

Historia de la primera gran empresa radiofónica española y germen de la Cadena SER: Unión Radio

Afuera, Ángeles (2021): *Aquí Unión Radio: Crónica de la primera cadena española (1925-1939)*, Madrid, Editorial Cátedra. 512 páginas.

Recibido: 17 de mayo de 2021 / Aceptado: 22 de mayo de 2021

La incansable trayectoria de la periodista y, desde 2019, doctora en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense) Angeles Afuera tiene como último hito la reciente publicación de esta crónica de la primera gran emisora de radio, Unión Radio, que tras la Guerra Civil se convertiría en la que hoy todos conocemos como la Cadena SER.

La obra tiene su origen en lo que fue precisamente su tesis doctoral, *La Sociedad Unión Radio: empresa, emisora y programación (1925-1939)*, y no es de extrañar que constituya un relato completísimo y excelentemente documentado, por dos motivos principales. En primer lugar, habiendo sido Ángeles Afuera la fundadora —y directora durante 27 años— del departamento de Documentación de la SER, se puede intuir el afán de la autora por investigar y documentar la historia de la radio en nuestro país. Por otro lado, el acceso a ese archivo hace que la obra sea la más completa compilación de información sobre lo que fue el embrión de dicha emisora, Unión Radio. Además, sus páginas destilan la pasión con la que Afuera escribe la crónica de esta primera gran cadena española, con total respeto (e incluso veneración) por un medio de comunicación que cien años después goza de gran salud, se sigue transformando y, como ya sucedió en aquellos primeros quince años de historia, sigue yendo de la mano de las transformaciones tecnológicas más vanguardistas.

El texto divide sus quinientas páginas en dos grandes bloques. El primero consta de cuatro capítulos en los que se desgrana minuciosamente la historia de la emisora durante esos catorce primeros años de vida. El segundo bloque, de siete capítulos, se centra en analizar cómo fue la programación que se pudo escuchar en Unión Radio entre 1925 y 1939 y cuáles fueron sus contenidos, incluyendo incluso a la publicidad como un contenido más de la emisora, ya que, según afirma la autora, «la filosofía de Unión Radio —y posteriormente de la Cadena SER— ha sido considerar la publicidad como un contenido más» (p.173).

La dificultad principal que conlleva investigar la historia de los orígenes de Unión Radio radica, en palabras de la propia autora, es la casi total ausencia de registros sonoros en este periodo (p.10), con lo que Afuera ha contado con un amplio surtido de evidencias escritas que componen la base necesaria para construir el relato. Entre ellas destacan, en especial, los números de aquella época de la revista *Ondas*, la publicación filial de Unión Radio, que periódicamente ofrecía información sobre los programas, entrevistas, artículos y fotografías de los protagonistas que pasaron por los estudios de Unión Radio. También, por supuesto, el libro está salpicado de

abundante documentación gráfica del Archivo Gráfico del Departamento de Documentación de la Cadena SER, e incluso de transcripciones de documentos personales del propio Ricardo Urgoiti, el que fuera director de la emisora todos esos años, conservados en la Residencia de Estudiantes.

En los dos primeros capítulos se realiza una radiografía del Madrid de los años veinte en el que nació Unión Radio, un relato de cómo los avances modernos como el metro o la electricidad iban integrándose en ella. Y entre ellos, por supuesto, la radio fue una de las innovaciones tecnológicas que más afición estaba generando entre los denominados «sinhilistas» (como se llamaba a los aficionados a la radio y la telegrafía sin hilos). Continúa el relato de cómo se crea la Sociedad Unión Radio, con el objetivo de explotar el servicio de radiodifusión en España, cómo fue nombrado director de Unión Radio un jovencísimo Ricardo Urgoiti de veinticinco años, y cómo se creó la revista *Ondas* para intentar conseguir ingresos mediante la suscripción a la Unión de Radio Oyentes (p.52), una suerte de club al que podía pertenecer cualquier oyente que quisiera realizar una aportación económica a su emisora, y la vez obtener algunas ventajas o reconocimiento. Un modelo de negocio que hoy se conoce como *freemium*, del que Ricardo Urgoiti fue pionero en aplicarlo a la radio. Esta primera parte de la investigación deja patente el afán monopolístico que tuvo desde los inicios Unión Radio, y cómo llegó a obtenerlo mediante el sistema de «absorción y cierre».

Los siguientes dos capítulos ofrecen la crónica de Unión Radio durante la II República y la Guerra Civil, finalizando con una completa biografía del principal protagonista de la emisora, Ricardo Urgoiti, que se vio obligado a exiliarse en Argentina con su familia en los estertores de la Guerra Civil. La forma de contar las vivencias de Urgoiti manifiesta un conocimiento muy profundo de su vida por parte de la autora, y deja traslucir cierta admiración hacia un personaje que difícilmente puede no ser admirado por cualquier amante de un medio de comunicación como es la radio.

La segunda parte, dedicada a la programación de la emisora, comienza en su primer capítulo a narrar cómo fueron esas primeras emisiones de Unión Radio, que fueron desde sus inicios eminentemente musicales. Primero, con música más clásica, y posteriormente, con música popular, puesto que la visión de negocio de Urgoiti le hizo entender rápidamente que la radio no podía ser un medio dedicado a las élites, sino a todo el pueblo.

La comunicación publicitaria en la emisora está cuidadosamente detallada, y pese a no conservarse apenas ningún anuncio grabado, Afuera recopila valiosa información sobre cómo eran aquellos anuncios que sustentaban económicamente a Unión Radio. Se muestra también la preocupación por hacer una publicidad veraz y alejada del sensacionalismo; en su revista filial *Ondas*, llegaron en algún artículo a atacar a aquellos anuncios que «prometían lo imposible» (p.185). Por supuesto, podemos encontrar el origen de los famosos *jingles* publicitarios que en aquellos años veinte estaban musicalizados por los mejores compositores y letristas de zarzuelas del momento, como Perelló, Montorio o Enrique Yuste (p.189).

La radio como motor de la industria cultural, y en concreto Unión Radio, empezó a radiar discos de manera regular desde 1929, cuando consiguieron mejorar la calidad sonora de los mismos (p.236).

Los siguientes seis capítulos dedicados a la programación de la emisora se dividen en producción musical, producción dramática, la información, la vida cultural, el capítulo titulado «una radio para todos» (en el que se hace especial hincapié en el papel de las mujeres en Unión Radio) y, por último, la programación durante la Guerra Civil.

Todos ellos están ampliamente documentados, y destacan en especial dos de ellos. En primer lugar, el capítulo dedicado a la información: la radio había empezado como caja de música, pero Ricardo Urgoiti se dio cuenta de que podía servir para mucho más que como mero entretenimiento, y Unión Radio dio a luz al «diario hablado» *La Palabra*, el pionero informativo radiofónico que se convirtió en estandarte informativo de la emisora. Encontramos en el libro documentos personales de Urgoiti en los que describe cómo se debía tratar la información en *La Palabra*, proporcionando una serie de claves que podrían ser estudiadas hoy en día en cualquier facultad de periodismo como manual sobre cómo producir una información radiofónica veraz y de calidad. Por último, el epígrafe dedicado a las mujeres y féminas en Unión Radio recopila información relevante sobre estas pioneras, como Lolita Agulló (que a la postre es la imagen de escogida para la cubierta), la primera mujer cuya voz se desliga completamente de los temas tradicionalmente femeninos (p.405) y que se convirtió en presentadora del informativo *La Palabra*.

En definitiva, la obra de Ángeles Afuera presenta un riguroso y detallado compendio de todo lo que rodeó a la emisora pionera (y primer monopolio radiofónico en nuestro país) Unión Radio, y ha de ser libro de referencia para futuros historiadores del medio, junto a las de los grandes Balsebre y Faus Belau, citados por la propia autora. Aunque se centre especialmente en Unión Radio, la que fuera la emisora más escuchada y la que ostentó el monopolio en esos primeros años de vida de la radio en nuestro país, la autora aporta una visión holística del panorama radiofónico nacional durante los años veinte y treinta.

Dr. Luis Eguizábal Jiménez

PDI en la Fac. Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid

Correo electrónico: luiseguizabaljimenez@ucm.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2727-1719>