La nueva radio en transformación

POR **M. SIGUERO**

Modelos de radio, desarrollos e innovaciones: Del diálogo y participación a la interactividad

Editorial Fragua. Mariano Cebrián Herreros.
Madrid, 2007

Con Cebrián Herreros ocurre algo similar a lo que parece percibirse cuando empiezas a leer la última obra de un escritor clásico en su género: surge la tentación de dejarlo para más tarde porque te acecha la impresión de que ya lo has leído. Con este libro ocurre algo parecido. Es tanto lo que ha publicado su autor que el lector puede tener la tentación de abandonar su lectura en una primera impresión superficial, pero no se debe. Después de completar y repasar mentalmente lo leído, nos daremos cuenta de que continuar con la lectura ha merecido la pena.

En el libro se describe y categoriza la amplia estructura de lo que podemos entender como ?procesos de comunicación desde la radio?, para los oyentes y con los oyentes; desde los aspectos teóricos básicos hasta su compleja relación con la industria. Es una descripción pormenorizada en la que no deja de mencionarse ninguno de los elementos que integran el medio y las nuevas relaciones de interactividad. Quizás estirando un poco la descripción del extenso trabajo del profesor Cebrián podríamos hablar de un Vademécum de la Radio actual, si no fuera por la ausencia de referencias cruzadas que, francamente, llegan a echarse de menos, aun contando con un extenso y minucioso índice.

La segunda reconversión

Ya en la explicación de la línea conductora del tema en la primera parte, de las dos que

Fundación Telefónica
Telefónica

componen la obra, Cebrián nos habla de la radio actual como medio enfrentado a una segunda reconversión. Si la primera etapa puede ubicarse en los diez lustros que abarcan los años entre 1950 y 1990, que supusieron cotas muy importantes de calidad y audiencia, la actual adaptación debe enfrentarse a nuevos y cambiantes avances. La telefonía móvil y su desarrollo exponencial por un lado, los que nacen continuamente colgados de Internet por otro y, por supuesto, la confluencia de ambos; todo ello en un proceso tecnológico en el que al incremento del espectro radioeléctrico convencional hay que añadir la mejora del ancho de banda de la Red, y el uso en aumento de los satélites de comunicaciones.

Sin embargo, el objetivo fundamental de esta obra, como pudiera deducirse del párrafo anterior, «?no es insistir en la descripción de la técnica, sino en las transformaciones comunicativas que la innovación técnica introduce».

Este experto y docente en el medio radiofónico ?no olvidemos que Mariano Cebrián presenta una de sus primeras obras, *La mediación técnica de la información radiofónica,* en 1983? nos asegura que el futuro de este medio no está en las tecnologías, sino en los enfoques comunicativos que los responsables sean capaces de iniciar y mantener. No deben buscar lo estrictamente comercial ni lo marcadamente político ni propagandístico; el fin último es la sociedad civil interactuando con la radio en convergencia con Internet, los soportes multimedia y la telefonía móvil.

Después de enumerar los géneros y formatos de programación, ya analizados en obras recientes (2001 y 2002), nos encontramos al final de la primera parte con un interesante capítulo referido a la creatividad. La opinión de Cebrián, compartida por muchos de los que nos ocupamos de un modo u otro de lo sonoro, se resume en esta frase introductoria: «No corren buenos tiempos para la creatividad radiofónica», con la que trata de explicar esta lamentable ausencia de experimentación y de cualquier tipo de ?radio-arte?. Los responsables de la programación no quieren arriesgar ni un mínimo porcentaje de sus parrillas; si acaso, algunas piezas puramente testimoniales y en extinción frente a la excesiva comercialización de la programación y también por la tremenda y, en ciertos ámbitos, castradora competitividad de las múltiples emisoras que concurren en el mercado.

Nuevas tendencias empresariales

La segunda parte del libro está dedicada a describir los desarrollos que, basados en los modelos del capítulo anterior, se pueden observar en determinadas organizaciones empresariales. Empresas de estructuras cambiantes impelidas por los avances tecnológicos, sí, pero también por determinadas concentraciones del medio radio en grandes grupos multimedia.

Analiza Cebrián la evolución tan importante que se ha ido produciendo desde la radio de proximidad, considerada en su ámbito territorial o comunitario de pertenencia, hasta entender el factor de globalidad que ahora prevalece y parece extenderse de modo irreversible.

Fundación Telefónica
Telefónica

La constatación por parte del autor del auge de las radios de proximidad, de forma simultánea a las fronterizas y a las *ciberradios*, le lleva a plantear una prospectiva de futuro basada en la necesidad de creación de observatorios de estas transformaciones desde la investigación y el análisis. Un modelo de investigación que no olvide los aspectos jurídicos, sociales y políticos; también aspectos técnicos y económicos. Que trate de explicar lo complejo de la estructura de la programación y la imbricación de las nuevas aplicaciones tecnológicas con la diversidad cultural, sus formas de expresión y el estudio del patrimonio sonoro del que la radio debe constituirse como garante fundamental.

Coincidencia plena con el autor en la propuesta de que se haga mayor uso de los abundantes archivos de nuestras radios; porque ? ¿quién o qué debería ocuparse de lo sonoro, sino la radio? Por esencia, por antigüedad, por técnica, por exigencia cultural y por proyecto de futuro. Ahí están, para quien venga a despertarlas, la inmensa cantidad de voces, músicas, sonidos urbanos, paisajes sonoros y referencias de todo un siglo que representan un extraordinario bagaje cultural que se ha analizado tan sólo en una parte infinitesimal.

Fundación Telefónica
Telefónica