

Radio bilbaína, voluntarios y creativos, emprendedores y comerciantes, propagandistas e informadores...: un medio de comunicación que “construyó ciudad”

Dr. Pedro Barea

Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea

La biología de la radio bilbaina es la de muchas, sobre todo de las europeas. Es una locuaz historia natural poblada de emprendedores y comerciantes, voluntarios y creativos, e informadores que necesitaron cada vez más una profesión periodística especializada. La huella parlante de nuestra radio es un tesoro para la historia de las mentalidades, de la cultura, de las aficiones y de la pasión, de la cotidianidad, del pulso. Plaza pública, tertulia popular, termómetro, reloj, prismático, teatro y sala de conciertos, cartel, cerradura y ojo de la cerradura... eso es la radio, esa herramienta para ‘construir ciudad’. Porque la radio es también nuestra fonosfera próxima, runrún urbano, moda, paisaje sonoro en feliz expresión de Murray Shaffer. Ese ruido usamos, así hablamos con esas palabras, así los asuntos y temas que elegimos, lo que bailamos o cantamos. Así callábamos, y callamos.

Palabras clave: Radio, propaganda, cultura, mentalidad, Bilbao

Bilboko irratia, boluntarioak eta sortzaileak, ekintzaileak eta merkatariaik, propagandistak eta informatzaileak...: “hiria eraiki” zuen komunikabidea

Bilboko irratia historia beste askoren, batez ere europako irratien, historia antzekoa da. Berez-berezko historia, kazetaritza espezializatuaren beharra zuten boluntarioz eta sortzailez, ekintzailez eta merkatariz, propagandistaz eta informatzailez beteta. Gure irratia utzi duen arrastoa altxor handia da pentsakeren, kulturaren, zaletasunen, pasioen, egunerokotasunaren, pultsuaren historian. Plaza publikoa, herri-solasaldia, termometroa, erlojua, prismatikoak, antzerkia eta kontzertuetarako aretoa, kartela, sarraila eta sarrailaren zuloa, hori guztia da irratia, “hiria eraikitzeko” tresna. Irratia hurreko fonosfera, uria taupada, moda, soinudun paisaia ere badelako, Murray Shafferren esanetan. Zarata hori erabili erabiltzen dugu, horrela hitz egiten dugu hitz horiekin, horrela aukeratzen ditugu gaiak, dantzatzen edo kantatzen duguna. Horrela isiltzen ginen eta isiltzen gara.

Giltza hitzak: Irratia, propaganda, kultura, mentalitate, Bilbo.

The radio in Bilbao, volunteers and creators, entrepreneurs and merchants, advertisers and reporters...a communication medium that “shaped a city”

The radio in Bilbao has a biology similar to that of many, especially European, radios. It has a talkative natural history, populated by entrepreneurs and merchants, by volunteers and creators, and by reporters in growing need of a specialised journalistic profession. The spoken imprint of our radio is a treasure trove for the history of mentalities, culture, hobbies, and of passion and the pulse of everyday life. Public arena, popular gathering, thermometer, clock, binocular, theatre and concert hall, poster, lock and keyhole... the radio is all of that, it's a tool for “shaping the city”. Because the radio is at the same time our phonosphere, urban purr, fashion and soundscape - to use the apt expression of Murray Shaffer. That's the noise we use, that's how we speak those words, that's the way the our affairs and issues are going, that's what we're dancing to or singing. That's how we kept quiet and that will do for now.

Key words: Radio, Advertising, Culture, Mentality, Bilbao.

1. Una mirada sociocultural: periodización

La biología de la radio bilbaína es la de muchas¹, sobre todo ibéricas y, en proporción, de las europeas. Es una de las primeras, saludable, que se adecua a la ciudad, e importa menos si fue la primera o la segunda en el País Vasco, en España o el mundo. La radio es comunicación policéntrica, Bilbao fue un núcleo activo. Y la radio aglutina el interior de cada uno de esos núcleos: la radio “construyó ciudad”.

Se pasó de la afición a la profesión: periodística, de técnicos, de publicistas, artistas y generadores de ideas... En todas partes, en etapas inaugurales son necesarios los expertos y conocedores, y en el campo radiofónico tanto los innovadores como los gerentes: tardaron en aparecer, al principio todo era voluntarismo, azar (Bilbao creó para sí y exportó profesionales, y en Bilbao se produjo a escala un mercado de estrellas de la radio que, cuando hubo demanda/oferta, pasaron de unas empresas a otras²: Florencio Torrelledó, Agustín Herranz, Santiago Marcilla, Mikel Lejarza...). Y se necesitaba todo, hasta estudiosos especializados en la radio, muchos de ellos procedentes de la Universidad del País Vasco: Carmelo Garitaonandía Garnacho, Alberto Díaz Mancisidor, Ramón Zallo Elgezabal, María Teresa Santos Díez, Carmen Peñafiel Sáiz, profesores de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, porque cuando la radio habló de sí misma recurría al anecdótico, a vivencias y recuerdos personales. La historia económica de los medios está sobre todo en ellos, y responde a investigaciones con dos o tres lustros, no más.

“La radio en Bilbao” son muchas radios, tocaremos la historia de modo transversal y dando relieve a estructuras cuyos efectos condicionan lo que la radio ha sido y es en la ciudad: instrumento impulsor y ‘creador’ del espíritu ciudadano. Son dos miradas que no se excluyen: la de la ciudad llana y la de su gente, y la de la estructura socioeconómica de creación y producción de esa industria que tiene presencia y asoma a Bilbao. Lo específico, lo que sucedió en Bilbao; y la estructura, fácil de identificar en otros fenómenos.

La radio propicia una comunicación personal, con caracteres de proximidad. Es reserva anti-unificadora (anti/globalizadora). Su influencia es personalizada, emite para un grupo pero es recibida por individuos, su mercado es amplio

¹ Un trabajo universitario de Alberto DÍAZ MANCISIDOR y Víctor URRUTIA (VV.AA 1986), que titularon sin limitación *La nueva radio*, estudia la radio en Bilbao, en 1985, como una exploración que consideran que puede ser extensiva a muchos otros casos. En la pág 44 de la obra describen la metodología muestral y hablan de la selección demográfica que les sirve para extraer conclusiones: tres zonas en el área metropolitana, diez municipios en Bilbao, ocho en Margen izquierda, y tres en la Margen Derecha.

² Con todo, el proceso era más lento que en la gran radio: en la publicación “COPE BILBAO 103,7 5º ANIVERSARIO” que se editó en 1999 respaldan a Agustín Herrán o a Arantza Lezámiz, Luis Herrero, María Teresa Campos, José María García, o Paco Marqués.

pero se consume individualmente. El idioma limita la posibilidad de comercializar el producto (salvo, con limitaciones, en lo musical; la radio no se reutiliza traducida como el cine o la TV; es el intangible perfecto, consume lo inmaterial por antonomasia).

Y en el debate entre espacio privado y público, la radio cabalga entre ambos: se percibe como personal, pero su carácter es universal; se distribuye, pero se consume cerca de la intimidad; es un medio de masas de producción continua, diremos que un medio de masas radical, *heavy*, pero usa un signo tan carnal como la voz. Eso da ocasión a un medio a la medida de las comunidades 'de proximidad' urbanas, ciudadanas, domésticas..., o habla de todo en lugares como el automóvil o el dormitorio, de carácter íntimo.

La huella parlante de nuestra radio es un tesoro para la historia de las mentalidades, de la cultura, de las aficiones y de la pasión, de lo cotidiano, del pulso. sin depósito legal preceptivo, menospreciados guiones y registros sonoros que serían "fuentes" primarias, de las cosas que sabemos son "de segunda mano" por amplios artículos sobre programación³.

Periodización

Hay un corte evidente en la cronología de la radio en este período 1937-2004: desde 1937 a la muerte del dictador Franco, y de 1975 hasta hoy. Luego, fragmentos más breves, sub-períodos: en el primer tramo, los acuerdos con EEUU como primer atisbo de entrada en un concierto internacional, planes de estabilización y desarrollo que iniciaron el despegue económico, la Ley de Prensa de Fraga Iribarne, los sucesivos gobiernos pre-transicionales de tolerancia al asociacionismo como indicio del debilitamiento del régimen, lo que se llamó el Espíritu del Doce de Febrero que etiquetó Arias Navarro... Luego, tras la Transición, la periodización tiene que ver en lo político con las actitudes de cada gobierno: UCD, PSOE, PP, y hasta de los gobiernos del municipio. Para una gran historia de la radio en Bilbao habría que llenar de contenido cada uno de esos sub-períodos parceladamente.

La situación sociocultural y política desde la guerra civil, y hasta 1975, redujeron a lo local cotidiano la mayoría de contenidos de la radio. Quedaba lo general para la transmisión en cadena: la propiedad del contexto⁴ era de las redacciones madrileñas.

³ Un admirable ejemplo es *La radio 1936-1939: de altavoz musical a arma de propaganda* (Edit. siglo XXI y Ed. UPV) del profesor Carmelo GARITAONANDÍA, que reconstruye un episodio fundamental de la radio, la guerra civil, con recursos prácticamente hemerográficos y literarios.

⁴ BAREA. 1989: 183/4

En ese corte drástico, antes y después de la muerte de Franco, influye sin duda el hecho de que hasta su fallecimiento el monopolio informativo lo tenía Radio Nacional de España, con la que todas las emisoras debían conectar obligatoriamente para reproducir todos los informativos principales. Las empresas radiofónicas no elaboraban informativos propios distintos de los de RNE⁵, con excepciones de apariencia más quimérica y hasta picaresca que real: COPE emitía los informativos de Radio Vaticana, la SER ideó una información exclusivamente local con aspecto de agenda de la vida cotidiana, el *Diario Hablado Alas...* Se cuenta que Radio Popular de Bilbao transmitía los informativos obligatorios con calculada mala calidad técnica (no conectando por línea sino sintonizando RNE en una radio portátil pegada al micrófono) para disuadir a la audiencia: puede ser una leyenda urbana. Sin olvidar que desde el final de la guerra estaba establecida la censura⁶ previa de todos los contenidos, que habían de llegar escritos al censor 24 horas antes de su difusión ¡por radio!, incluso el guión del sorteo “del cupón del ciego⁷”.

Ha tenido menos importancia, al menos en contenidos, la evolución en cuanto a su tecnología (la calidad sonora del microsurco y la FM, la aparición del magnetófono, rapidez e instantaneidad de la transmisión, la digitalización y los nuevos sistemas de edición...), o en cuanto a la transformación profesional y humana (la nómina de la radio o la competencia de TV o prensa, la integración de habilidades en un único ejecutante...) que a veces parece un resultado de la propia evolución de los contenidos. Ha tenido importancia el cambio de las industrias de la comunicación en las últimas décadas, de la prensa por tanto, de los multimedia. Y ha tenido importancia, sobre todo, la TV, y en los últimos años, la televisión local. Ahora bien, se suele citar a Eric Zorn⁸ para sugerir que la nueva televisión ha dejado las manos libres a la radio para especializarse y programar sin trabas, y permitir que el usuario elija aquello que más le gustaría oír en cada momento.

La radio en Bilbao⁹ en 1937 es en el primer período Unión Radio y Radio Bilbao. Esa emisora EAJ28 había sido incautada por los Requetés a su entrada en la Villa del Nervión el 19 de junio¹⁰ de 1937; y la sociedad pone en venta en

⁵ Nacida el 19 de enero de 1937, en Salamanca, como fuente de los Partes Oficiales de Guerra.

⁶ Que no desaparece hasta el 25-X-1977, a la vez que la obligación de conectar con los Informativos de RNE.

⁷ Hay algún anecdótico al respecto.

⁸ Lo hacen VV.AA., MANCISIDOR y URRUTIA (1986: 7 y ss.).

⁹ Todos los datos documentales están pormenorizados en SANTOS DÍEZ (o.c.).

¹⁰ (Ver BAREA. 2001) “Desde Bilbao habló el periodista Lucio del Álamo Urrutia -desde Radio España de Bilbao en la más rabiosa postguerra- sus *“Charlas del sábado. Prosas de guerra, de amor y de esperanza”*, *“conversaciones radiofónicas casi confidenciales”*, de 1940, que están editadas en 1941 por las Gráficas Fides de San Sebastián. Lo utilizaremos como paradigma de un género habitual: la charla apologética de movilizados y propagandistas”.

1941 la propiedad de su estación que tenía la antena en terrenos en el monte Archanda¹¹, para alquilarla al fin en diciembre de 1943 a la SER por tres años prorrogables.

La que se llamó Radio Emisora Bilbaína, creada por una burguesía comercial inquieta, no la gran burguesía de los filántropos que hacía hospitales, orfanatos y asilos sino la de los prácticos y emprendedores, la burguesía no oligárquica, los liberales y cultos del museo de Bellas Artes o de la Sociedad Filarmónica...: conforme avanza el tiempo el sustento económico tiene también, en Bilbao, y ya en todas las radios incluso las más recientes de grandes empresas de comunicación implantadas en la ciudad, el soporte un tanto menestral y cercano del comercio local: se reservan las cadenas la gran publicidad, pero la gotera de ingresos día a día son el pequeño comercio atomizado, la vida ciudadana... que suponen un ingreso sustancial en las arcas de las macroempresas.

Radio Popular (Obispado y Jerarquía de la Iglesia del estado español) conforma la Cadena Ondas Populares Españolas COPE, en la comisión episcopal de cine, radio y TV.

En el filo de los 60, nace Radio Juventud de Vizcaya, del Movimiento, que la consideraba “estación escuela”, y en 1967 empiezan a emitir en Bilbao los 40 Principales¹², en frecuencia modulada. RNE monta estudios en Bilbao desde 1970.

La configuración¹³ desde 1975 diferenciaría entre cadenas públicas (hoy solamente RNE tras la desaparición de RCE, con información deslindada del programa nacional mediante desconexiones, en Radio 1, y posteriormente en Radio 5: bloques elaborados en Bilbao), y las cadenas privadas (SER, COPE, OndaCero. Vocento: Intereconomía, Punto Radio, ...). Habría además radio autonómica¹⁴ (Radio Euskadi –con sede en Bilbao– y Euskadi Irratia –con sede en Donostia–; además la radio/fórmula Euskadi Gaztea), en cadena pero dentro de la Comunidad. Por fin, como radio local, las radios independientes (Radio Nervión), las radios libres no comerciales (lo que representó Gramola Irratia –1983– radio del barrio de San Ignacio, Illuna Irratia de Santutxu –1984–, o Txomin Barullo Irratia dependiente del MC/EMK, o Tas-Tas Irratia, más ideologizadas...), y las radios municipales: sin emisora municipal en Bilbao, puede anotarse que existen en el Gran Bilbao (Radio 7, Radio Getxo, Górliz, Oye, Melo-

¹¹ Donde estaba la antena en terrenos de la Sociedad Funicular de Archanda por un acuerdo de 30-1-1941

¹² Es la fórmula internacional del Top 40.

¹³ Ver en SANTOS DÍEZ. 1999. Capítulo I.

¹⁴ Si de radio en la ciudad se habla aquí, puede ser significativo que dos alcaldes bilbaínos, José María Gorordo y Josu Ortuondo, han sido directores del ente EITB.

día, Kosta, Canal 3 etc., configuradas de modos diferentes: municipales, privadas comerciales o no etc. como la histórica JMC radio de Portugalete -1978-). La alternativa de ofertas bilbaínas en Internet, con un futuro, es escasa y esporádica. La administración de frecuencias la tiene ya atribuida el Gobierno Vasco por vía estatutaria y por decretos y órdenes ministeriales desde 1978, y estaba ya recogida por primera vez en un Decreto del Gobierno vasco de 14-12-1981 que regula las concesiones en OM y FM.

Antes y después de la transición el flujo, y el carácter y contenido de las noticias, cambian de sentido. Como hasta 1975 RNE se reservaba la información política, las emisoras locales tenían que agarrarse (y aún ello con riesgo porque el poder era único a todos los niveles) a la información y a la crítica municipal: radio Bilbao tuvo una notable “Tertulia del sábado”, o una muy combativa Radio Juventud de Vizcaya de la Cadena Azul de Radiodifusión hacía varios programas de temas urbanos.

La radio no protagoniza la lucha ideológica que caracterizó a la prensa en los decenios del veinte y el treinta: hasta 1937 había una sola emisora, que entendió la neutralidad como silencio. Pasada la guerra es obvio que se distribuyeron los papeles en función de la empresa: RNE, como Radio Juventud tenían una función propagandística; la emisora de COPE, ideologizadora... Es después de 1975 cuando se diversifican los contenidos y para que sonara en la radio algo parecido a lo que sonaba en la calle. En la guerra civil Radio Bilbao llegó a emitir un comunicado apelando a la (imposible) neutralidad, en unos términos cuyo argumento crucial era “cuando unos y otros nos tachan, a veces con un idéntico punto de arranque, de parciales, es señal inequívoca, nos decimos, de que sabemos ser neutrales¹⁵”. Esta fue una actitud nacida de la vocación comercial y publicitaria. Luego será la radio una estructura para crear opinión.

En todo caso, ha sido y es una radio estimable en todas sus empresas..., que creó flujos de “estrellas”, que tuvo premios y reconocimientos: el *Ondas* a Eduardo Ruiz de Velasco¹⁶, a Emiliano del Campo en 1958 por su programa solidario *De corazón a corazón*, y *Ondas* fueron Juan Monge, Antonio de Rojo, Miguel Orio, José Luis Bengoa Zubizarreta... Fue también premiado José Antonio Rodrigo por *Ventana al campo*, con la Cruz del Mérito Agrícola en 1977 y en 1982, y también el Nacional de Periodismo por veinticinco guiones que glo-san semblanzas de marineros vascos...

¹⁵ Citado en MANCISIDOR 1983:95

¹⁶ Del que cuenta Paco Marqués, creativo de la COPE, aunque quizá como leyenda urbana que tenía una placa que decía “radiólogo” en su puerta.

Antes de la transición política (1937-1975)

Si uno de los criterios de *noticiabilidad* es el relieve del protagonista, o del hecho, la radio creaba notoriedad: era noticia lo que la radio decía, y la radio decía lo que decía la radio... que decía la radio... que decía...: su programación era materia diaria de prensa, antes y después de la emisión.

Hubo un *impulso cultural*. Se aprendía idiomas por radio –inglés, francés, euskera– cuyos alumnos más constantes eran premiados con 15 días en Londres los de Francés, 15 en París para Francés, y 15 en San Sebastián para los de ‘Euzkera’ (*Radio Cine*. Nº 39).

Y la radio tuvo lo que podía llamarse el monopolio del *ocio doméstico* (uno de los pocos posibles), y el afijo “radio”, era el talismán de la modernidad, como hoy parece un índice *euro* o *cíber*: el circo era radiocirco, los comercios más inesperados se convertían en “radiofónicos”, así era posible una radio-óptica o comprar en una foto-radio o en una radio-cristalería, viajar a la final de copa del fútbol en un radiotrén especial, de modo que quienes practicaban deporte compraban sus materiales en un comercio de radio-deporte.

La *radio musical* en España creó pautas de gusto, y (a veces por azar) había avanzado con personalidades como el recientemente fallecido casi con 90 años, Ángel Álvarez, piloto de Iberia, viajero que traía discos de última hora a sus programas en Radio Peninsular, la SER, en RNE, en Radio 80 o Radio Minuto... (uno de ellos se llamó “Vuelo 605”, como un guiño): en la radio bilbaína se oía el mejor jazz internacional porque un aficionado, Pío Lindegaard¹⁷, era el cónsul de Dinamarca en Bilbao, viajaba, y hacía un programa –Radio Bilbao, luego en Radio Euskadi...–. Y un tal José María Íñigo, profesor de inglés, viajaba a Londres, donde tenía estancias prolongadas... y ofreció a Radio Bilbao sus saber musical. Se ha contado¹⁸, y puede ser verdad el primer diálogo con el director:

1. EDUARDO RUIZ DE VELASCO.- *Dice usted que es disc-jockey, ¿y eso qué es?*

La anécdota complementaria del mismo Íñigo se la propició un inglés que decía “yo soy lo que en Estados Unidos llaman un *disc-jockey*, ¿cómo lo dicen ustedes?”. E Íñigo cuenta, “decimos lo mismo, lo mismo, *disc-jockey*... entonces no teníamos nombre”. En *25 años de 40 principales* se recogen palabras¹⁹ de Íñigo: “Protestaba contra el sistema llevando el pelo largo, provocando a la gen-

¹⁷ Cuenta SÁNCHEZ TIRADO (2000: 337) que Radio Bilbao recibió una instrucción para que su programa “Aquí Bilbao”, de los años 59/60, no se dirigiera a una hipotética escucha internacional, sino al público natural de la emisora.

¹⁸ Lo ha contado el propio Íñigo en *Radio Bilbao 50 Aniversario*. VV.AA. 1983: 89.

¹⁹ Págs. 81/2

te: iba con botas de montar y con una guerrera de guardia inglés, y eso a nosotros los jóvenes nos parecía que era una gran bandera de libertad (...). Había empezado en Bilbao, carne de radio, a los 14 años, y me presentaban como *disc-jockey* (...). Quise venir a Madrid, a la Ser, y me despacharon a patadas, así que desde Madrid me fui a Londres para decir que venía de Londres y no de Bilbao”.

El *deporte* fue una gran reserva temática: el Athletic, además, tiene simpatizantes dentro y fuera, banderín de la ciudad, y rostro amable y estimulante.

La producción teatral, el *radioteatro* que era uno de los elementos centrales de la primitiva programación, y uno de los primeros productos “enlatados” que se comercializaron en otros mercados, tuvo creadores –entre otros los hermanos Varela– y un cuadro de actores de la emisora.

José Manuel Sánchez Tirado²⁰, sin precisar la fecha, cuenta que en Radio Bilbao Rafael Enrique “Quiquito” adaptó a la radio las “*Aventuras del bandido Zingomar contra el detective Nik Carter*” entonces de gran éxito en su versión escrita. Teódulo García “Whisky”, Elena, y Rafael Enrique en varios papeles. La existencia de un Cuadro de Actores permitió además que hubiese programas²¹ con pasajes dramatizados como “*Los genios de la música*” y “*Los genios de la Historia*”.

El Escenario Radiofónico, de Radio Juventud de Vizcaya, que dirigía el propio director de la emisora Constantino Jiménez, programó en el filo de los decenios 1950/1960 decenas de adaptaciones de radioteatro con autores como Camus, Priestley, Sartre, Pirandello..., por supuesto muy por encima de la programación comercial del momento. Una adaptación radiofónica de “El que dice sí, el que dice no” de Bertolt Brecht, hecha por Elías Amézaga, puede ser el primer título de Brecht que se oyó en la radio española, y quizá la primera obra de Brecht que se presentara con actores, públicamente.

Creaciones para radio, y comedias seriadas, hace Radio Nacional de España en Bilbao, para Radio 3 (a partir del 2-11-1981), como producción local, bilbaína, que se emitió diariamente en toda la cadena. Se hicieron 26 capítulos de las aventuras del detective Patxi Aristizibel, en dos partes de doce y catorce capítulos de 15 minutos. Alex Angulo incorporaba al protagonista Aristizibel, y entre otros intervinieron Ramón Barea, Gotzon Bastida, Itziar Lazkano, Begoña Beasakoetxea, Felipe Urkidi, César Saavedra y Koldo Anasagasti. El equipo lo componían Juan Vázquez, coordinador; Juan Bas, guionista; y el director Juan Uriagereka, junto a Txema Soria y Raúl Hernández, en cometidos de producción o técnicos. Además de las localizaciones topográficas, inequívocamente bilbai-

²⁰ SÁNCHEZ TIRADO (2000: 294)

²¹ SÁNCHEZ TIRADO (2000: 317)

nas, se incorporaron tipos verosímiles y personajes reales. La serie se titulaba “*Los casos de la Ribera*” (la bilbaina calle de la Ribera), y entre los tipos a veces como guiño al oyente estaban “Madriles”, “Carita de mono”, “El cojo”, “Jurisprudencia Orbaneja”...

Un escritor vasco, Bernardo Atxaga, hizo en euskera un serial para la radio en los primeros años de Radio Euskadi. Su proclamada afición a la radio, le ha llevado más de una vez no sólo al teatro radiofónico, sino a lecturas y conferencias radiadas que son verdaderos artefactos de creación literaria oral, vale decir radiofónica. Y otro guipuzcoano bilbainizado, el dibujante Juan Carlos Eguillor recuerda haber colaborado en el programa infantil de RNE “Dola, dola, tira la bola” que realizó Lolo Rico.

Se emite en Radio Euskadi I, con cobertura en Bilbao, con presencia donostiarra en la producción, la serie “Babilonia”, de la novela de Juan Mari Irigoien, cuyo tema es un conflicto fraterno en el enfrentamiento entre liberales y carlistas. En euskera, -la adaptación rehace la historia para su audición- es de Arkaitz Kano. La dirección de Idoia Sagarzazu y Olatz Beobide, y entre los actores están Asier Hormaza o el vizcaíno Zorion Eguileor.

En época muy reciente están además de Atxaga, Juan Bas, el proyecto de Radio Euskadi con intérpretes vascos para hacer miniteatros entre los que se incluyeron textos de José Sanchis Sinisterra, Quim Monzó, o Pere Calders. Y se ha hecho radioteatro didáctico y educativo, por ejemplo, en campañas de concienciación contra la droga (EITB/EJ-GV).

Nuestra radio ha creado *profesión*. Santiago Marcilla escribía en las memorias de Chomin del Regato²² que cuando contrata en 1958 al humorista “por primera vez en la radio, en Vizcaya, la mayoría de las entrevistas que se realizaban en mi programa eran hechas por periodistas, entendiendo como tales a los profesionales que escribían en los periódicos y revistas. Hasta entonces, aunque resulte extraño y cueste creerlo, en las emisoras de radio, quienes entrevistaban eran los locutores; los periodistas trabajaban en la prensa, en los periódicos y revistas, pero no en la radio”.

Esta locuaz historia natural poblada de emprendedores y comerciantes, voluntarios y creativos, e informadores, necesitó cada vez más un periodismo especializado aunque el ciclo creación/producción/consumo, es fugaz y no progresa en otra fase: la radio local no se distribuye, se agota al nacer.

²² (PRADO, 2000: 329).

2. La radio como Empresa; ideología, estrategias de gestión y dirección

Nacida antes de la guerra era Radioemisora Bilbaína y Unión Radio, primero, luego fue la SER. Radio Juventud de Vizcaya es de 1954, en un chalet del barrio de Irala, en la calle Banco de España, y por fin como Radiocadena en Licenciado Poza. Radio Nacional de España se implanta en 1970, en Ercilla, y luego con Radiocadena. La COPE está en Bilbao desde el decenio del sesenta, en Begoña, en la calle Astarloa, en Mazarredo...;

Los aspectos empresariales están claros desde muy pronto. La iniciativa bilbaína (como otras, la alavesa por ejemplo) se acomoda rápidamente a las reglas del juego comercial o industrial, y político. Acabada la contienda, la incautación de emisoras tras la guerra civil da lugar a una concentración que le permitía al Estado un modo férreo –y fácil– de control. La globalización fue ideológica, fue lingüística, fue incluso doctrinal... Se logró por decreto lo que el mercado produce a veces de modo inducido.

El aspecto empresarial es, con diferencia, el más investigado. Está en Díaz Mancisidor autor de una historia de Radio Bilbao, está en María Teresa Santos que estudia la radio en el País Vasco, y en Carmen Peñafiel que han tocado el tema de las radios autonómicas, y por tanto el de la radio en Bilbao. Y no debe olvidarse el libro ya clásico de Carmelo Garitaonandía sobre la radio durante la guerra civil, en el que hay constantes referencias a la radio en Euskadi.

Se crean negocios de valor añadido: por ejemplo, el *Servicio Radio para Todos*, de venta y reparación de receptores, y se abren frentes paralelos: uno, especialmente interesante, el de la fonografía –la publicitaria tanto como la creativa, que estaba en *La Casa de la Música* de la familia Ruiz Jalón, o en *Anacleto Toña*, o en *Foto Club* germen de empresas posteriores. Existe el café *Iruña*, el *Boulevard* o el *Hotel Carlton*. En Bilbao proliferan grupos musicales que hacen publicidad: *Cinco Bilbaínos*, o *Los Bocheros*, *los Xey* son casos notables. Es interesante anotar ese carácter emprendedor del conjunto del radiofonismo bilbaíno. No entraron grandes capitales, los grandes capitales llegaron luego; no llegaron los famosos a hacer la radio, se empezó con artistas locales que lograron ser famosos. El negocio radiofónico es fundamentalmente publicitario hasta la transición democrática, en que a la impuesta uniformidad política le sustituye una diversificación ideológica: los grupos siguen en su negocio aunque difundan también opinión.

La aparición de la radio en Bilbao dio lugar a revistas-soporte, complementarias a la aparición regular de información en todos los periódicos: la radio era por sí misma un acontecimiento ciudadano. Dependiente de Unión Radio, y de Radio Emisora Bilbaína hubo hasta cuatro cabeceras con cuatro títulos sucesivos tan solo entre 1933 y 1936: Tras la guerra, fue *Ondas* la publicación que toma el relevo. La primera fue *Radio Films. Revista Semanal De Radio Y Cinematografía Editada En Bilbao. Revista Oficial De Radio Emisora Bilbaína*

(1933). Al año siguiente cambiaría el nombre por el de *Radio Cine. Revista Semanal Editada Por Radio Emisora Bilbaína* (1934). Una y otra, *Radio Films* y *Radio Cine* tenían la sede de la “Gerencia y Administración” en la calle de la Ronda, 15. Bilbao. Al año siguiente, 1935, aparece *Radio Bilbao. Revista Semanal Editada Por Radio Emisora Bilbaína*. (1935), que modifica levemente el título por el de *Revista Radio Bilbao*. (1936). El domicilio social de redacción, administración y publicidad era Rodríguez Arias, 8, sede de los estudios de Radio Emisora Bilbaína en Bilbao. Fueron en realidad tres tiempos de lo que se entendía que era el órgano oficial de la radio bilbaína. *Radio Films* se edita íntegramente en Bilbao, con tipografía y papel uniformes. *Radio Cine*, en cambio, cambia la portada y cuatro páginas que se grapan sin disimulo a un cuaderno que venía hecho de otra parte y con otra disposición tipográfica y otro papel. La portada lleva alguna referencia gráfica a la ciudad –la antena de la emisora en Mallona, San Antón, o el puente de Deusto ‘en construcción’, El Arenal...–, y el cuadernillo local introduce la programación de Radio Emisora Bilbaína y la publicidad local, y el resto es un producto de Unión Radio para sus emisoras: tiene programación española (Madrid, Sevilla, Barcelona, Valencia, San Sebastián, y Santiago), y europea e internacional de onda corta. Al filo de la guerra en 1936 la revista vuelve a tener maqueta propia local, con huecograbado de portada a toda plana, y con artículos y comentarios propios, y publicidad local, además de una criba de las programaciones foráneas.

Era un proyecto comercial, como la radio misma, y se hacía constar ese valor: “La revista *Radio Bilbao* llega a 3.500 hogares es por tanto leída por más de 20.000 personas. La publicidad en esta revista es por consiguiente de la mayor eficacia” (*Radio-Bilbao*. 1935. Nº 68. Pg. 2). O bien, “la revista *Radio-Bilbao* permanece en lugar preferente en los hogares durante una semana. Es constantemente hojeada por los radioyentes al consultar los programas de Bilbao y de las demás Emisoras. Por tanto, la publicidad en *Radio-Bilbao* es la más eficaz y, por consiguiente, la más económica” (*Ib.* nº 60. 31 de marzo de 1935).

La programación se mantiene uniforme desde el primer momento, hasta la toma de Bilbao por Franco, e incautación de las instalaciones. En general eran ofertas fragmentarias, con apertura y cierre: así, un bloque de mañana, a las 8h 30’: Primera Edición del Diario Hablado ALAS, de Radio Emisora Bilbaína, y cierre de la emisión a las 9h. Se volvía a emitir otra vez a las 11h30’ una Emisión Financiera diaria con los cambios internacionales, y curso de la Bolsa de Bilbao. A las 13h30’: Apertura, Señales Horarias, y un concierto a las 13 h35’ por la Sinfónica de Radio Bilbao dirigida por el Sr. Urrengoechea. A las 14h30’, la segunda edición de ALAS; a las 14h45’ los espectáculos y programación nocturna.

Después de 1975, “Ondas”, publicada en Madrid, tenía un suplemento local que redactaban Luis del Olmo (dibujante célebre, padre del Don Celes de *La Gaceta* y *El Correo*), y Alfonso Ventura Vázquez (que dirigió el diario *DEIA*).

Lo que se ha llamado en estos últimos tiempos *fidelización*, y estrategias de *marketing relacional*, nos viene bien ahora en la línea un tanto costumbrista de esta exploración a la radio en Bilbao. Hay una especialización de *marketing* dirigido a la mujer, y a los niños. Había en la revista cupones de inscripción en la Sección Femenina Radio Bilbao (1935) y apartados 'femeninos', "Sesión Femenina" en la programación. Por ejemplo, en el número 108 de Radio Bilbao, de 1 de marzo de 1935, se da cuenta de un sorteo entre señoras y señoritas de las que da nombre y apellidos, además del número de suscripción: un frasco de perfume, un kilo de merluza, un kilo de chorizos, un tubo de pasta dentífrica, un frasco de Licor del Polo, un frasco de agua de Colonia, una cajita de pañuelos, una bonita cartera de señora, polvera marca Houbigant, fijador para el pelo, entradas de cine y teatro... En otros números aparecen además una permanente, un abono para la limpieza y masaje de la piel, arreglo de manos etc. (nº 68), o un frasco de "Cocaína en flor. Agua de colonia" o dos latas de cubitos de caldo MAGGI (nº 61).

Whisky, "el simpático Whisky" era vestido por Emilio Barbero, sastre de juventud, premiado en París, con taller en Cruz número 2. De Barbero, decía *Radio Cine* (nº 39. Pg. 43. 28 de octubre de 1934) "esta acreditada y popular sastretería ha tenido el honor de vestir al simpático "Whisky"". Son estrategias con evidente aspecto de modernidad.

Artículos del tipo de "La radio en Dinamarca" (*Radio Bilbao*. Nº 108), dan cuenta de un uso de la radio como comunicación privilegiada, puerta al mundo, futuro... a la vez, un modo de bilbainismo costumbrista está en la sección "De la *tasita* de plata. Plaza de Trueba. Don Antonio de Trueba y de la Quintana" (*Radio Bilbao*. Nº 108. Pg. 2), van cara a cara con "El sentimiento romántico de Brahms" de Sabino Ruiz [Jalón]

Algunas firmas comerciales, por ejemplo el *Photo-Club*, *Tomasa y Carolina*, *Toña*, *Lamana*, *Zugazabeitia* y *Legarra*..., existen todavía.

Por fin, el *Club de abonados*, o de *Radioyentes*, precede a lo que poco a poco harían después todas las empresas: recuérdense los *Pasajeros de la Felicidad* de Radio Juventud, o las ofertas de conciertos, entradas gratuitas para espectáculos, convocatorias...

No se rompe aquella tradición: EITB mantiene hoy publicaciones para su grupo.

3. La radio como creadora de mentalidades; presencia en lo cotidiano, ciudadanía

Plaza pública, tertulia popular, termómetro, reloj, prismático, cartel, teatro, cerradura y ojo de la cerradura... eso es la radio, esa herramienta para 'construir ciudad'.

La terminología del fútbol, por ejemplo, ha tenido un proceso oral, y no es muy atrevido decir que ‘radiofónico’. La transcripción de situaciones del fútbol –orsay, gol, córner, penalty–, y hasta el mismo término futbol son la expresión escrita de un uso inicialmente oral que pudo socializar la radio. Recientemente, y es radiofónica la etiología, recuérdese el ‘!bakalao!’ de Radio Popular/Herri Irratia. Es una palabra que salió de la radio: probablemente de Fede Merino, muchos años su director, que popularizó la radio.

Es ese aspecto ‘de las mentalidades’, de las costumbres, documento de la ciudad en donde la radio tuvo influencia notable. Palabras, giros, *slogans* y que se impusieron en el lenguaje coloquial como dichos populares... fueron hijos de la radio.

Quiere pasar por ser un medio educado, plural. Recuérdese el comunicado prebélico citado antes: “cuando unos y otros nos tachan, a veces con un idéntico punto de arranque, de parciales, es señal inequívoca, nos decimos, de que sabemos ser neutrales²³”. Esta fue una primera actitud que tiene que ver con el embrión comercial y publicitario de la radio.

Radio Popular de Bilbao, dependiente del obispado, emite los informativos de Radio Vaticana cuando no era posible una información distinta del llamado “parte” de RNE.

Una radio libre, Txomin Barullo Irratia puede haber generado la mejor documentación sonora de los enfrentamientos de los trabajadores de Euskalduna en los primeros años del decenio del 80 con motivo de la desmantelación de los astilleros.

La radio está presente en la vida ciudadana. Radio Juventud de Vizcaya, todavía no integrada en Radio Nacional es la única emisora presente en las inundaciones de 1983. Su redactor deportivo Alfonso Amézaga, ascendido a Director por aquellos méritos hidráulicos quedó atrapado en el tercer piso del número tres de la calle Banco de España, sin luz porque había un apagón general, pero con la línea microfónica activada con el emisor del monte Archanda: fue la única emisora que informó durante toda la noche “en directo” y desde el lugar de los hechos porque el Casco Viejo fue una de las zonas más afectadas.

La emisora libre Illuna Irratia puede ser una de las plataformas del movimiento juvenil de los años ochenta.

Es un espíritu que no cambia, la radio es familia, mayordomo, domesticidad. En 1999 COPE Bilbao celebra su 5º aniversario con una publicación de cincuenta páginas en las que se da cabida al diputado de Bizkaia Josu Bergara, al alcalde de la ciudad Josu Ortuondo, al director de COPE-Cadena 100 de Bilbao

²³ Citado en MANCISIDOR 1983:95

Agustín Herránz, y a tres líderes de la empresa: Luis Herrero, María Teresa Campos y José María García. Los temas del cuaderno *COPE BILBAO 103, 7 FM. 5^o Aniversario* eran: el Guggenheim, el metro, la nueva línea Sur de Cercanías RENFE, la revisión urbanística del entorno de la ría –Lamiako, Udondo, Universidad, Bolueta...– y el Athletic! en su centenario.

Radio Bilbao organizó entre 1951 y 1966 unas becerradas humorísticas en torno al día del patrón Santiago el 25 de julio. Es parte de tantas presencias populares en iniciativas que cuajaron. Se cuenta hasta qué punto las fiestas de agosto nacieron de una convocatoria de Zorion Egileor desde Radio Popular/Herri Irratia, por no insistir una vez más en Radio Bilbao –las Becerradas, la Angula de Oro, el Parque Infantil de Navidad y las cabalgatas de Reyes, los Gigantes y Cabezudos, las palomas mensajeras que llevaban noticia de los goles del Athletic a los enfermos del sanatorio de Santa Marina como rúbrica o sustitutivo de la retransmisión por radio, los Jueves Infantiles en el teatro Campos ...

Las becerradas²⁴ anuales tenían algo chirigotas de carnaval en Cádiz²⁵, de falla mediterránea... de espita humorística ligada a los ciclos anuales. ... La mayor parte responden a momentos más o menos significados de la vida cotidiana: los primeros flujos de turismo corresponden con la becerrada en cuatro idiomas, la becerrada más potente de Europa, con las primeras ilusiones europeas.

4. Evolución y Panorámica actual

Estamos ya al otro lado de la muerte de Franco.

Quizá haya perdido pregnancia, capacidad de penetrar. Familiaridad.

Cambia la distribución, el mapa²⁶.

²⁴ Se anunciaban en las Becerradas José Luis Pécker (1966), José María Íñigo ‘Mister Ritmo’ (1964), el actor de seriales radiofónicos Esteban Cabadas (1960), el locutor Vicente Marco (1959), el popular locutor levantino Adolfo Fernández (1958) que movilizó a toda España con una subasta a favor de los damnificados por las inundaciones de 1956, y los famosos locales Eduardo de Alcorta, Antonio de Rojo, Luis María Landaluce, Guillermo Fernández, Francisco Javier García, Cuno Cuetos, el fotógrafo del *Correo* Claudio hijo, Carlos Barrena, o el periodista de *Gaceta* José María Requena. Las Becerradas, a lleno anual, se completaban con puro humorismo profesional a cargo de especialistas, y un novillo ‘serio’ en lidia formal para Rafael Chacarte o algún torero de postín, de la tierra.

²⁵ Cada fecha se acompaña de un epígrafe: los primeros años, La Peor Becerrada del mundo; en 1955. La Rarísima Becerrada en cuatro idiomas; 1956. Tristísima Becerrada; 1957. Tremebunda Becerrada de la Historia; 1958: Gordísima Becerrada en Colores; 1959: Veraniega Becerrada; 1960: Desastrosa Becerrada; 1961: Absurda Becerrada; 1962: La Becerrada número 13; 1963: La Becerrada más gorda del mundo; 1964. La Becerrada más potente de Europa; 1965: La becerrada de las dudas; 1966: La Becerrada de las prisas, que fue la última...

²⁶ Esta en SANTOS, María Teresa

Hay ahora mismo 6 emisoras de Onda Media, por orden de aparición: SER, RNE 1 y RNE 5, Herri Irratia/Radio Popular, Euskadi Irratia y Radio Euskadi.

BALSEBRE²⁷ indica algunos de los caracteres generales de esta nueva radio:

- Estructuración de informativos standard en todas las emisoras, aceptando los bloques convencionales de la prensa escrita.²⁸
- Programación de 24 horas, en bloques: matinal, mediodía/tarde, tarde, y noche.
- Llegada a las emisoras de periodistas de prensa, con dificultades de adaptación a la vez que con ventajas técnicas.
- Creación de un nuevo periodismo radiofónico a) específico y b) que unifica las labores de redacción y locución.
- Exaltación del feed back, dando la palabra a los oyentes.
- Con la consagración del reportaje como uno de los géneros informativos por excelencia de la radio “que reduce los niveles de intermediación entre la realidad periodística y los oyentes”.

Sobre estos caracteres ha habido observaciones (FRANQUET, VILLAFANE, BALSEBRE, BAREA...) en torno a los géneros, con una lógica generalizada.

Los conglomerados multimedia son posteriores a la transición. Entonces casi todas las concesiones de frecuencias radiofónicas tienen también un peticionario que es a la vez empresa periodística: Deia, Egin, por ejemplo. La SER entra en un gran *holding* que acabará siendo el grupo Prisa. Muy recientemente el grupo Vocento, que parte de una gran empresa periodística, el grupo Correo, incluye junto la TV, como la radio: primero, como una de tantas radios locales, luego como macro-cadena.

La idea de estas grandes cabeceras ha sido unificar la *imagen de marca*, diluir las diferencias en acentos y estilos, y que en las desconexiones no sea fácil detectar hasta dónde llega el programa nacional, y cuándo empieza el local. La evolución de la radio, radio de *vedettes* que contra pronóstico se mantiene (por más que se pensó que el porvenir de la radio especializada estaba ahí) facilita esa misma unificación de formas (de formato, de géneros) y contenidos (talante, opiniones). La *programación* no difiere de la de las grandes cadenas, ni de cada emisora de cada cadena: SER, OndaCero, COPE, realiza capacitaciones cada cierto tiempo para unificar estilos en los distintos centros territoriales, y

²⁷ BALSEBRE. 1994: 16/18

²⁸ FRANQUET, VILLAFANE Y BALSEBRE en AA.VV 1990:117/132. BAREA, 2004. no publicado, observa en especial la contaminación de géneros –los géneros heteróclitos–, la fragmentación de los géneros intensivos etc..

toda la sintaxis sonora –caretas, indicativos, esquematizaciones de guión etc.– son comunes en todas las emisoras locales.

Es interesante la estrategia de direcciones que las empresas configuran a lo largo del tiempo. Las personas asignadas a la dirección darían cuenta del modo en que los mentores de cada estación personifican un proyecto periodístico o radiofónico.

Radio Bilbao/Ser sitúa en la dirección a un hombre de la empresa, Eduardo Ruiz de Velasco. Cuando Ruiz de Velasco se jubila, se nombra a José Luis Bengoa Zubizarreta, que había hecho su carrera profesional como comentarista de deporte rural en *La Gaceta del Norte* y colaboraba también en Radio Bilbao, y que representaba una apuesta de la empresa respecto del mundo vasco: José Luis Lapitz, director de informativos es ahora profesional del periódico DEIA; Ramón Gabilondo, donostiarra, hoy director de la emisora en Bilbao, tiene la doble condición de hombre de la empresa SER, y con crédito en el País Vasco.

Radio Nacional de España sitúa como primer director a José Luis Fernández Ruiz, profesor universitario, y hombre de José Antonio Zarzalejos delegado de Información²⁹.

Radio Juventud de Vizcaya y RCE tenía a Constantino Jiménez, un político del Régimen y Xabier Domínguez Marroquín, sub-jefe provincial del movimiento, la primera autoridad tras el Gobernador Civil de la provincia³⁰. Luego son profesionales de la casa.

Popular de Bilbao puso a un sacerdote³¹.

Sería atractivo observar en qué medida los directores aguantan años antes de la transición y, sin embargo, se mantienen menos tiempo tras el cambio político: el caso de la SER es evidente, en el sentido del cambio tanto como en la diversificación de funciones: se crea una dirección de informativos a la vez que una dirección de empresa, o de emisora.

No hay apenas *distribución fuera*, ni programas en cadena desde Bilbao como Del Olmo –en directo desde Barcelona–, Carlos Herrera –Sevilla–, la época de RNE de Javier Sardá –Barcelona–.... Algunos se han citado: *Los crímenes de la Ribera*, enlatado para Radio 3; *De costa a costa*, que hizo la SER. Poco más. Ha habido más presencia de grupos musicales en las promociones de 40,

²⁹ Luego viene Javier Garrigós, de RNE/Madrid, Salvador Gómez y Santiago Silván. Salvador Gómez es técnico, y Santiago Silván periodista de la casa, que además había sido profesor en la UPV.

³⁰ Por fin, a Alfonso Amézaga antes de la absorción por RNE; no es difícil rastrear una progresiva profesionalización con gente de la casa: José Miguel Taltavull

³¹ Luego, José Miguel Azpiroz, a Félix G^a Olano y a Fede Merino.

pero es otra cuestión. En producción/distribución puede haber una asignatura pendiente, aunque la gran empresa es muy centralista.

La *producción de noticias* es importante por el peso demográfico y económico, y pese a que la capitalidad política es Vitoria/Gasteiz, Bilbao exporta. Esto ha dado prevalencia a la información cultural y de sociedad; luego, al fútbol, con un fuerte mercado interior (hay una experiencia reciente de la SER, que ha duplicado la señal OM y FM de modo que a veces sustituye en una u otra la programación en cadena).

La actual parrilla en cadena reserva la política a Madrid en todos los casos, es muy rara la actualidad política del estado en emisoras bilbaínas en cadena sobre todo en opinión: no hay tertulias sino tertulianos que acceden al contexto general. La radio autonómica habla de la política autonómica y es rara la presencia de lo estatal, y no tanto en la opinión, con comentaristas foráneos conectados por línea, sino en temas y en la información. Las radios locales apenas incluyen, salvo en informaciones de agencia, temas nacionales.

Si la información es en este momento el gran producto (la radio está a la cabeza de la credibilidad de los medios) hay un fenómeno sugerente, que protagoniza Radio Popular/ Herri Irratia, de OM. Propiedad del Obispado de Bilbao tuvo problemas con las opiniones políticas de la COPE. Así, decidió independizarse, mantener su programación local, y comprar los informativos de radio de la Agencia EFE, más neutros: es decir, cedía algo crucial por mantener mercado e influencia en lo local.

La *publicidad en cadena* repite los productos de venta masiva en toda España, y deja burbujas para la publicidad local de forma que no se pierda ese mercado regional/territorial y local/local por razones económicas. Es el pasaje apropiado para los actos locales, espectáculos etc.: es posible que la atención a la información local tenga la finalidad de servir de soporte a la publicidad que se genere: se prevé una publicidad que necesita un determinado número de minutos de información. Han desaparecido las esquelas³² y los discos solicitados (que todavía se mantienen en alguna emisora del entorno).

La *música* utiliza producción propia para los temas cercanos; las Radio-Fórmula en cadena obedecen a la distribución genérica marcada por la cadena, en donde hay un margen de tiempo pautado para introducir música sectorial, o la selección personal del disc-jockey.

Algunos fenómenos dieron cuenta de Bilbao y lo bilbaíno en el mundo. Las emisiones internacionales en Onda Corta desde Radio Nacional de España en

³² Hasta las esquelas eran censuradas: no se podían utilizar nombres propios personales o topónimos en euskera, y la indicación de "ausente" tras algún deudo del fallecido, se consideraba peligroso porque el "ausente" podía serlo por razones políticas.

Bilbao; y las de Radio Exterior de España. Las de Radio Euskadi, en las que Bilbao y lo bilbaíno eran un dato de importancia; en la SER las de Pío Lindegaard –Batería y Contrabajo– que luego llevó a Radio Euskadi; luego, en general todas las transmitidas a través de Internet. No sin ufanía Pío Lindegaard escribió en un texto para la Memoria de los *50 años de Radio Bilbao*³³ “Hemen Euskadi, el programa que se escucha en los cinco continentes”.

Es en este punto de lo cotidiano, en el que la radio vuelve a aquel carácter de heraldo, de trompetilla deregonero, de voz cantante,

A modo de resumen

La periodización de la radio en Bilbao tiene que ver, sobre todo, con la situación social y política: no está marcada por la tecnología o por una historia paralela a la social (como ha podido ser la del cine) tanto como de que ese desarrollo tecnológico se acomodaba como un guante a la sociedad que servía. Se marcan dos grandes tramos: desde 1937 a 1975, y de 1975 hasta hoy. Dentro de esos tramos, desde la toma de Bilbao en 1937 hasta la ley-Fraga, de 1963; y desde esa fecha y el plan de desarrollo hasta el fin del franquismo. El siguiente queda marcado por los diversos gobiernos: transición, UCD, PSOE, PP y PSOE. En el País Vasco, sobre todo, por el Partido Nacionalista Vasco.

Hasta 1975 la radio en Bilbao habla de hechos -maquillados- pero hechos; desde 1975 la radio en Bilbao opina.

Ha generado profesionales e ideas que han entrado en el gran mercado de la radio en España. Se ha vuelto, así, más exigente: ahora es más difícil acceder a la radio profesional.

Sobre los caracteres generales de la radio, la radio en Bilbao tuvo presencia en lo cotidiano, fue urbana y callejera, muy vinculada al desarrollo de la ciudad.

Aquella radio ha influido en los gustos, en la manera de hablar, en los sonidos, en los referentes populares, en la construcción del imaginario colectivo, que es un imaginario bilbaíno profundo –liberal, práctico...– y anecdótico/superficial –la fanfarronería, el olfato comercial, el hedonismo...–, en la identidad y las mentalidades. Fue educadora musical y de valores, creadora e intérprete, difusora de opiniones, homogeneizadora por tanto, capaz de crear y controlar el gusto, cohesionadora social, y creadora de una imagen de la ciudad y de la ciudadanía. Fue mecenas...

³³ Pg. 107

Bibliografía

- BALSEBRE, Armand *Historia de la radio en España*. Vols. I (1874-1939), y II (1939-1985).. Cátedra Signo e Imagen. Madrid. (2002).
- *La credibilidad de la radio informativa*. Feed Back Eds. Barcelona (1994).
- BAREA, Pedro. “Creación literaria en la radio bilbaina”. En *Bidebarrieta. Rev de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao/Bilboko Giza eta Gitzarte Zientzien Aldizkaria*. IX. Pgs.149/182. Ed. Fundación BBK. Ayto. de Bilbao. (2001).
- “Hábitos de recepción de la radio entre universitarios vascos”. *ZER. Komunikazio ikasketen aldizkaria/ Revista de Estudios de Comunicación*. Nº 6. Páginas 152/179. Servicio Editorial UPV/EHU. Bilbao. (mayo de 1999).
- “Centralismo y descentralización en las radios vascas”. En *VVAA*. 177/188. (1989).
- DÍAZ MANCISIDOR, Alberto. *Historia de Radio Bilbao*. Arte de Imprimir. Bilbao. (1983).
- y URRUTIA, Víctor. *La nueva radio*. Ed. UPV/EHU. Bilbao (1986)..
- PRADO, Jesús. *Nuestro Bilbao de Txomin del Regato*. Encic Vasca. Bilbao. (2000). Pgs. 329 a 334.
- SÁNCHEZ TIRADO, José Manuel. *Adiós al Bilbao que se nos fue. Pequeña historia de la Villa 1935-1983*. Gran Enciclopedia Vasca. Bilbao. (2000).
- SANTOS, María Teresa. *La radio vasca 1978-1998*. Ed UPV/EHU. Bilbao. (1999).
- VALLE, Julián del. *Historia de radio Bilbao (pequeña historia y anecdotario de radioemisora bilbaína, desde su fundación hasta su transferencia a la SER)*. Ediciones Ercilla. Bilbao. (1972).
- PEÑAFIEL, Carmen. *Las radios autonómicas y transformaciones de la radio entre 1980-1990*. De. UPV/EHU. Bilbao (1992).
- VV.AA. COPE Bilbao. 5º Aniversario. (1999).
- VV.AA. *25 años de 40 principales*. Ed. El País. Madrid (1991).
- VV.AA. (Rosa Mª FRANQUET y Josep Mª MARTÍ edits) *10 años de libertad de información en la radio española*. UAB. Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat. Barcelona. (1989)
- VV.AA. Edición de Juan Carlos DE MIGUEL. Artículos de Gaètan TREMBLAY, Bernard MIÈGE, Josep GIFREU, Ofa BEZUNARTEA, Jesús CANGA, César COCA, Carmelo GARITAONANDIA, José Vicente IDOYAGA, Santos ZUNZUNEGUI, José A. MINGO-LARRA, Pedro BAREA, Ramón ZALLO, etc.etc. Jornadas sobre La *Comunicación*. Bilbao (1989).
- VV.AA. DÍAZ MANCISIDOR Y VÍCTOR URRUTIA. *La nueva Radio*. Ed UPV/EHU. (1986).
- VV.AA. *Radio Bilbao. 50 Aniversario*. Programa Hora 13. Bilbao. (1983).

Hemerografía

- RADIO FILMS. REVISTA SEMANAL DE RADIO Y CINEMATOGRAFÍA EDITADA EN BILBAO. REVISTA OFICIAL DE RADIO EMISORA BILBAÍNA* (1933). Ronda, 15. Bilbao
- RADIO CINE. REVISTA SEMANAL EDITADA POR RADIO EMISORA BILBAÍNA* (1934). Calle Ronda, 15. Bilbao.
- RADIO BILBAO. REVISTA SEMANAL EDITADA POR RADIO EMISORA BILBAÍNA*. (1935). Calle Rodríguez Arias, 8. Bilbao.
- REVISTA RADIO BILBAO*. (1936). Rodríguez Arias, 8. Bilbao.
- REVISTA ONDAS*. (Colección, varios años). Madrid.
- Estudio General de Medios. Oleadas 2004.