

Luis Miguel Pedrero Esteban y José María García Lastra-Núñez (eds.) (2019). *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Valencia: Tirant Humanidades, 307 páginas.

Montse Bonet¹

Y entonces llegó el COVID-19. Y la lectura de las últimas páginas del libro cobró más sentido. La radio alcanzaba cotas de audiencia, a nivel mundial, como hacía tiempo que no se veían, la gente buscaba información y la radio respondió. Profesionales del medio seguían emitiendo desde sus casas y las programaciones, especializadas o generalistas, se adaptaron a los nuevos tiempos. Las voces seguían allí y la gente agradecía su compañía. Como siempre, la radio habló y estuvo a la altura.

Informaba Radiocentre, la asociación de radios comerciales de Gran Bretaña, usando datos de RAJAR (responsable de medir la audiencia de la radio en ese país), que el sector privado había conseguido números récord de audiencia, con una media de dos horas al día de escucha. Emisoras tan potentes como KISS, Absolute Radio o Hits Radio experimentaron un incremento de alcance diario del 15 %. Havas Group o IPG Mediabrands lanzaron sus estudios (algo apresurados) sobre escucha radiofónica y consumo de otros medios. Según IPG Mediabrands, la audiencia digital de radio online creció un 112 %. Otros medios, consultoras o webs especializadas añadieron más datos. No cabía ninguna duda: como siempre, la radio daba la talla y se adaptaba, forma parte de su ADN. Y todo ello justo cuando, como bien nos recuerdan los editores del libro, Luis Miguel Pedrero Esteban y José María García Lastra-Núñez, el medio cumple cien años. Sin embargo, esta ansia de información y proximidad no estuvo acompañada, en ningún medio, por una mayor inversión publicitaria, más bien todo lo contrario. Un virus dejó al descubierto lo que en la profesión y la academia ya se sabía: el modelo industrial y de negocio sobre el que se sostiene el sistema de medios.

En este contexto de reminiscencias “(Or)Wellianas”, a caballo entre una distopía de control tecnológico y la descodificación aberrante de un reportaje radiofónico en directo, la lectura de *La transformación digital de la radio* se antojaba un tanto surrealista y premonitorio a la vez. Mucho más optimista, sin lugar a dudas. “Es cierto que la idolatría que profesamos ante la juguetería tecnológica nos ha lanzado a veces de un modo juvenil y hasta espasmódico a la búsqueda de modernidades no maduras, pero la sustancia radiofónica no se encuentra allí pese a

incorporar relevantes elementos de transformación” (página 15), palabras de Iñaki Gabilondo, en el prólogo, que nos adentran ya en esas “diez claves para la comprensión profesional y académica”, que no son otras que los diez capítulos que componen el libro (más un epílogo).

Haciendo honor al trabajo en la radio, que es y será un trabajo coral, de equipo, el libro se apunta un primer gran mérito al conseguir que unan sus esfuerzos profesionales de dos ámbitos: el del sector radiofónico y el de la academia. Se nos permitirá que no distingamos entre profesionales y académicos pues consideramos que la profesionalidad no va ligada a un único perfil. Los anglosajones utilizan el término *practitioners*, que encontramos más acertado. Como decíamos, esta unión, este trabajo conjunto, que aventuramos que trajo seguro más de un quebradero de cabeza por las diferencias lógicas en rutinas y *tempos* de producción, no hace sino enriquecer el resultado de cada capítulo. Cada uno de ellos responde a una estructura bastante similar, de corte académico, pero con aportes prácticos que enriquecen y ayudan a entender esos basamentos teóricos, puntuado en ocasiones con referencias que enlazan con los contenidos de otros capítulos, como una suerte de hiperenlace. Cabe decir también que ello introduce un elemento un tanto distorsionador puesto que, si el libro se lee sin demasiadas interrupciones, en pocos días, la introducción de cada aportación resulta un poco repetitiva, en especial para quien conoce mínimamente la historia y fundamentos de la radio. Podríamos decir, pues, que lo ideal en este caso sería disfrutar del libro a pequeñas dosis o, todavía mejor, tenerla como obra de referencia, siempre a mano, e ir consultándola y releuyéndola, sin dejarla confinada en una estantería lejana. Cada capítulo se cierra con las referencias de rigor, pero antes, con gran acierto, se nos ofrece una sección, “Ideas destacadas”, todo un ejercicio de síntesis para quien quiera recordar brevemente de qué tratan las páginas anteriores y, especialmente, unas líneas que reflejan cuál es la apuesta de las y los autores.

El segundo gran mérito es, sin duda alguna, ese relevo generacional académico que tan fielmente queda reflejado en el libro. Como siempre, no están todos los que son, pero son todos y todas (12 autoras

¹ Universitat Autònoma de Barcelona (España)
E-mail: montse.bonet@uab.cat

de la academia) las que están. De 10 capítulos, 6 los encabeza una académica, algo impensable no hace mucho. Aunque Prólogo y Epílogo vienen firmados por dos “maestros”, Iñaki Gabilondo y Josep M. Martí i Martí (éste, acompañado de dos firmas más), se respira en el libro un nuevo capítulo global firmado por una nueva generación, con gente mayor y más joven uniendo no solamente esfuerzos sino también visiones, perspectivas. La anécdota de este relevo generacional es poner como ejemplos de ficción radiofónica para evadirse de los horrores y penurias de la posguerra *Ama Rosa* y *La Saga de los Porretas*, cuando la segunda nació en 1976 y respondía al mismo objetivo de entretenimiento, pero rehuyendo el drama. Y una salvedad, en las radios públicas (de diversas coberturas) también hay profesionales que realizan sus programas sin ayuda de técnicos, ya se trate de radiofórmulas musicales o todo-noticias.

Sin avanzar contenidos, pues es trabajo de quien lee descubrir todo lo que se puede aprender en estas páginas, los distintos capítulos transitan entre la bienvenida que los editores dan en el capítulo 0 hasta el epílogo que más que cerrar un círculo parece invitar a completar una cinta Möbius. Y entre ellos, navegamos por las lógicas digitales (capítulo 1), la programación radiofónica (capítulo 2), las estrategias de comercialización (capítulo 3), los nuevos sistemas y soportes de distribución (capítulo 4), el periodismo y el podcast narrativo (capítulo 5), la ficción sonora (capítulo 6), el podcast nativo (capítulo 7), la gestión del contenido musical (capítulo 8), las audiencias y su métrica (capítulo 9), y los nuevos perfiles profesionales (capítulo 10). Del epílogo, nos atrevemos a sugerir que tampoco hubiera desentonado como capítulo 1, tras la guía de los editores. Siempre resulta una elección difícil el orden y la estructura interna de una obra en la que participan tantas firmas.

Todos estos contenidos se mueven, como el medio mismo, entre lo analógico y lo digital, en esta suerte de limbo en el que hace años que la radio española permanece meciéndose. Por ello, no faltan

a lo largo del libro todos los neologismos y más (a menudo con un barniz anglosajón) para que quede constancia de cuál es el vocabulario que la nueva radio, estudiada y producida por nuevas generaciones, debe dominar. Y aún así, planea esa sensación de que estas palabras nuevas sirven para explicar cosas que no lo son tanto. Ahí yace uno de los retos para quien lo lea: descubrir qué es realmente nuevo, qué hay que resulte distinto y conviva con lo ya escuchado y leído. Se trata de un ejercicio fascinante, que pone a prueba una cierta tendencia natural al adanismo en la que incurrimos a menudo, presionados por el contexto de permeabilidad tecnológica que impregna lo cotidiano. Es muy difícil escapar de cierto determinismo y triunfalismo cuando, recordando lo que decía Gabilondo, nos envuelven demasiadas “modernidades no maduras”.

Ante un libro tan completo, complejo, bien encajado, bien escrito y con mínimas erratas (lo cual se agradece sinceramente), solamente se echa en falta, enlazando con nuestra pregunta sobre lo realmente novedoso, mayor presencia de la radio más pequeña, la que con distintos nombres (municipal, libre, asociativa, cultural) transitó sendas de creatividad, esfuerzo y soledad que ahora el podcast reclama de vez en cuando como invención o aportación suya. El péndulo que oscila entre analógico y digital, entre radiodifusión y banda ancha, parece apostar por desplazarse entre grandes cadenas y podcast, y no es el primer libro, artículo o conferencia que olvida lo mucho que debemos a esas “hermanas pequeñas”.

Apuntan los editores al inicio que “el presente libro trata de identificar, sistematizar y describir cuáles son las claves sobre las que la industria radiofónica está articulando en España su propia transformación digital” (página 31). Objetivo alcanzado con creces. Esas “diez claves para su comprensión” nos demuestran, con gran profusión de detalles, que la transformación digital de la radio es un fundido encadenado, mal que le pese a quien hubiera deseado simplemente un encadenado.