

# La radio

## El acompañante silenciado

Gorka Zumeta Landaribar

Kailas, colección Periodismo

Madrid, 2021

460 pp.

ISBN: 978-84-17248-91-8



Es sabido que para los investigadores a los que nos interesa especialmente el mundo sonoro, en general, y la radio, más en particular, constituye siempre una alegría tener noticia de una nueva publicación sobre estas cuestiones. Sobre todo, porque no son frecuentes. Si, además, como es el caso de *La radio. El acompañante silenciado*, se trata de un estudio holístico sobre este medio de comunicación en vez de una investigación específica sobre algún pasaje de su historia, sus diferentes técnicas profesionales o su incesante desarrollo tecnológico, mejor que mejor.

Concretamente, en su obra, Gorka Zumeta realiza un recorrido de casi cien años, tantos como está a punto de cumplir la radio española. Para ello, capítulo a capítulo, ocho en total, traza una línea que parte de una mirada al pasado (tan apasionada como objetiva); y que, deteniéndose en el momento presente y en las diferentes facetas que importa la radio generalista y temática hoy, acaba escrutando el futuro, con una sugerente –y bien fundamentada– prospectiva en la que no pierde de vista al pódcast y el papel que este nuevo formato de audio está llamado a desempeñar.

Hay que advertir que el autor no parte de cero para hacer este largo trayecto. Además de ser el autor del blog más relevante sobre el medio sonoro en nuestro país, acumula una destacada labor profesional en la *Cadena SER*, así como en proyectos de

*Punto Radio* y Mediaset España. Formado en Periodismo en la Universidad de Navarra y en gestión en el IESE, es profesor de ESIC University y del Máster en Radio de RNE (IRTVE-Universidad Complutense de Madrid), así como de los centros CES, ICE y NEXT.

Asimismo, se ayuda de la opinión autorizada de un elenco de reputados profesionales y académicos, encabezado por la periodista de RNE y profesora de la Universitat Ramon Llull (amén de ganadora de dos premios Ondas y una Antena de Oro), Pepa Fernández, que está a cargo del prólogo. Otro respetado académico, Avelino Amoedo, profesor de la Universidad de Navarra, cierra la obra con su epifonema. Entre una y otro encontramos, salpicando, las reflexiones y testimonios de numerosas fuentes autorizadas.

Entre los profesores e investigadores están Ángeles Afuera, Armand Balsebre, Ángel Faus (al que dedica el trabajo), Josep Maria Martí o Luis Miguel Pedrero. La relación de profesionales contemporáneos es más extensa. Algunos de los cerca de sesenta entrevistados, son Carlos Alsina, Montserrat Domínguez, Carles Francino, Iñaki Gabilondo, Toni Garrido, el dúo *Gomaespuma*, Carlos Herrera, Julio César Iglesias, José Antonio Marcos, Luis del Olmo, Fernando Ónega, Javier del Pino, Javier Sarda y su inseparable señor Casamajor... Esto en cuanto a la radio generalista, porque en la temática musical y

especializada, recalcan, entre otros, José Antonio Abellán, *Fernandisco*, Martín Llade, Luis Vicente Muñoz, Javi Nieves y Mar Amate, etc. Y, por supuesto, también encontramos a expertos en *podcasting*, como el pionero José Antonio Gelado, Fran Izuzquiza, Teo Rodríguez o Juan Ignacio Solera.

En todo caso, aunque ya no como fuentes orales, en el libro encontramos referencias a otros muchos nombres ilustres sobre los que se ha edificado la centenaria radiodifusión española. Su simple mención despierta un recuerdo entrañable y agradecido: Fernando Argenta, Pedro Pablo Ayuso, Antonio Calderón, Matilde Conesa, Bobby Deglané, Eugenio Fontán, José María García, Juana Ginzo, Concha García Campoy, Javier González Ferrari, Antonio Herrero, Carlos Llamas, Joaquín Luqui, Vicente Marco, José Ramón de la Morena, Miguel Ángel Nieto, José Luis Pecker, Carmen Pérez de Lama, Joaquín Prat, Matías Prats, Rafael Revert, Encarna Sánchez, Guillermo Sautier, Joaquín Soler Serrano, Eduardo Sotillos, Ricardo Urgoiti, Marisol del Valle... No faltan tampoco referencias a personalidades en activo –del micrófono o de la gestión– como Íñigo Alfonso, Àngels Barceló, Pepe Domingo Castaño, Juanma Castaño, María Jesús Espinosa de los Monteros, Paco González, Luis Herrero, Federico Jiménez Losantos o Julia Otero. Evidentemente, en este resumen abreviado, aunque son todos los que están, no están todos los que son o han sido.

Pasa algo parecido con las emisoras. La historia de la radio no es diferente a la de cualquier país, con sus guerras y batallas, sus conquistas, sus victorias y sus derrotas. De esta forma, leemos nombres familiares como *Cadena SER*, *Cadena 100*, *COPE*, *esRadio*, *Europa FM*, *Kiss FM*, *LOS40*, *Onda Cero* o *Radio Nacional de España*, entre otras; pero también nos ayuda a recordar a otras como *Antena 3*, *Cadena Rato*, *Radio 80*, *Radiocadena Española*, *Radio España*, *Radio Ibérica*, *Radio Intercontinental*, *Radio Juventud*, etc.

Con estos mimbres, Zumeta, muy pegado al micrófono, como si en vez de escribir estuviera hablando en directo en el preciso

momento en el que la luz roja se enciende junto a la pecera, construye su cesto hertziano, que tiene un marcado tinte personal, pues arranca justamente de la escucha atenta de un niño junto al receptor familiar allá por los años 60. Ya por entonces se hablaba de la muerte de la radio, de la “hermana discreta de la familia” de la que habla Pepa Fernández; a pesar de que de ella surgieron las televisiones y, adornados con imágenes, prácticamente todos sus contenidos actuales. Que si la llegada de la televisión, primero; que si el vídeo musical, más tarde. Ahora, se señala al pódcast como su posible verdugo. Lo cierto es que, si bien no es fácil prever qué va a ocurrir en el futuro, la radiodifusión está cerca de apagar cien velas de un soplido a pesar de su mala salud de hierro.

Así, el autor, optimista, recuerda, por un lado, que este medio de comunicación sigue siendo el segundo en audiencia y en penetración publicitaria en España, pues reúne a más de veintitrés millones y medio de oyentes cada día. De hecho, es de los pocos soportes publicitarios –junto con los digitales, el cine y la publicidad exterior– que sigue incrementando su porcentaje de ingresos, a diferencia de la prensa y la televisión. De la misma manera, pero, en este caso, realista, pone sobre la mesa el debate entre la radio arte y la radio negocio y su delicado equilibrio. Da la impresión al leer que la segunda se ha impuesto a la primera en el modelo de negocio. Zumeta lo achaca a distintas razones, entre las que sobresale la falta de especialización –de *escuela*– de buena parte de los gestores actuales, un riesgo del que ya advirtió premonitoriamente el profesor Ángel Faus y que certificó Javier del Pino en 2015 durante su discurso de agradecimiento por el Premio Ondas.

Algunas de las consecuencias de este modelo que se reseñan en la publicación son, en primer lugar, la mimetización de las programaciones y los estilos en la radio generalista y en la temática musical, en buena medida, debida al sistema de medición de audiencias que emplea el Estudio General de Medios (recuerdo de la víspera y tres olas anuales; frente a otros

métodos como el diario de escucha o el audímetro, con datos más precisos y actualizados). En segundo término, la descapitalización económica y de talento, como ha ocurrido en el resto de medios de comunicación. Tampoco pasa inadvertido el predominio de la información en la radio generalista, que, en el caso de nuestro país, debe su importancia a su resurgir tras cuarenta años de censura durante la dictadura y a la necesidad de satisfacer el apetito de la opinión pública en el momento clave de la transición democrática. Algunos radiofonistas como Carlos Alsina, procuran atenuar su intensidad echando mano de la ficción sonora, mediante cuentos, series y *sketches*, recuperando así la rica tradición de los cuadros de actores que, tras décadas durmiente, ahora despierta gracias al pódcast.

La falta de atención a la radio de las nuevas generaciones de oyentes, de los jóvenes, lo que Pedrero denomina como un “cortocircuito”, es otra clave que Zumeta no pierde de vista, pues de que se resuelva, depende la renovación generacional del medio y su viabilidad. Por último, también menciona, desde el punto de vista tecnológico, la resistencia de las emisoras a acometer la necesaria *radiomorfosis*, puesto que, en su opinión, aferradas a la FM, apenas coquetean con el *streaming*, el pódcast reciclado o radio a la carta, la programación inversa, las redes sociales o con Clubhouse, Twitch, Twitter Spaces y YouTube; generando toda una constelación *multisoporte* de la misma señal y sin prestar la debida atención al *Digital Audio Broadcasting*. Por cierto que, con respecto al DAB, también pone los puntos sobre las íes en lo que a la responsabilidad de las autoridades –europeas y nacionales– se refiere.

Y, entre tanto, por una parte, aparece –y va tomando fuerza– el pódcast, sin duda, un elemento de disrupción. Antes señalábamos que algunos consideran que va a ser el principal rival de la radio en la era de la *audificación* en la que estamos entrando. El autor hace referencia al creciente vigor de las plataformas, especialmente, de Podium Podcast (Grupo PRISA), aunque también de Audible (Amazón), iVoox y Spotify; y recuerda que

ya hay unos Premios Ondas específicos para este mundo sonoro. También pone el acento en la importancia creciente de los *dailys* de los periódicos, surgidos a partir del éxito cosechado por el pódcast diario de Michael Barbaro en *The New York Times*. El propio autor advierte de que podríamos estar ante los prolegómenos de una guerra abierta entre una y otro, aunque la profesora Teresa Piñero desdramatiza un tanto el pronóstico, al mostrar su confianza en que serán capaces de convivir. Finalmente, qué decir de la música por *streaming*, de Spotify, fundamentalmente; y de la competencia que supone para la radio temática musical. ¿Acabara con los programas despertador, el algoritmo hará innecesarios a los prescriptores y cada oyente generará su propia *playlist*?

Dicho todo esto: ¿la radio se encuentra inmersa en una tormenta perfecta? ¿Este panorama es diferente al de las décadas anteriores? No tanto como pueda parecer. Echemos mano de los expertos, primero; y de los clásicos, después. En primer lugar, Gorka Zumeta afirma que “si hablamos de crisis, la radio es experta. Vive permanentemente en crisis”. De hecho, la historia de este medio de comunicación se basa en la resiliencia, en su constante “redefinición” como apunta Andoni Orrantia, pues ha vivido cada amenaza como una oportunidad para reinventarse, adaptándose a la coyuntura social del momento. En este sentido –y recogemos ya el pensamiento de los maestros–, como señala Gabilondo, la radio es “una sombra, un eco de la sociedad en la que vive”; y lleva cien años sobreviviendo sin perder su idiosincrasia, que se fundamenta en la palabra, el directo y, como recuerda Carlos Herrera, en una ecuación muy simple: “una persona que habla y otra que escucha”. En definitiva, según sentencia Luis del Olmo en su conversación con el autor, “a pesar de los pesares, la radio sigue pensando y soñando que está viva”.

José María Legorburu Hortelano  
Universidad CEU San Pablo