

# La segunda revolución de la radio

POR ADELAIDA BOLEA DE ANTA

La radio en España está viviendo en estos momentos su segunda revolución, ya que si la primera tuvo lugar en la década de los sesenta, con la incorporación de la FM, ahora se trata de consolidar la fuerza de la radio digital y de explotar al máximo las posibilidades de las nuevas tecnologías con Internet, el satélite y el cable.

## ***Historia para entender el presente***

No se puede entender el presente sin estudiar el pasado, por eso el profesor Armand Balsebre (2001), en su obra *Historia de la radio en España* recoge en dos volúmenes una visión histórica del medio y su papel en la sociedad de su tiempo; en el primer volumen, el libro arranca con los primeros ensayos radiofónicos en el período de la dictadura de Primo de Rivera y concluye con la victoria del general Franco en la Guerra Civil española y el comienzo de las emisiones de la radio pública.

El segundo volumen comienza cuando Unión Radio es devuelta a sus legítimos dueños, la compañía norteamericana ITT (había sido confiscada por las tropas de Franco durante la guerra) y un cambio de nombre, Sociedad Española de Radiodifusión, bastó para maquillar a la antigua cadena de corte liberal fundada por Ricardo Urgoiti. Y termina con la llegada del grupo PRISA al accionariado de la SER en el año 1985. Es un trabajo muy bien documentado, denso, que aporta gran información sobre la historia radiofónica de España, pero que se para en el período cumbre de la radio, pues en la década de los años 80 se pasó de una etapa de pseudomonopolio de la radio privada por parte de la SER a una etapa de entrada de los grupos de comunicación en las empresas de radio, que generó un nuevo modelo empresarial de gran interés, más competitivo y que ha conducido a la radio a su situación actual.

Como el propio Balsebre reconoce, los aspectos empresariales, como los cambios en el objeto social de las empresas, las cuentas anuales, la evolución de sus cifras de negocio o incluso de

los recursos humanos, están muy diluidos en su libro; y es que hasta 1989, año en el que se aprueba la nueva ley de Sociedades Anónimas, las empresas no estaban obligadas a informar a la sociedad de sus resultados, a pesar de tratarse, como dice el Estatuto, de *concesionarios de un servicio público*. Además, las personas que tuvieron acceso a esa información y a los archivos sonoros hicieron un auténtico expolio de los mismos, sin entender que eran bienes públicos, como público era el servicio.

En este deseo de actualizar el recuerdo histórico de la radio se basa el libro de Paco Marqués, *La radio que nos parió* (2002), en el que el autor, un hombre de radio de toda la vida, hace una descripción amable y tierna a la vez, de los programas que marcaron una época: por su libro desfilan Bobby Deglané, el Zorro, los seriales de Sautier Casaseca, las cancioncillas publicitarias y sus propias vivencias en relación con compañeros y amigos de la radio.

Por su parte, María Isabel Sánchez Redondo (2000) en *Historia de la COPE*, hace una reflexión muy bien documentada sobre la relación de la Iglesia católica con la radio española, aunque también en este caso se eche en falta una mayor profundización en los aspectos empresariales de la cadena y se puede lamentar que el libro termine en el año 1983, lo que nos deja al margen, del período mas interesante de la historia reciente de la cadena; en todo caso, la autora intenta compensar esta carencia con una breve reseña de lo acaecido desde que acaba su estudio hasta la actualidad.

Finalmente, y en esta perspectiva histórica, Luis Miguel Pedrero Esteban (2000), en *La radio musical en España*, analiza el fenómeno histórico de la radio musical en nuestro país, desde la llegada del *pop* con Ángel Álvarez y su *Vuelo 605*, pasando por el recuerdo al *Gran Musical*, hasta llegar al fenómeno de *Los 40 Principales*. Con una gran variedad de formatos y estilos, la radio musical se consolida definitivamente en la década de los ochenta.

## **La radio del futuro**

Las nuevas tecnologías y en concreto la tecnología digital llevarán a una segmentación de las audiencias y a una programación a medida de esas audiencias, cada vez más especializada; pasaremos así de grandes audiencias para espacios generalistas muy costosos (*los magazines*), a programas especializados, para un *target* que con ayuda de las nuevas tecnologías terminaremos conociendo con nombre y apellidos; pero esta situación demandará un nuevo tipo de profesional, autosuficiente, capaz de crear, emitir y producir sus propios programas, con acceso a la discoteca y bases de datos de la empresa desde su mesa del estudio. En este sentido, José Javier Muñoz y César Gil, en *La radio, teoría y práctica* describen con claridad y sencillez todo lo que el profesional de la radio debe abarcar si quiere tener sitio en la radio del futuro; y es que en estos momentos los empresarios de la radio buscan un profesional capaz de escribir, presentar y producir desde un dramático hasta un informativo, pasando por una cuña de radio . En la misma línea está el tratado publicado por Mariano Cebrián, objeto ya de una crítica específica en esta sección (Cebrián, 2001).

Como escriben Nereida López Vidales y Carmen Peñafiel (2000) en *La Tecnología en Radio: ?* la proliferación de nuevos soportes informatizados y la inclusión del disco duro en las emisiones de radio están sentando las bases de una nueva forma de hacer radio, donde las aplicaciones se multiplican, las tareas se simplifican y los productos se diversifican?. El programa Mar System, implantado en *Radio Nacional de España* desde hace meses, es una buena muestra de ese profesional polifacético que se busca en la radio. Pero además las autoras defienden que las nuevas tecnologías modificarán, como de hecho ya lo están haciendo, la oferta de los medios y, en concreto, las rejillas de programación, así como la participación activa del oyente en los programas. En la misma línea, Aurora García González en el *Manual del comunicador radiofónico*. parte de una breve referencia histórica para elaborar un manual muy didáctico para ser utilizado por estudiantes de la materia y con unos ejercicios prácticos al final de cada capítulo para facilitar la comprensión del alumno. Pero esta obra se detiene sobre todo en los aspectos técnicos de la radio, llegando hasta la revolución digital para dedicar el resto del libro a la comunicación, el lenguaje y la narrativa aplicadas al medio radio.

## ***El destino de la radio pública***

En esta situación cabría preguntarse qué papel va a desempeñar la radio pública en un futuro próximo, cosa que Miguel Ángel Martín-Caro (2000) se plantea en *La radio del siglo XX*, para defender el papel de la radio como servicio público en una economía global, puesto que la independencia de los medios garantiza los valores de las sociedades democráticas. Sin embargo, y en este campo, en unas jornadas realizadas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid hace varios años bajo el título *¿Radio Pública, Radio Privada?*, el entonces director de *Radio Nacional de España*, Diego Carcedo, afirmaba que no había radio pública o radio privada, sino que había buena radio o mala radio, afirmación que comparto plenamente.

En este estado de cosas, la actitud de algunas Comunidades Autónomas, negándose a renovar las licencias de emisión de algunas emisoras y casi siempre en beneficio de grupos competidores, coloca a las empresas clásicas en una situación de inseguridad, que condiciona inversiones y estabilidad de las plantillas ante las dudas de la renovación. Por otra parte, las licencias de emisión para radio digital, asignadas a las tres grandes cadenas privadas y a otros grupos de comunicación, no están despertando el interés esperado, y es que en nuestro país existen poco más de mil receptores de radio digital frente a veinte millones de equipos analógicos de recepción. Y eso ha conducido a una situación en la que grupos concesionarios de licencias digitales, nuevos en el campo de la radio, han tenido que realizar alianzas estratégicas con empresas de radio para poder transmitir en analógico y así conseguir que alguien les oiga.

En suma, las grandes cadenas no están dispuestas a hacer programación específica para receptores digitales, dado el bajísimo número de estos equipos existentes en nuestro país; y los fabricantes de estos equipos no aumentarán la producción, lo que permitiría reducir sus precios de venta, si no se produce un tirón de la demanda como consecuencia de la oferta de programación. Y esta situación ha hecho que el Ministro Piqué se comprometiera el pasado día 5 de septiembre a impulsar una nueva ley de radio.

## **Referencias bibliográficas**

BALSEBRE, ARMAND. *Historia de la radio en España*. Vol. I y II. Madrid, Cátedra, 2001.

CEBRIÁN, MARIANO. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona, Gedisa, 2001.

GARCÍA GONZÁLEZ, AURORA. *Manual del comunicador radiofónico*. Barcelona, CIMS, 2001.

LÓPEZ, NEREIDA Y PEÑAFIEL, CARMEN. *La tecnología en radio. Principios básicos, desarrollo y revolución digital*. Bilbao, Universidad del País Vasco, 2000.

MARQUÉS, PACO. *La radio que nos parió*. Madrid, Ibersaf, 2002.

MARTÍN, M.A.-CARO SÁNCHEZ. *La Radio del Siglo XX. Un Servicio Público en la economía global*. Madrid, Fragua, 2000.

PEDRERO ESTEBAN, LUIS MIGUEL. *La radio musical en España. Historia y análisis*. Madrid, IORTV, 2000.

SÁNCHEZ REDONDO, M<sup>a</sup> ISABEL. *Historia de la COPE (1950-1983). Una radio diferente*. Valencia, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, 2001.

