

COMUNICACIÓN

SARA INFANTE PINEDA

# VIVIR LA RADIO

EMPRESA, TECNOLOGÍA Y AUDIENCIA

Prólogo de Pilar Lacasa



EDITORIAL UOC



9h

# Vivir la radio

---

## Empresa, tecnología y audiencia

Sara Infante Pineda

Prólogo de Pilar Lacasa

Director de la colección Manuales (Comunicación): Lluís Pastor

Diseño de la colección: Editorial UOC  
Diseño de la cubierta: Natàlia Serrano

Primera edición en lengua castellana: marzo 2018  
Primera edición en formato digital: abril 2018

© Sara Infante Pineda, del texto

© Editorial UOC (Oberta UOC Publishing, SL) de esta edición, 2018  
Rambla del Poblenou, 156  
08018 Barcelona  
<http://www.editorialuoc.com>

Realización editorial: Sònia Poch

ISBN: 978-84-9180-018-7

Ninguna parte de esta publicación, incluyendo el diseño general y de la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación, de fotocopia o por otros métodos, sin la autorización previa por escrito de los titulares del *copyright*.

**Sara Infante Pineda**

Doctora en Comunicación, Educación y Sociedad. En la actualidad es Directora del Grado en Periodismo en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Antonio de Nebrija, y profesora asociada en la Universidad de Alcalá. Compagina su labor en la docencia con la colaboración en medios como la emisora Top Radio. Cuenta con 16 años de experiencia como productora, redactora y directora de programas en radio (14 años en ABC Punto Radio, 4 años en Cibeles FM y 2 años en Onda Cero Radio). Ha puesto en marcha nuevos proyectos en la empresa audiovisual, relacionados con Programas y Contenidos. Ha participado en doblaje y locución para Eurosport TV. Y ha recibido varios reconocimientos en su trayectoria profesional: Premio Fundación Intereconomía 2009, por el programa *Nuevos Ciudadanos* de Punto Radio; Premio Andalucía de las migraciones 2008, por el programa *Nuevos Ciudadanos* de Punto Radio; Antena de Plata 2004 por la Dirección y Presentación de programas especiales de ABC Punto Radio. Su experiencia y su pasión por el medio radiofónico le ha llevado a escribir este libro que condensa, en parte, sus años de trabajo en la radio y su interés por seguir investigando sobre el presente y el futuro radiofónico.

## Índice

<b>Agradecimientos</b> .....	9
<b>Prólogo. Los paisajes de la radio</b> .....	11
Pilar Lacasa	
Bibliografía.....	19
<b>Introducción</b> .....	21
<b>Capítulo I. Evolución de la empresa radiofónica</b>	
<b>en España</b> .....	29
1. Situación del medio radiofónico en España .....	29
1.1. Origen y evolución histórica de la radio en España....	30
1.2. Clientelismo y desregulación del sector: una vieja	
herencia .....	50
2. La importancia del avance tecnológico en la radio .....	54
2.1. La difusión radiofónica al servicio	
de la comunicación.....	58
2.2. La magia de la emisión analógica.....	62
3. El fracaso de la radio digital terrestre .....	66
3.1. El salto de la radio a la red .....	71
4. Principales conclusiones.....	73
Bibliografía.....	74
<b>Capítulo II. Estructura del sistema de medios</b>	
<b>de comunicación</b> .....	77
1. Encaje estructural del sector radiofónico español.....	78

1.1. Configuración del mapa radiofónico español hoy...	82
1.2. Organización de la empresa radiofónica actual.....	88
2. El papel del oyente en la radio española .....	95
2.1. La evolución de la audiencia en España .....	99
3. Principales conclusiones.....	104
Bibliografía.....	105
<b>Capítulo III. Modelos de programación radiofónica.....</b>	<b>107</b>
1. El modelo de radio generalista. La parrilla de programación.....	109
1.1. Programación y contenidos en las cadenas privadas...	111
2. El modelo de radio especializada .....	116
2.1. La radio temática. Tipos.....	117
2.2. La radio de formato musical. El reloj de las horas ...	119
3. El fenómeno de la radio musical en España .....	125
3.1. Kiss FM: el éxito de la investigación en radio .....	126
3.2. Top Radio: una fórmula propia.....	132
3.3. Hacia un nuevo modelo de radio.....	139
4. Principales conclusiones.....	145
Bibliografía.....	146
<b>Capítulo IV. Conclusiones.....</b>	<b>149</b>
1. El modelo de negocio radiofónico tradicional.....	150
1.1. Un modelo de radio tradicional heredado.....	151
1.2. Un modelo de programación obsoleto.....	152
1.3. Una audiencia exigente y participativa .....	154
Bibliografía.....	156

## Agradecimientos

Escribir estas líneas, cuando parece que has llegado al final de un intenso proceso, produce una sensación placentera, porque al fin puedes decir a todas aquellas personas que tanto te importan, eso que cuesta expresar con palabras. GRACIAS, GRACIAS, GRACIAS.

A mi hija Carla, por ser mi luz, mi voz, mi fuente de energía. Gracias a tu existencia soy más feliz cada día, y he sacrificado tiempo de estar contigo para dedicárselo a estas páginas. Pero tú sabes que ha merecido la pena. Te quiero.

A Alfonso le agradeceré siempre ser la voz de mi conciencia; a mis padres María Teresa y Vicente, ser el estímulo que me anima cada día, y a mi hermano Rober, por ser el alma gemela que lo comprende todo...

Y gracias a la radio, por dejarme narrar la vida a través de sus micrófonos. Por permitirme ser su compañera de viaje, y vivir de la magia de los sonidos. Una vez que la conoces ya no puedes vivir sin ella, pero es tarea nuestra, de los profesionales y estudiosos, contribuir para que la radio siga desarrollándose, sea plural y goce de una calidad propia de su nombre. ¡Viva la radio!

## Prólogo. Los paisajes de la radio

A menudo oigo la voz de Sara cuando voy en el coche o antes de dormirme. En esos momentos me sumerjo en determinados paisajes que ella contribuye a diseñar. Sorprende y descubre tonos desconocidos de su voz. Es una de mis locutoras preferidas, sabe transmitir los mensajes, atrapa a la audiencia. Cuando la escucho casi no puedo creer que, dentro de un rato, estaremos discutiendo muchas de las ideas que publica en este libro. Es una profesional del medio. Aprender de ella como alguien muy cercano, compañera y amiga, me ha ayudado a entender un poco mejor el mundo de la radio. Este libro recoge su experiencia desde una mirada crítica que se va desvelando poco a poco.

La presencia de Sara a través de las ondas y de la lectura de estas páginas, descubre que la radio es misteriosa. Es un medio que ha cumplido cien años, se sigue transformando y convive junto a la televisión, el cine y los videojuegos. Merece la pena meterse dentro para explorarla, entenderla, revivir e imaginar sus voces (Cobussen; Meelberg; Truax, 2017). No siempre tenemos la suerte conocer personalmente a quien nos habla a través un aparato de radio. Casi sobra decir que, como todos los medios de comunicación, la radio va más allá del sonido e incluso de la voz humana. Está asociada a la tecnología, sin ella no habría podido avanzar, pero va mucho más allá. Si bien la radio es sonido y el receptor permite recuperar señales físicas, los oyentes las interpretan como voces que los acompañan e introducen en mundos a veces lejanos, pero que se sienten cercanos. Las voces de la radio son, sobre todo, significativas y se asocian a momentos



habituales de la vida cotidiana, pero también a acontecimientos extraordinarios. Esas voces, asociadas a los momentos en que las escuchamos, crean paisajes, perspectivas, que este libro nos ayuda a comprender y descifrar.

Reconozco que escribir esta breve introducción al trabajo de Sara me ha hecho pensar, y mucho. He visto nacer el libro y quiero verlo crecer como compañero de personas interesadas en conocer qué ha ocurrido con la radio en España, desde sus primeros pasos hasta la actualidad. Como la voz de Sara, cuando se escucha en la radio, sorprenderá. Va más lejos de un aquí y un ahora. La autora del trabajo se introduce en la radio desde una doble mirada, la de una profesional de la radio que la conoce y la vive, y la de un enfoque crítico que contribuye a explicar el panorama radiofónico de nuestro país. El libro muestra paisajes desconocidos, aunque estén próximos y los estemos viendo todos los días. Además, pueden interpretarse y son un inicio desde el que empezar a reflexionar.

Tres puntos atraen mi atención en los paisajes que crea Sara cuando trabaja en la radio, desde su práctica como profesional y desde sus ideas. Existen muchos más, pero cada lector o lectora habrá de buscarlos. Incluso, tras leer este libro, los paisajes de la radio se trasformarán. Por eso, al escuchar la radio, en cualquier momento del día, se comprenderá mejor qué nos esconde. Se trata de dar voz al objeto, esto es lo que ocurre cuando un profesional de la radio escribe sobre ella. La ha vivido desde dentro. Escuchando y leyendo las voces de Sara surge una mirada circular que ayuda a profundizar. Se trata de círculos concéntricos que, además, se entrecruzan. La esfera más amplia alude a la sociedad como el contexto inseparable de la radio, el globo intermedio son las audiencias, la bola central son sus sonidos y la tecnología que permite transmitirlos. Ninguno de estos círculos puede entenderse aisladamente y todos ellos están presentes en los paisajes de la radio que Sara ha diseñado.

## Fuente de poder

Empezaré por el más amplio, aunque no suele ser lo habitual. Personalmente ha sido una caja de sorpresas, que en cualquier caso podía esperarse. Es un estereotipo decir que la radio es inseparable de los grupos, las sociedades y las culturas en las que surge. Lo más asombroso en este contexto, desde una mirada personal, es el hecho de que la radio sea, desde sus comienzos, una fuente de poder y, además, esté asociada a determinados modelos de negocio.

La radio se entrelaza con el marco político y económico, con las normas que surgen desde ellos para regularla. Todo esto contribuye a generar un entorno que la condiciona e incluso determina, al menos en cierta medida. Sobre este hecho reflexiona Sara desde los primeros momentos. Por ejemplo, merece la pena detenerse en las comparaciones que establece de los entornos europeo y estadounidense frente al español. En todos ellos está presente la dimensión política, aunque sea de forma diferente. La perspectiva histórica que adopta ayudará a comprender una evolución que, en último extremo, está condicionada por su entorno social. La radio es poder porque, entre otras cosas, es información que puede convencer en una dirección u otra. No cabe duda que los grupos de poder políticos y económicos, a veces unidos en una misma fuerza, quieren apoyarse en ella para controlar las ideas y prácticas de los oyentes.

La radio, además, está condicionada por los modelos económicos que subyacen a su configuración y que van más allá del negocio de la radio como tal. Explorando los textos de las conversaciones que Sara mantiene con Gorka Zumeta se advierte, por ejemplo, que la crisis económica padecida en España recientemente ha provocado la salida de muchos profesionales de los

medios de comunicación. La radio no ha sido una excepción. Todo ello se entiende mejor cuando se analiza, a través de las páginas del libro, lo que ha ocurrido en las cadenas generalistas de nuestro país. Pensemos por ejemplo en la SER, la COPE u Onda Cero, incluso Radio Nacional. Leerlo ayudará a entender cómo se mueven los hilos que controlan la radio desde los poderes políticos y económicos. Ideas abstractas, como decir que la radio está anclada en la sociedad, se concretan y cobran vida cuando se exploran de forma valiente estos ejemplos. En España, por otra parte, todos estos fenómenos se relacionan con la idea de una pesada herencia recibida, relacionada con el clientelismo y la desregulación del sector.

Las preguntas que surgen inmediatamente, cuando se trata de entender el poder de la radio, se orientan a la búsqueda de razones que justifiquen esa afirmación. Me atrevo a decir que nace, entre otras cosas, de su capacidad para avivar la imaginación, la reflexión y, desde luego, la emoción. Es una combinación explosiva si se considera también que las audiencias no son solo entes individuales y pasivos, sino que pueden ser individuos y colectividades creadoras, comprometidas en determinadas prácticas, por ejemplo, asociadas al ocio o al compromiso político; en suma, fuentes de poder político y económico.

## **Textos que se interpretan**

El segundo elemento, el globo intermedio al que me refería en un párrafo anterior, imprescindible también para entender los paisajes de la radio son las audiencias. Son las que reciben e interpretan los textos que se emiten. Estos pueden ser placenteros, generadores de conocimiento y también de emociones. Desgraciadamente, la censura ha llegado a considerar determi-

nados textos radiofónicos como venenosos. Hablar de textos incluye todos los géneros, porque sus discursos y la forma en que se organizan pueden ser diferentes. Sara lo hace explícito cuando se refiere a la radio generalista, de la que se ocupa en el capítulo tercero, comparándola con la radio especializada. Para comprenderlas se acerca al proceso de programación, que define en relación con tres conceptos clave: la coherencia, la planificación y la continuidad. Podríamos entenderla como un conjunto de subtextos, creados por el significado y las características del texto. Tras ella se esconden las metas de quienes la hacen y, sobre todo, de quienes la dirigen.

Considerar a los oyentes como intérpretes es relevante (Barthes; Heath, 1977). Puede ser un camino para acercarse a las audiencias, poniendo el acento en la actividad creadora más que en la recepción. Las personas podemos ser cocreadoras y productoras de esos textos radiofónicos. Sin alguien que escuche sus voces no existirían, no tendrían sentido. Sus mensajes, por otra parte, han de entenderse desde el contexto en que se generan y podríamos hablar de un proceso de doble dirección. La escucha activa implica interpretar mensajes y relacionarlos con lo que nos preocupa u ocupa (Eco, 1992), permite interpretar lo que ocurre cada día desde múltiples perspectivas. Facilita crear nuevos y desconocidos paisajes. Genera sentimientos, que a veces determinan las interpretaciones.

Todavía es posible ir más allá. Leyendo este libro se comprende que la radio nos sitúa ante experiencias multisensoriales. Está inmersa en el ambiente, unas veces pasa desapercibida y otras no. Por ejemplo, pensemos en la radio musical, analizada en el libro. Nos permite recordar: afecta a la memoria, a los sentimientos, al conocimiento, incluso al espacio que podemos revivir. Pero todo ello es algo programado por alguien. Es mucho más que un

juego. Experimenta con convenciones para hacer conscientes de algo a las audiencias. Por ejemplo, la música que se escucha en la radio funciona como una forma de conocimiento que permite revivir experiencias. Incluso, desempeña un papel importante en la identidad individual y colectiva, se relaciona con el espacio, la comunidad y la identidad (Sonnenschein, 2001). En suma, la radio no es monosensorial, está unida a lo que experimentamos por otros sentidos. Es una experiencia corporal, en términos de sensación y percepción (Dyson, 2009).

### **Viva y fluida, transformadora**

Leer este libro sugiere, ante todo, que la radio está viva. Se asocia al movimiento y la fluidez, más que a algo fijo. Las voces parecen moverse, sobresalen sobre otros sonidos. No olvidemos que la radio está hecha, entre otras cosas, de sonidos. Este hecho es algo determinante. Por ello, su nacimiento ha de asociarse a la tecnología, inseparable de la técnica y del arte, ya que vivimos en un mundo interdisciplinar. Sin duda, los avances tecnológicos han cambiado el modo en que escuchamos la radio y la forma en que pensamos en ella. En cualquier caso, el técnico de sonido y el locutor son imprescindibles para que se produzca la radio tal como se entiende en la vida diaria. El libro de Sara es un ejemplo de cómo ambos pueden converger.

Insistiré, por tanto, en cómo las transformaciones relacionadas con la radio surgen también desde el mundo material. Me he referido brevemente a sus dimensiones sociales y personales, entendidas como círculos enlazados que se inter-penetran y se comprenden mejor desde su interacción. Pero la radio está también estrechamente vinculada a elementos físicos, que en cierta medida constituyen su núcleo duro. Me refiero al sonido que se

desplaza a través del espacio en momentos determinados. Los sonidos se transforman y transmiten, convirtiéndose en la base de un proceso de comunicación, a través de un objeto material, el aparato de radio. Tradicionalmente, en castellano, eran «transistores», hoy pueden ser teléfonos inteligentes. A ellos se asocia también nuestra experiencia y las prácticas que definen el hecho de escuchar la radio.

Avancemos todavía algo más respecto a las dimensiones materiales que contribuyen a definir el fenómeno de la radio. Me refiero ahora al espacio y el tiempo como elementos de un contexto. Sus relaciones, su presencia en la radio, se comprenden profundizando en las páginas de este libro. Merece la pena detenerse en las interpretaciones que explican el paso de la radio generalista a la especializada. Hay ejemplos gráficos que ayudan a entenderlo. Imaginemos por un momento las familias que rodeaban a un receptor de radio, a una radio en el sentido más tradicional, tal como aparecen en las películas o documentales que se refieren a la Guerra Civil española. La radio define un espacio, caracterizado por sus sonidos que todas las personas presentes en la habitación escuchan en silencio para no perderse un detalle. El sonido de la radio define ese espacio por encima de cualquier otro rasgo. El entorno que acabamos de imaginar, su espacio, es radicalmente distinto al que crea hoy un adolescente encerrado en sus cascos, a través de las «paredes» que le impone el sonido de su emisora musical preferida.

Además, la radio es impensable sin considerar el tiempo, algo inseparable, por ejemplo, del proceso de programación. Los programas tienen un comienzo y un fin, se suceden unos a otros a través de las 24 horas del día. Estamos ante los cambios que se suceden en un tiempo físico. Pero la radio genera también cambios en relación con un tiempo psicológico. Las horas pasan

deprisa o lentamente en función de los sonidos que se escuchan. En suma, entender que la radio es un fenómeno vivo exige considerar sus tiempos. En ellos profundiza este libro.

## **Buscar nuevos paisajes**

Me atrevo a asegurar que las reflexiones de Sara generarán nuevos paisajes, múltiples formas de entender la radio. Hablo de paisajes considerados como perspectivas que nos rodean y que podemos contribuir a crear. Para generarlos son necesarios libros como éste, escritos desde una reflexión profesional y crítica. Ojalá la radio sea lo que quieran sus oyentes, orientados por profesionales rigurosos y críticos con los poderes políticos y económicos. Es difícil vivir sin la radio. Todavía tenemos múltiples tareas pendientes para mejorarla. Quiero pensar que los nuevos paisajes de la radio son tareas colectivas y apasionantes, realizadas desde la reflexión crítica. Este libro puede ser uno de los pilares de esa reconstrucción.

**Pilar Lacasa**

Catedrática, Departamento de Filología, Comunicación  
y Documentación. Universidad de Alcalá de Henares.

4 de agosto de 2016