



Antecedentes. Breve historia de la radio y previsión de futuro

1. ANTECEDENTES. BREVE HISTORIA DE LA RADIO Y PREVISIÓN DE FUTURO

Resulta difícil adjudicar la paternidad a un solo hombre de muchos de los grandes descubrimientos de la humanidad, por la complejidad técnica de su nacimiento y por la cantidad de elementos que intervinieron en el proceso del mismo. Este es el caso de la radio.

Históricamente se reconoce a Marconi como el inventor de la radio, y así consta en la patente registrada 2 de junio de 1897. Sin embargo, los rusos consideran a Popov como el inventor de la radio, de la misma forma que lo hacen otros países con sus respectivos investigadores e inventores en esta materia.

De esta forma, también España hace suya la invención del medio, según el libro recientemente publicado por el profesor de la Universidad de Navarra, Ángel Faús, *La radio en España (1896-1977)*, en el cual atribuye a un español el invento de la radio: Julio Cervera Baviera, que la creó en 1902 y la patentó en Inglaterra, Alemania, Bélgica y España.

En todo caso, estamos hablando de un complicado proceso técnico, que nace de distintas investigaciones, a veces separadas en el tiempo, otras, de forma paralela.

Con todo este confuso panorama podemos decir que técnicamente la radio nació el 12 de diciembre de 1901, fecha en la cual Marconi logró cruzar el Océano Atlántico con señales radioeléctricas.

El trabajo de Marconi no habría sido posible sin descubrimientos anteriores.

Aquí no profundizaremos en conocimientos técnicos pero mencionaremos algunos detalles teóricos a modo anecdótico y sobre todo con el único objetivo de saciar nuestra curiosidad sobre cómo nace la radio.

En el año 1800, Alessandro Volta fabricó lo que más tarde sería conocido como la primera pila, un dispositivo capaz de generar corriente eléctrica. Desde entonces distintos científicos experimentarían con la corriente eléctrica, entre ellos, Hans Oersted, André Ampère, Michel Faraday y Joseph Henry.

En sus experimentos encontraron una relación directa entre el magnetismo y la electricidad. Maxwell desarrolló una teoría en 1860 donde decía que "Una carga eléctrica que se desplaza, mantiene su persistencia en el espacio me-

diante un campo electromagnético, aunque ya no exista la fuente original que lo ha generado”.

Años más tarde, en 1887, el alemán Heinrich Herz demostró la existencia de las ondas electromagnéticas mediante un descargador formado por dos conductores, con dos bolas en los extremos a escasa distancia entre ellas. Al conectarlas a un inductor conseguía que saltaran chispas de una bola a otra, la carga de corriente que atravesaba el descargador era variable y el cambio magnético también lo era. Así pues, la relación existente provocaba una radiación electromagnética.

Tres años más tarde el físico Edouard Branly inventó un cohesor de limaduras metálicas, con el que se podía, por primera vez, recibir señales de telegrafía sin hilo. En 1896, el ruso Popov, centrado en las investigaciones de Hertz y Branly, y tras intensos experimentos, inventó la primera antena radioeléctrica, construyendo el primer receptor de ondas electromagnéticas.

En 1896, el físico e inventor Italiano Guillermo Marconi, profundizando en las distintas investigaciones anteriores, construyó, con el descargador de Herzt, la antena de Popov y el Cohesor de Branly, un dispositivo capaz de transmitir señales de forma inalámbrica a unos centenares de metros. Al principio, en 1899, eran 51 Km a través del Canal de la Mancha y el 12 de diciembre de 1901 consiguió atravesar todo el océano Atlántico.

Hasta 1906 todas las transmisiones habían sido telegráficas, empleando el alfabeto Morse, pero fue ese año cuando el físico Reginald Fessendeen transmitió por primera vez música y voz claramente perceptibles por la radio en Onda Media.

Acababa de nacer la radio, tal y como hoy la conocemos.

Aunque lo cierto es que al principio, más que un medio de comunicación, a la radio se la trataba como a un entretenido juego de física recreativa.

Tristemente, como en otros grandes avances de raza humana, también fueron importantes en el desarrollo de la radio las conductas bélicas de la especie. Así, con la llegada de la guerra de 1914, los ejércitos, y especialmente la Marina, aplicaron la comunicación inalámbrica de forma generalizada, con el consiguiente desarrollo técnico.

En 1920 la emisora KDKA de Pittsburg (EUA) comenzó a emitir por primera vez una programación regular.

Dos años más tarde, en 1922, en Francia, Maurice Vinot, precursor de la radiodifusión europea, a través de la emisora Radiola y contando con la agencia de noticias Havas, comenzó a emitir boletines deportivos e informativos de carácter general.

Distintas son las crisis reconocidas en el mundo de la radio. Por un lado podemos destacar la que se produjo en los años 30, donde la prensa interpretó que la radio representaba un serio problema para su existencia. De ahí que la prensa forzó a las agencias de noticias a que eligiesen entre ellos o la radio a la hora de ofrecer sus noticias. Además de forzar a los clientes a que escogiesen entre estos dos medios de comunicación como destino de sus inversiones publicitarias, les obligaron también a retirar sus inversiones de la radio, ya que por aquellos años la prensa gozaba de mucho más poder mediático.

Con el tiempo la prensa se dio cuenta de que cuando la radio daba noticias importantes, ellos vendían más periódicos, con lo cual esas medidas despóticas comenzaron a desaparecer.

Durante aquellos años la radio avanzaba en su desarrollo técnico. La radiodifusión fue generalizándose y consolidando su potencial como medio de masas, incorporando y fidelizando cada día más y más oyentes.

La radio se convirtió así en un atractivo medio para las empresas comerciales, con el fin de dar a conocer sus mensajes publicitarios. Los anunciantes comenzaron a confiar en la radiodifusión, sus ingresos hacían más estable el mercado y favorecían las inversiones de las emisoras en avances técnicos, lo cual ayudó a desarrollar, potenciar y consolidar el mercado radiofónico.

A partir de ese momento, el desarrollo fue creciendo en todos los aspectos, en tecnología y en creatividad. Las emisoras crecían y comenzaba a existir una necesidad de lucha por los oyentes, lo cual obligaba a crear originales formatos de distracción en antena y establecía una clara relación entre la publicidad y la programación.

En este contexto debemos analizar un hecho histórico sin precedentes que demostró, sin pretenderlo, la capacidad de poder de la radio como medio de comunicación público.

En octubre de 1938, un jovencísimo Orson Welles emitió un programa de radio a través de la CBS que paralizó América. Se trataba de una adaptación del libro de su casi homónimo H. G. Wells, *La Guerra de los mundos*.

Este guión radiofónico gozó de una gran creatividad y una perfecta producción, lo cual llevó a los oyentes a creer realmente que los extraterrestres habían llegado a la tierra.

Sin ser conscientes de que se trataba de un espectáculo radiofónico ofrecido por Orson Welles, se extendió un pánico general en todo EUA.

En www.mercurytheatre.info podremos encontrar más información sobre el programa original de 1938, interpretado por el propio Orson Welles. Y no es difícil localizar dicho programa a través de las redes P2P, como Emule o Edonkey.

De nuevo la historia se repite y se vuelve a hablar de crisis. En esta ocasión se habla de la televisión. La aparición de un medio que ofrecía no sólo el audio sino imágenes en movimiento generó que la radio fuese testigo de cómo la televisión copiaba sus planteamientos a la hora de desarrollar los programas, concursos, seriales, noticias y programas de variedades. Esto fue un verdadero desencadenante de la posibilidad de canalización de las inversiones publicitarias hacia el nuevo medio. Una crisis abierta hasta el día de hoy. Aunque bien es cierto que cada medio ha estabilizado de alguna u otra forma sus ingresos.

En la actualidad nos encontramos con nuevas ventanas de desarrollo y explotación, con el consiguiente revulsivo en los distintos medios de comunicación. Y es que han surgido otros hábitos de consumo derivados de lo que comúnmente conocemos como nuevas tecnologías.

Esto ha colocado bajo la línea de confort a grandes entes corporativos de comunicación.

A lo largo de la historia de la radio, en muchas ocasiones se ha hablado de crisis, incluso los más catastrofistas la daban por desaparecida en ciertos aspectos. Pues bien, nunca un muerto estuvo tan vivo.

En nuestra opinión, y entendiendo la nueva radio como el producto resultado del trabajo obtenido por el uso del código propio del lenguaje radiofónico, sumado a las posibilidades generadas por la sinergia con las llamadas nuevas

tecnologías, independientemente del formato en el que se registre o del medio utilizado para la difusión del mensaje, nos mostramos optimistas ante el futuro. Sin lugar a dudas, una nueva época dorada de la radio.

Creemos necesaria esta reflexión porque nos ofrece un novedoso punto de vista, acorde a los cambios generados por la sistemática incorporación de nuevas tecnologías, tanto en producción como en difusión.

Consideramos que la radio del futuro es un interesante reto y una clara apuesta por el contenido, las personas y los profesionales.

Los programas podrán llegar a los oyentes a través de distintos medios que parecen haber nacido para la radio: las ondas, el satélite, el cable, la telefonía móvil y, por supuesto, Internet. A través de Podcast, streaming y radio a la carta, los nuevos formatos de reproducción y sus reproductores iPod y Mp3.

Dichos programas podrán ser generados por las grandes empresas y/o por millones de usuarios que han visto como el abaratamiento de los costes en materia tecnológica en general posibilitan el disponer de unos recursos técnicos e informáticos inimaginables hasta la fecha, con los que desarrollar nuevos contenidos que alimentarán la radio de las próximas décadas.

Una radio inteligente, personalizada, lista para seguir haciéndonos compañía. Como la energía, la radio ni se crea ni se destruye, sólo se transforma, adaptándose a los tiempos, manteniendo intacta su magia.