

# El ocaso de la radio en las revistas de comunicación

POR DANIEL E. JONES

El proceso histórico de introducción de la radio como medio de comunicación social fue relativamente corto, ya que se pasó en veinte años del invento técnico (la TSH de Marconi, en 1899) a las primeras emisiones regulares (a partir de 1920). Los motivos de este auge fueron sobre todo los intereses comerciales de las grandes empresas fabricantes de aparatos radorreceptores (por ejemplo, RCA y Westinghouse en Estados Unidos, y Telefunken y Philips en Europa) y el desarrollo de la I Guerra Mundial.

Como es sabido, hubo tres modelos de implantación del medio en el mundo. Estados Unidos se ha situado siempre a la cabeza del modelo comercial, con un sistema de titularidad privada de las emisoras, que ahora es hegemónico en todo Occidente. Se produjo un gran desarrollo de este medio y ya en los años 20 se crearon las primeras cadenas radiofónicas nacionales: la *NBC*, la *ABC* y la *CBS*.

Los progresos de la radio en Europa fueron más lentos, aunque comenzó pronto y el modelo ha estado representado singularmente por la British Broadcasting Corporation (BBC). En 1926 surgió esta corporación pública (no gubernamental) que ejerció el monopolio de la radiodifusión y la financiación a través del canon sobre la posesión de receptores. Se trataba de un modelo de radiodifusión pública (no comercial), con un cierto control parlamentario y sin publicidad, que sería mayoritariamente seguido por los países liberales después de la II Guerra Mundial, a excepción de España y Portugal.

La radio adquirió su mayoría de edad en los años 30, siendo un gran medio de entretenimiento (junto con el cine), un gran medio de información (junto con la prensa) y un gran medio de propaganda. Su influencia social era extraordinaria debido a la credibilidad, a la aceptación de sus informativos y a su popularidad entre las masas. Se introdujo la radio espectáculo y nacieron también los seriales, los programas de participación y los concursos. Durante la Guerra Civil Española, y posteriormente en la II Guerra Mundial, la radiodifusión exterior adquirió gran importancia como medio de propaganda y de influencia en la opinión pública.



Asimismo, la radio fue especialmente útil para la propaganda durante la «guerra fría» (*Radio Free Europe y Radio Liberty frente a Radio Moscú*).

Los años 50 supusieron una cierta crisis para la radio debido a la falta de renovación de los géneros, a los malos hábitos derivados de una radio de propaganda y a la competencia de la televisión, que asumió las funciones que habían caracterizado a la radio espectáculo de la etapa anterior, obligándola a buscar unas nuevas funciones. Asimismo, la aparición de los transistores y el consiguiente abaratamiento de los precios hizo accesible la radio a las clases bajas, los jóvenes y las zonas no electrificadas del Tercer Mundo. Además, la ligereza y la movilidad de los nuevos aparatos variaron sustancialmente los hábitos de audiencia: dejó de escucharse en familia para pasar a ser un medio consumido individualmente. Desde entonces ha habido unos cambios sustanciales en el medio: la radio se especializó sobre todo en la música (aparecieron las primeras emisoras de radiofórmula), nacieron los magazines informativos, los programas «ómnibus», los especiales de fin de semana, la «radio compañía» para la noche, etc.

Precisamente, debido al auge espectacular que tuvo la radio desde sus inicios, numerosos investigadores se ocuparon de estudiarla, no sólo desde el punto de vista técnico y político en los años 20 y 30, sino también del análisis de los efectos de los mensajes sobre las audiencias a partir de los años 40. Sin duda, fue el medio de masas por excelencia en aquellos años, ya que sólo competía en algunos aspectos con la prensa y con el cine, hasta que la televisión comenzaría a restarle hegemonía a partir de los años 50 en EEUU y 60 en Europa y América Latina.

Por tanto, en aquellas décadas, la radiodifusión era (con el cine) el medio de comunicación social más estudiado, no sólo en libros sino también en gran cantidad de revistas tanto profesionales y de programación, como técnicas y académicas. Sin embargo, entre los años 50 y 60 se producirían cambios que decantarían irreversiblemente el interés científico por la televisión como gran medio de masas. Sin duda, hay diferencias entre unos países y otros, sobre todo debido a su nivel de desarrollo. Sin embargo, en todos aparece un mayor interés por la televisión y un olvido generalizado de la radio, incluso en regiones como América Latina, donde éste sigue siendo un medio importantísimo sobre todo en las grandes áreas rurales sin electrificar, a las que prácticamente no llega ningún otro medio masivo.

A título indicativo, pueden citarse aquí algunas revistas académicas internacionales que periódicamente se interesan por el medio radiofónico, analizando diferentes aspectos técnicos, políticos, empresariales, profesionales, publicitarios, de contenidos y de implantación social del medio, lo que permite acercarse a perspectivas concretas de análisis según los intereses particulares del lector. Tal es el caso de publicaciones norteamericanas como *Canadian Journal of Communication*, *Communication Research Trends*, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *Journal of Communication* y *Political Communication*; latinoamericanas como *Comunicación*, *Comunicação & Política*, *Eptic On Line*, *Etcétera*, *Idade Mídia*, *Razón y Palabra*, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, *Revista Mexicana de Comunicación*, *Sala de Prensa* y *Signo y Pensamiento*; europeas como *Cahiers d'Histoire de la Radiodiffusion*, *Communications & Strategies*, *Dossiers de l'Audiovisuel*, *European Journal of Communication*, *Historical Journal of Film, Radio and Television*, *Inter Media*, *Journalism*, *Media Culture &*

*Society, Problemi dell'Informazione y Telecommunications Policy*, y españolas como *Ámbitos, Comunicar, Estudios de Comunicación, Telos, Treballs de Comunicació y Zer*, entre las más significativas. Más recientemente, en 2003, apareció *Altavoz: revista de temas radiofónicos*, editada en soporte CD por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense.

