

La radio, el medio invisible

Varias referencias

La fugacidad de la mensajería radiofónica y la precariedad de sus archivos sonoros son un obstáculo muchas veces insalvable para acceder al material imprescindible en cualquier investigación. El magro interés que suscita este medio de comunicación en el ámbito académico no es sino un reflejo de la escasa atención que las élites ilustradas han venido prestando a la comunicación oral.

El prestigio de la prensa y la facilidad de acceso a la producción escrita, de un lado, de otro, la fascinación por la televisión primero, y por las nuevas tecnologías de la comunicación después, han relegado el invento de Marconi a un más que discreto segundo plano en el interés de los investigadores.

En nuestro entorno, los propios emisores, las empresas radiofónicas han vivido en no pocos casos al día, descuidando la más elemental búsqueda de respuestas y escenarios posibles para el futuro de la radiodifusión.

De tal manera que los ensayos y reflexiones sobre este medio de comunicación son excepcionales. Apenas un puñado de irreductibles enriquece con puntuales aportaciones esta galaxia de la comunicación que, de otro lado, da muestras de una vitalidad sorprendente. Buena prueba de ello es el liderazgo de credibilidad en la opinión pública que reiteradamente constatan las encuestas en España, como la ofrecida por el Centro de Investigaciones sobre la Realidad Social en diciembre de 1992.

La encuesta realizada en 1994 por la Fundación Times Mirror otorgaba a la radio –después de la televisión– el privilegio de ser la segunda fuente de acceso a la información de actualidad en Francia y en España, con una peculiaridad adicional: tanto en Francia como en España los encuestados conceden una influencia notablemente más positiva a la radio.

En este panorama resulta especialmente gratificante la publicación en 1996 de un libro sobre la radio en Catalunya (Martí, Josep M. 1996: *La Ràdio a Catalunya*, Barcelona; Centre d'Investigació de la Comunicació). En su doble vertiente de profesor y profesional de la Radio, Martí ofrece un documentado diagnóstico de la situación actual de la radio en Catalunya, abordando diferentes aspectos como las características del consumo, la oferta programática o las cifras de negocio que mueve esta industria.

Otras publicaciones y revistas de nuestro entorno ofrecen valiosos elementos para seguir la evolución de este medio de comunicación. Los ejemplos que se muestran a continuación perfilan la situación de la radio en una encrucijada.

Los informes anuales de Fundesco sobre los medios en España ofrecen datos y análisis sobre el horizonte de la radio. El informe correspondiente al año 1995 dibuja un mapa de audiencias e inversiones publicitarias que reduce la dura competencia en el mercado radiofónico a tres grandes opciones comerciales. La comunidad autónoma vasca ofrecía los niveles más altos de audiencia y Navarra ocupaba la sexta posición. (Díaz Nosty, Bernardo. 1995. *"Radio: Los sonidos de la crisis se atenúan"*, Comunicación Social 1995/ Tendencias, Madrid, pp. 101-126).

También el Boletín de Fundesco recoge artículos e informaciones de actualidad sobre la Comunicación. En noviembre de 1996 encontramos un ejemplar prácticamente dedicado a la radio y más en concreto a la nueva era digital que se adivina en el futuro del medio. Este boletín se hace eco de diversas intervenciones que tuvieron como marco el II Foro de la Radio.

En este encuentro, radios públicas y privadas se pronunciaron a favor de una Plataforma de la Radiodifusión Sonora Digital que debe abrir el camino de importantes transformaciones, sólo comparables con los cambios que supuso la implantación de la FM.

Otra publicación bimensual de la misma fundación son los *Cuadernos de Comunicación Tecnológica y Sociedad*. En su cuaderno central se ofrece una aproximación monográfica. El número 42 se ocupaba de las incertidumbres del presente radiofónico (AA. VV. 1994. "Retos actuales de la radio en España", *Telos* nº 42, Madrid. pp. 70-139).

Profesionales e investigadores celebran el 70 aniversario de la radio en un entorno definido por el fuerte contraste de luces y sombras que caracterizan al sector: de un lado, su elevado interés social, de otro, las dificultades empresariales y un claro déficit en la planificación estratégica.

La nueva revista de estudios de comunicación que edita la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, incluye una aproximación a las oportunidades y los riesgos que la digitalización en las tareas de producción, emisión y recepción plantean hoy a la radio (Merayo, Arturo. 1996, *Zer* nº 1, Bilbao. pp. 93-108).

En el ámbito francófono, el repertorio de investigaciones y publicaciones en torno a la radio en particular y los medios de comunicación en general, es mucho más amplio. La tendencia dominante hacia la espectacularización de la palabra en radio y televisión o las iniciativas que desarrollan las radios locales y comunitarias son los argumentos monográficos de los que se ocupa la revista bimensual *Dossiers de l'audiovisuel* en los números 59 y 63 de esta publicación editada en París. a cargo del *Institute National de l'audiovisuel*.

Desde Quebec, François Pierre Le Scouarnec escribe un preciado artículo para el debate sobre el futuro de la radio pública, de obligada lectura en estas latitudes, donde la tiranía de las audiencias se impone con mano de hierro (Le Scouarnec F. P. "La radio d'Etat à l'ère du savoir", *Communication* vol. 17 Quebec. pp. 22-31).

Gotzon Toral Madariaga