Aquí y allá, en todos los rincones de España, no han tardado en copiar la idea todo tipo de entidades, desde diarios gratuitos como *20 minutos*, hasta –la semana pasada– la Asociación de Universidades Populares de Extremadura.

Pero, si reparamos en ello, hemos comenzado hablando de una supuesta facilidad de lectura del microrrelato –de la que cabría hablar aún más– de cara a su difusión y recepción, y hemos acabado presumiendo también una supuesta facilidad de escritura y composición, quizá todavía más cuestionable. ¿Qué tiene de asequible el microrrelato para el escritor aficionado o el espontáneo? Sin duda la posibilidad de comenzar y concluirlo en unos minutos. Y también la eventualidad de que pueda sostenerse apenas sobre una única idea feliz, que por supuesto puede llegar a cualquiera en un momento de inspiración. En su contra, está la necesidad de conocer las muchas técnicas que subyacen en el texto, y que no son –ni deben ser– visibles a simple vista. Hay, por lo tanto, que dominar las trampas de su extensión, y comprender las diversas complejidades de su densidad.

El debate, entonces, acaso no esté tanto en resolver si alguien puede escribir por azar un buen microrrelato –una pregunta que difícilmente cabría hacerse con una buena novela–, sino más bien en determinar hasta qué punto esta capacidad de interacción con sus consumidores puede devengar en un aumento de la población lec-

tora. Hasta qué punto el microrrelato –su difusión en los medios, su lectura, su escritura– puede convertir a alguien en lector, o mejorar los hábitos de lectura de alguien que ya leía. Y también, por qué no, hasta qué punto el microrrelato, en combinación con las nuevas tecnologías, puede acercar a las generaciones más jóvenes al placer de la ficción.