



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

DENTRO DE C&amp;S

OK



Reseña /

Luis Miguel PEDRERO

La radio musical en España. Historia y análisis.

*IORTV, Madrid, 2000, 278 pp.*

Pasados los fastos del setenta y cinco aniversario de la radio en España, parece llegado el momento de hacer balances. De hecho, la celebración del evento coincide con la publicación de varios artículos sobre diferentes aspectos como los tecnológicos, los económicos o los relativos al futuro del medio. Sin embargo, en todo este tiempo poco se ha dicho sobre “ el primero y más destacado exponente de la especialización de la oferta radiofónica”. Es precisamente por este motivo por el que se agradece la edición de un volumen como “La radio musical en España” en la que su autor, el profesor de la Universidad Pontificia de Salamanca, Luis Miguel Pedrero, recoge la trayectoria histórica de este fenómeno en nuestro país y ofrece además una serie de claves para no perderse en lo que sin duda será una de las mejores apuestas para la radio del tercer milenio. Sobre la íntima relación que en todo este tiempo han mantenido la radio y la música, da buena prueba la asociación de conveniencia que muy pronto establecieron las industrias fonográfica y electrónica de consumo toda vez que su nacimiento se produjo casi de forma simultánea. Así, una vez superadas las primeras dificultades técnicas capaces de convertir a la radio en un auténtico medio de comunicación, las primeras miradas se dirigieron hacia la música en un proceso que sigue desarrollándose en la actualidad y del que han salido fortalecidos ambos participantes. Es el tiempo de la denominada radio-espectáculo en la que los concursos de cara al público, las novelas o las dramatizaciones se alternan con los conciertos, orquestas o los recitales. Eran los años cincuenta. La década siguiente asistiría al nacimiento de un nuevo fenómeno: el del pop. Su explosión no estuvo en un principio exenta de dificultades dada la todavía tímida apertura que España mostraba a todo lo extranjero. Sin embargo, el talento y la profesionalidad de gente como Raúl Matas resultó fundamental para lanzar al aire programas como *Discomanía* en la Cadena SER cuya popularidad fue pronto imitada por otras cadenas y supuso asimismo el germen de lo que el autor ha denominado una “renovación del lenguaje musical” (p. 26). Este nuevo contexto facilitaría tiempo más tarde la creación de “El gran musical” que tuvo el innegable mérito de abrir las puertas a nuevas figuras y conquistar simultáneamente a nuevos oyentes y a los principales responsables de la industria fonográfica. Comienza así una nueva etapa en la que el panorama radiofónico musical de la época asiste a la incorporación de lo que con el tiempo se convertiría en dos de sus elementos básicos: el disc jockey y la lista de éxitos. Fue precisamente este segundo elemento el que permitió –ya en 1966– el lanzamiento de la cadena “40 principales” favorecido además por lo dispuesto en el Plan Transitorio de Ondas Medias que obligaba en 1964 a emitir contenidos distintos para la Frecuencia Modulada. Se pretendía con ello proceder a la implantación definitiva de la nueva señal de sonido y los responsables de la Cadena SER no quisieron dejar pasar sin más la oportunidad. Las aportaciones de los “40 principales” así como la intensa actividad productiva llevada a cabo por los responsables del Tercer Canal –hoy Radio 3– fueron fundamentales para la posterior consolidación de la radio especializada. A la primera se le debe el haber acostumbrado a la España más joven al “recuento semanal de las cuarenta canciones de mayor popularidad en el mercado” (p. 47). A la segunda, haber sido “principal testigo en los ochenta de lo que luego se dio en llamar Edad de Oro del pop español” (p. 63). Eran, en efecto, los años de la “movida” madrileña y los precedentes de ambas cadenas fueron posteriormente imitados por otras fórmulas como Radio Cadena FM o Radio Club 25. En este proceso tampoco se quiso dejar al margen a la música clásica que encontró en el Segundo Programa de la radio pública un lugar privilegiado para la inclusión de “la mejor sala de conciertos en España y del mundo” (p. 164). Finalmente, en 1989, nace la Cadena Dial como respuesta a la “invasión anglosajona observada en otras radiofórmulas y con el deseo de dar a conocer mejor la producción discográfica en español” (p. 96). Posteriormente y ya durante la década de los años noventa, la radio musical española asistiría al nacimiento de nuevas cadenas como Radiolé, Cadena 100, M-80 Radio, Onda 10 o Europa FM, por citar algunos ejemplos. Los mismos años han visto también el reciente impulso que la radio musical ha recibido vía satélite con motivo de la llegada de la televisión digital a nuestro país. Una vez asentados los cimientos históricos, la segunda parte del libro analiza los fundamentos de la radio musical. En este contexto, la investigación de Pedrero centra su objeto de estudio en el concepto y en los integrantes de la radio musical tal y como ésta existe actualmente en España. A partir de una sugerente tipología de los formatos musicales existentes actualmente en el mercado norteamericano, se procede después a un análisis de las rutinas de funcionamiento de la radio musical española. Especialmente ilustrativa la propuesta de Pedrero para una adecuada selección de la música a partir de tres criterios básicos: la adecuación del estilo de un disco al perfil de la audiencia de la emisora, la popularidad del single en función de parámetros como la venta de discos o la respuesta del público y la oportunidad, conveniencia u obligación de programar un título según los diferentes intereses de la emisora. Junto a ellos, el autor apunta interesantes nociones acerca de aspectos tan importantes para el programador musical como el uso de información, el diseño de la programación o el estilo y la personalidad de las emisoras. En síntesis, la obra de Pedrero constituye un solvente investigación sobre la radio fórmula más implantada en España tanto por su variedad como por la audiencia a la que conquista diariamente –según se recoge en el libro dos tercios de la audiencia de radio sintoniza al cabo del día alguna emisora musical–. Acertada perspectiva histórico-analítica que combina el rigor científico de una investigación doctoral con la amenidad de un relato divulgativo apto tanto para profesionales y estudiosos del medio como para apasionados seguidores de la fórmula. Contribuye también a ello los testimonios de los abanderados de la radio musical española así como las reflexiones epilogadas de José María Martí sobre la radio musical del futuro. Y todo, desde el relato entusiasta de quien explora un proceso, el de la especialización de la radio musical en España que probablemente no haya hecho más que comenzar.

Susana HERRERA DAMAS  
dherrera@hum.uc3m.es

