



Historia Crítica

ISSN: 0121-1617

hcritica@uniandes.edu.co

Universidad de Los Andes

Colombia

Gómez García, Salvador; Cabeza, José

Oír la radio en España. Aproximación a las audiencias radiofónicas durante el primer franquismo  
(1939-1959)

Historia Crítica, núm. 50, mayo-agosto, 2013, pp. 105-131

Universidad de Los Andes

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81128082005>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Oír la radio en España. Aproximación a las audiencias radiofónicas durante el primer franquismo (1939-1959)<sup>●</sup>

Salvador  
Gómez  
García

Profesor del Centro de Estudios Superiores Felipe II de la Universidad Complutense de Madrid (España) y de la Universidad Internacional de La Rioja (España). Doctor en Periodismo, con mención europea, por la Universidad Complutense de Madrid (España). Miembro del grupo de investigación *Historia y Estructura de la Comunicación y el Entretenimiento* de la Universidad Complutense de Madrid y director del Programa de Respaldo a Investigadores (grupos PRE) de la Universidad Internacional de La Rioja. Entre sus últimas publicaciones relacionadas con la historia de la radio se encuentran: “Del yugo a la cruz. Radio Nacional de España: una radio en transición (1945-1951)”, *Área Abierta* 33 (2012): 1-19, y “Adoctrinando el futuro: las emisiones infantiles y juveniles de Radio Nacional de España durante el primer franquismo”, *Zer* 30 (2011): 135-152. salvagom@pdi.ucm.es

José  
Cabeza

Profesor titular interino en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos (España), donde dicta las asignaturas de Información Audiovisual, Proceso Audiovisual y Guión Audiovisual. Es autor de varios libros sobre narrativa y cine en la Guerra Civil española, entre ellos: *El descanso del guerrero. El cine en Madrid durante la Guerra Civil española 1936-39* (Rialp: Madrid, 2005) y *La narrativa invencible. Cine de Hollywood en Madrid durante la Guerra Civil española* (Cátedra: Madrid, 2009). También ha colaborado con varios estudios sobre documentales en la *Encyclopedia of Documentary Films* (Londres: Routledge, 2005) y en el diccionario *Directory of World Cinema* (Bristol: Intellect, 2011). jose.cabeza@urjc.es

Artículo recibido: 26 de julio de 2012

Aprobado: 17 de enero de 2013

Modificado: 5 de febrero de 2013

DOI: dx.doi.org/10.7440/histcrit50.2013.05

● Esta investigación se sitúa dentro del ámbito del proyecto de investigación “Cultura audiovisual y representaciones de género en España” (referencia FEM2011-27381), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación español.

## Oír la radio en España. Aproximación a las audiencias radiofónicas durante el primer franquismo (1939-1959)

### Resumen:

Esta investigación analiza las audiencias de radio durante el primer franquismo (1939-1959) y valora la eficacia de la propaganda oficial a través de Radio Nacional de España (RNE). Se utilizan estadísticas y fuentes hemerográficas diversas, así como la imagen que de la radio dieron el cine y los cómics de la época. El uso del análisis cuantitativo y cualitativo demuestra que la apuesta por una programación doctrinal tanto en informativos como en entretenimiento de la radio pública supuso que amplios sectores de la audiencia –rural y urbana, centro y periferia– se refugiasen en la evasión que ofrecían las emisoras privadas.

**Palabras clave:** *España, franquismo, radiodifusión, audiencias radiofónicas, influencia de la radio, 1939-1959.*

## Hearing Spain's Radio. Approach to Radio Audiences during the First Francoist Period (1939-1959)

### Abstract:

This investigation analyzes radio audiences during the first Francoist period (1939-1959) and values the efficacy of official propaganda broadcast through the Radio Nacional de España (RNE: National Radio of Spain). The investigation uses various statistics and newspaper sources as well as the image of radio given by movies and comics at the time. Through quantitative and qualitative analysis we demonstrate that the drive to have doctrinal programming in news and entertainment in public radio led large audience groups –urban and rural, center and periphery– to find refuge in the evasion offered by private radio stations.

**Keywords:** *Spain, Francoist Spain, radio, radio audiences, influence of radio, 1939-1959.*

## Ouvir rádio na Espanha. Aproximação às audiências radiofónicas durante o primeiro franquismo (1939-1959)

### Resumo:

Esta pesquisa analisa as audiências de rádio durante o primeiro franquismo (1939-1959) e valoriza a eficácia da propaganda oficial pela Rádio Nacional da Espanha (RNE). Utilizam-se estatísticas e fontes hemerográficas diversas, assim como a imagem que deram da rádio o cinema e as histórias em quadrinhos da época. O uso da análise quantitativa e qualitativa demonstra que a aposta por uma programação doutrinal tanto em informativos quanto em treinamento da rádio pública supôs que amplos setores da audiência –rural e urbana, centro e periferia– se refugiassem na evasão que as emissoras privadas ofereciam.

**Palavras-chave:** *Espanha, franquismo, radiodifusão, audiências radiofónicas, influência da rádio, 1939-1959.*

# Oír la radio en España. Aproximación a las audiencias radiofónicas durante el primer franquismo (1939-1959)

## Introducción: fuentes de papel para una historia de las audiencias de radio

a época dorada de la radiodifusión en España se sitúa en la década de los cuarenta y cincuenta de un país pretelevisivo, con una tasa de analfabetismo del 35%<sup>1</sup> y diezmado por la Guerra Civil. La radio se presentaba como el medio de comunicación más importante a partir de 1939. Primero, por su relevancia propagandística durante la inmediata Guerra Civil: se afirmaba que “había ganado batallas”<sup>2</sup>. También, por su capacidad de llegar a una población alejada de la prensa por su analfabetismo, pobreza y escasa concentración aún en grandes núcleos urbanos. Frente a estas teóricas ventajas, la realidad presentaba, como se verá, no pocas dificultades para su extensión durante un período que la historiografía define como “primer franquismo”<sup>3</sup> y que comprende los años analizados en esta investigación.

Estas cuestiones previas hacen referencia a un marco que facilita explicar el objetivo de esta investigación: un análisis de las audiencias de radio en España entre 1939 y 1959. El interés proviene, en primer lugar, de la escasa atención que ha recibido su estudio histórico. Casi siempre dentro de obras de carácter general<sup>4</sup> o de eruditos estudios locales<sup>5</sup>, centrados en una emisora determinada<sup>6</sup> o anteriores al régimen franquista<sup>7</sup>, por citar algunos casos. El motivo es claro: las fuentes son escasas,

1 Clara Eugenia Núñez, “El capital humano en el primer franquismo”, en *Autarquía y mercado negro. El fracaso económico del primer franquismo (1939-1959)*, ed. Carlos Barciela (Barcelona: Crítica, 2003), 27.

2 “Una conversación sobre Radio con el Excelentísimo Sr. Ministro del Interior”, *Radio Nacional*, Burgos, 13 de noviembre, 1938, 1. Sobre el uso de la radio durante la Guerra Civil española, Javier Cervera, “La radio: un arma más de la Guerra Civil en Madrid”, *Historia y Comunicación Social* 3 (1998): 263-293.

3 Javier Tusell, *La dictadura de Franco* (Barcelona: Altaria, 1996), 249-264.

4 Ángel Faus, *La radio en España (1896-1977). Una historia documental* (Madrid: Taurus, 2007), y Armand Balsebre, *Historia de la Radio en España* (Barcelona: Cátedra, 2001). También, Francisco Sevillano, *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo* (Alicante: Universidad de Alicante, 1998).

5 Antonio Vallés, *Historia de la radio valenciana (1925-2000)* (Valencia: Fundación Universitaria San Pablo/CEU, 2000); Antonio Checa, *La radio en Sevilla (1924-2000)* (Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla, 2000).

6 Luis Zaragoza, *Radio Pirinenca. La voz de la esperanza antifranquista* (Madrid: Marcial Pons Historia, 2008), 333-362.

7 Francesc Espinet, “La recepció de la ràdio a Catalunya des dels seus inicis fins a la Guerra Civil (1924-1936)”, *Anàlisi* 16 (1994): 9-33.

están dispersas y no ofrecen demasiada fiabilidad en algunas ocasiones. Sin embargo, es necesario ofrecer un estudio de estas fuentes, hacer su crítica y brindar los resultados correspondientes para tener al menos un punto de partida desde el cual construir nuevas investigaciones.

El segundo aspecto de interés de esta investigación proviene de establecer la capacidad real de influencia de Radio Nacional de España como portavoz del régimen franquista, ya que ésta ostentaba el monopolio informativo en todo el territorio español desde la Orden de 6 de octubre de 1939. Algunas perspectivas históricas específicas y transversales como la Historia de la Comunicación Social ofrecen claves de interés para un mayor y mejor entendimiento de un período concreto, puesto que la comunicación constituye, junto a la política, la sociedad o la economía, una de las estructuras básicas de una determinada sociedad. En este caso, es importante conocer el alcance de un medio de comunicación como la radio pública, para valorar la eficacia de la propaganda en el sostenimiento de una dictadura como la franquista, que gobernó en España durante casi cuarenta años.

Este artículo parte de la hipótesis de que hubo audiencias diversas porque las diferencias regionales, sociales, políticas, económicas, incluso de género, eran muy marcadas en la España de entonces, y que la propaganda franquista, como la nazi, fue muy mecanicista: un mismo mensaje para todos sin tener en cuenta los gustos de los radioyentes<sup>8</sup>. Se han utilizado distintas fuentes alrededor de este planteamiento. De gran importancia han sido los *Anuarios Estadísticos de España* que recogen los datos oficiales sobre el pago del impuesto de radio-audición<sup>9</sup>. En el análisis de esta información hay que tener en cuenta que no todos los poseedores de radios pagaban la licencia anual. En ello influía tanto el evitar un pago más, como el no caer bajo un nuevo control administrativo. Las autoridades lo sabían. No obstante, son de gran utilidad para resolver dos cuestiones: estimar cuántos receptores de radio existían en España, y su evolución a lo largo del tiempo.

Los *Anuarios Estadísticos de España* no tienen continuidad durante el período que aquí nos importa: 1939 a 1960. En concreto, no hay datos entre 1943 y 1946 (ambos, incluso) y entre 1948 y 1954<sup>10</sup>. Pero esta laguna se ha cubierto con la valiosa información que ofrecen los

- 
- 8 El difícil camino de la radiodifusión pública para “adaptarse” a sus oyentes se ha analizado en Salvador Gómez, “Adoctrinando el futuro: las emisiones infantiles y juveniles de Radio Nacional de España durante el primer franquismo”, *Zer* 30 (2011): 135-152. También, Fátima Gil y Salvador Gómez, “Al oído de las mujeres españolas: las emisiones femeninas de Radio Nacional de España durante el franquismo (1937-1959)”, *Estudios Sobre el Mensaje Periodístico* 16 (2010): 131-143.
- 9 Una tasa establecida desde 1924 y reformada en 1930, 1943, y, de forma definitiva, en el Reglamento de Usos y Consumos de 27 de julio de 1946, recogida en *Boletín Oficial del Estado* (BOE), Madrid, 16 de abril, 1948.
- 10 *Anuarios Estadísticos de España* (Madrid: INE, 1943-1960), edición digital. Disponibles en el fondo digital del Instituto Nacional de Estadística. Se ha realizado una labor inicial con estos datos en Francisco Sevillano, *Propaganda y medios*, 95-109. Sin embargo, la interpretación de los datos es algo limitada.

*Statistical Yearbook* de la UNESCO para los años 1948 y 1953. Es difícil realizar valoraciones de tendencia. Éstas pueden ofrecerse si se supone que las ocultaciones fueron estadísticamente constantes (no hubo medidas gubernativas especiales para evitar este hecho) y que se ajustan al cuadro general sin rupturas llamativas y contradicciones con los datos de carácter cualitativo y testimonial que ofrecen otras fuentes. Por otro lado, con el material estadístico sobre las audiencias se ha realizado un análisis de contenido cuantitativo para establecer la evolución general del número de aparatos de radio en España, la misma evolución por regiones, así como la evolución del número de licencias.

Estas informaciones se han completado con las estadísticas publicadas en la *Gaceta de la Prensa Española*, los estudios realizados por el Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública en 1943 y 1945, y los correspondientes al Instituto de la Opinión Pública publicados 1953. Éstas son fuentes oficiales que han de tomarse con precaución, como incluso reconocía la prensa absolutamente controlada de la época<sup>11</sup>. Pero han aportado interesantes pistas sobre las audiencias de radio, los oyentes y los modos de oír la radio en los años tratados. También se emplea documentación localizada en el Archivo General de la Administración (AGA). Esta documentación es muy variada y permite conocer el pensamiento oficial y los objetivos a corto y largo plazos marcados para RNE. En el archivo del Ministerio de Asuntos Exteriores (AMAE) se han localizado circulares sobre la compra de aparatos de radio a Alemania e Inglaterra que permiten valorar el esfuerzo del régimen por convertir a la radio en un medio de comunicación de masas.

Las fuentes hemerográficas también han sido de gran valor para esta investigación. Se ha consultado tanto la prensa diaria nacional como internacional, que, junto a las revistas especializadas en radio (*Sintonía, Ondas, Radio Nacional*), han arrojado luz sobre los oyentes, a través de los artículos de fondo o del análisis de las cartas de los lectores publicadas en dichas revistas. Estos fondos se han completado con publicaciones de otros ámbitos como el *Boletín Informativo del Ministerio de Agricultura* (BIMA), donde también han aparecido informaciones de interés.

Todo esto se ha completado con el uso de otras fuentes de carácter indirecto para esta investigación, especialmente las que señalan otros medios contemporáneos de manera circunstancial<sup>12</sup>. Sobre todo, se ha atendido a tres que permiten una lectura

11 El diario *Informaciones* señalaba que “es interesante la consulta sistematizada de la opinión pública que realizan los institutos especializados [...] Claro que el resultado de estas encuestas sólo tiene un valor relativo [...] Si hay algo frágil, mudable, inabarcable e incoercible es la opinión pública”, Madrid, 2 de abril, 1952, 5.

12 Julio Montero y José Carlos Rueda, *Introducción a la Historia de la comunicación social* (Madrid: Ariel, 2001), 28-33.

de la sociedad de la época: los cómics (los *tebeos*, en el castellano de entonces)<sup>13</sup>, el cine español<sup>14</sup> y los escritos de ciertos testigos. Respecto a los primeros, se han examinado los contenidos de *Pulgarcito* (cuarta época, 1944-1947, y quinta época, 1947-1952) y *El DDT contra las penas*, conocida popularmente como *DDT* (de 1951 hasta 1959). La presencia de la radio en sus viñetas es irregular, pero su creciente presencia a lo largo de la década de los cincuenta permite inferir la popularidad del medio en esa época. De igual forma, se han analizado cien películas, producidas en este período y que fueron las más taquilleras de su época<sup>15</sup>.

El lugar que este cine costumbrista le otorga a la radio como elemento cotidiano nos permite desvelar la normalidad de dicho aparato en la vida media española. Conviene advertir que, tanto en los tebeos como en el cine, se ofrece una lectura estereotipada, exagerada y paródica de la vida cotidiana. Esto no supone un problema porque no se busca una interpretación literal, sino apreciar detalles que no aparecen en las estadísticas. Por último, dentro de los testimonios, el más revelador ha sido el de Layne R. Beaty, periodista norteamericano, autor de un informe sobre el Servicio de Información Agrícola en España, donde comenta, con interesantes observaciones, la presencia de la radio en el mundo rural. La suma de estos datos —junto con los obtenidos en las anteriores fuentes citadas— ha sido la base del análisis de contenido cualitativo llevado a cabo, en el que se valoran los hábitos de escucha, el interés por la radio y la programación y géneros radiofónicos más populares. También, las ausencias, la falta de referencias, tienen un valor significativo para este estudio.

Finalmente, las conclusiones ponen de manifiesto que la radio tuvo una expansión lenta, por las circunstancias económicas y sociales por las que atravesaba el país. El perfil y la idiosincrasia de las audiencias, además, estuvieron condicionados por las múltiples diferencias regionales, sociales, políticas, e incluso de género, existentes entonces. El Gobierno no tuvo en cuenta ni la variedad en los modos de oír la radio ni la composición y mentalidad del radioyente. Esta forma de proceder restó eficacia a los objetivos propagandísticos que el régimen se había fijado a través de Radio Nacional de España. Habrá que replantear su importancia o buscar otros de los pilares que sustentaron al franquismo, porque la radio no fue uno de ellos, ni el más importante ni el de mayor alcance.

13 Francisco Segado, *Un país de chiste: el humor gráfico durante la transición* (Madrid: Rialp, 2012), 13-20.

14 Robert Rosenstone, *History on Film/Film on History* (Harlow: Pearson, 2006), 11-31.

15 Fátima Gil, *Españolas en un país de ficción. La mujer en el cine franquista (1939-1963)* (Madrid: Comunicación Social, 2012), 15-16.

## 1. Receptores y licencias durante el primer franquismo

Por lo que se refiere a la radiodifusión, los objetivos de la administración franquista eran dos en 1939: la construcción de un modelo de radiodifusión que hiciera compatible la explotación privada con un rígido control gubernamental<sup>16</sup> y la popularización de los aparatos de radio: “que la Radio, como instrumento de Estado, llegue hasta la última aldea; para esto se puede llegar incluso a dotar gratuitamente de receptores”<sup>17</sup>. No obstante, pronto se vio que los recursos no permitían realizar ese plan, aunque se afirmará que “en ningún caso un Poder como el nuestro, nacido de la guerra y legitimado por la victoria, abandonará la Radio, pues sería abandonar precisamente la base de la educación cultural y política del pueblo español”<sup>18</sup>.

Las destrucciones de la Guerra Civil y el estallido casi inmediato de la Segunda Guerra Mundial dejaron la reconstrucción en manos de sus escasísimas posibilidades<sup>19</sup>. Así, pues, durante los años cuarenta y gran parte de los cincuenta, las principales dificultades para escuchar la radio en España estaban vinculadas a la pobreza del país: pocas emisoras y de baja potencia, deficiente fluido eléctrico, pobre calidad de las emisiones y, por encima de todas, la escasez de receptores de radio<sup>20</sup>. Además, estos aparatos eran un arma de doble filo para el régimen: facilitaban la recepción de la propaganda oficial, pero también podían escapar a su control. Por ello, se indicaba en una circular a las autoridades provinciales: “Con objeto de estudiar el alcance de la propaganda radiada, te ruego que de acuerdo con el director de la emisora de esa capital, procedas a realizar una lista de propietarios de aparatos receptores de toda la provincia”<sup>21</sup>. Ya que no se podían controlar las ondas de la radiodifusión, se intentaba hacerlo con los que podían “navegar” por ellas<sup>22</sup>.

El gráfico 1 recoge el número de licencias para usar aparatos de radio durante el período de 1936 a 1960. Por supuesto, el número de receptores era mayor que el de licencias, por precariedad económica, resistencia a un control de la hacienda y otros aspectos relacionados

16 Carlos Barrera, *Periodismo y franquismo. De la censura a la apertura* (Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1995), 82-84.

17 “Una conversación sobre Radio”, 1.

18 Antonio Tovar, “La radio como instrumento de propaganda”, *Radio Nacional*, Burgos, 16 de julio, 1939, 17.

19 Manuel Jesús González, *La economía política del franquismo (1940-1970). Dirigismo, mercado y planificación* (Madrid: Tecnos, 1979).

20 Antonio Checa, *La radio en Sevilla*, 86-89.

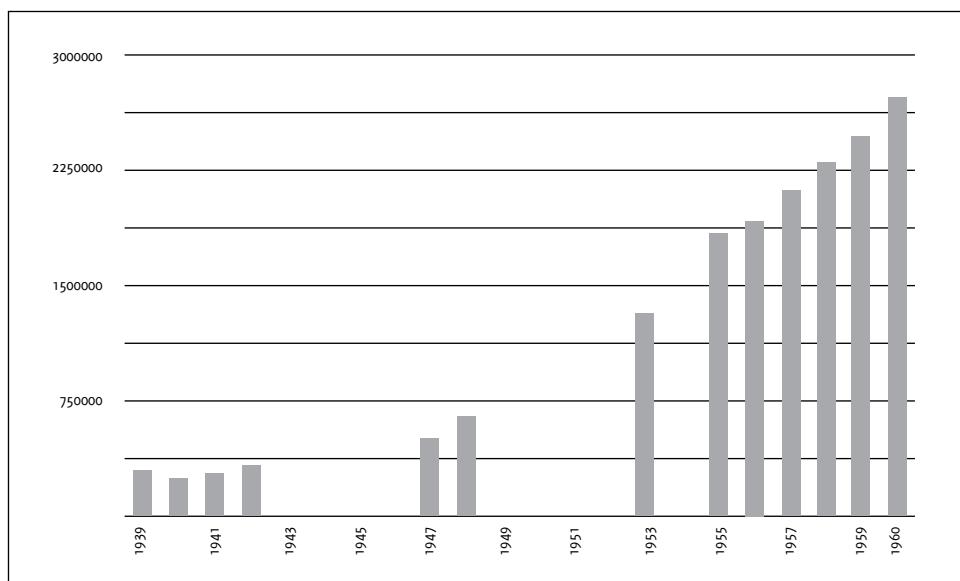
21 “Circular del Jefe del Departamento de radiodifusión de la Dirección General de Propaganda a los jefes provinciales de propaganda”, 7 de septiembre de 1940, Archivo General de la Administración (AGA), Alcalá de Henares-España, Sección Cultura (3) 49.01, leg. 21/1390.

22 Emeterio Díez, “La censura radiofónica en la España nacional (1936-1939)”, *Zer* 24 (2008): 108.

con la política. El propio Estado consideraba que los receptores eran el doble de las licencias<sup>23</sup>, como también hizo eco la prensa internacional:

“Faith and faith alone must guide the radio time buyer in Spain, in as much as the country hasn’t gotten around as yet to such things as radio surveys. The Spaniard characteristically takes a rather jaundiced view of survey statistics of any kind. He accepts albeit lightly, the Government’s estimate that there are 800.000 radio receiving sets in Spain. He may be allowed his scepticism because of the manner in which the Government estimates that 50 per cent of the Spaniards are dodging this tax. Last year 400.000 paid their radio taxes; ergo there were 800.000 sets!”<sup>24</sup>.

**Gráfico 1.** Evolución del número de aparatos radiorreceptores declarados oficialmente en España, 1939-1960



Fuente: elaboración propia. *Anuarios Estadísticos de España*. Madrid: INE, 1943-1960, y *Statistical Year Book*. Nueva York: UNESCO, 1948-1953.

23 Ingresos de publicidad radiada (delegación de Radio Nacional), 1959, AGA, Sección Cultura (3) 49. 01, leg. 15693.

24 Paul Kennedy, “Radio under Franco”, *New York Times*, Nueva York, 23 de marzo, 1947, X10.

En cualquier caso, desde estos datos se pueden establecer tres fases en la evolución de los aparatos de radio en España. La primera de ellas abarcaría desde 1939 hasta 1942. Durante los tres años que siguieron a la Guerra Civil hubo un claro estancamiento, incluso durante el primero, cuando el pago de las licencias retrocedió. La traducción a aparatos por mil habitantes fue de 11 a 12, lo que se explica por el contexto de posguerra y de dura escasez ya aludido. En fin, pocos aparatos y muy caros para un país pobre e incapaz de producirlos por sí mismo. Por ejemplo, una publicación oficial —*Radio Nacional*— se refería al hecho como un “círculo vicioso” y recordaba que “antes de erigir emisoras potentes o redes de emisoras para retransmisiones” se debía atender al “descuidado, olvidado y zarandead radioescucha”<sup>25</sup>. Desde luego, la situación económica general impedía que la demanda de aparatos receptores pudiera cubrirse. La política de autarquía económica tampoco facilitaba las cosas, porque la compra de aparatos de radio en el extranjero requería una autorización del Ministerio de Industria y Comercio<sup>26</sup>.

De igual forma, los datos de fabricación e importación de receptores del cuadro 1 manifiestan la incapacidad española para fabricar aparatos al finalizar la Guerra Civil y la necesidad de recurrir a la importación. La consecuencia fue la caída de los receptores disponibles. El descenso de los aparatos fabricados en España y las limitaciones de la autarquía condujeron a una situación paradójica: se intentaban acuerdos para comprar receptores a Alemania e Inglaterra. Estas negociaciones, por lo que se aprecia en la documentación estudiada en el Ministerio de Asuntos Exteriores, se demoraron y no condujeron a nada concreto. Esto se comprende si se tiene en cuenta que la Guerra Mundial estalló en septiembre de 1939<sup>27</sup>.

**Cuadro 1.** Fabricación e importación de receptores, 1936-1944

Año	Fabricación	Importación	Total	Índice 100
1936	180.000	15.000	195.000	100
1941	4.000	40.000	44.000	22,56
1944	6.000	50.000	56.000	28,71

Fuente: elaboración propia. Juan del Arco, “Desarrollo de la industria radioeléctrica nacional”, *Radio Nacional*, Madrid, 6 de mayo, 1945, 13-14.

25 Emiliano Acedo, “El círculo vicioso”, *Radio Nacional*, Madrid, 6 de abril, 1939, 1.

26 Orden de 20 de febrero de 1941, *BOE*, Madrid, 22 de febrero, 1941.

27 “Circular de comercio para la compra de aparatos de radio a Alemania”, octubre de 1938, Archivo del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (AMAE), Madrid-España, leg. R.1034, exp. 18, y “Términos para la importación de aparatos de radio con Inglaterra”, junio de 1939, AMAE, leg. R.1181, exp. 56.

Estas circunstancias explican que el descenso que se aprecia en 1941 —en las tres cuartas partes del correspondiente a 1936— no se hubiera recuperado aún en 1944. La contracción de la oferta incrementó los precios, aunque la escasez de recursos no permitía absorber los aparatos puestos en el mercado. Desde la revista *Radio Nacional* se describía esta situación en términos cómicos, pero manifestaba una patente dificultad. Se reconocía que adquirir un aparato de radio estaba vedado a todos, menos a:

“Los pocos aventurados radioescuchas que han necesitado que les toque la lotería, heredar a una tía rica o ser director de un Banco [...] A menos que se trate de un desequilibrado de los que se pasan sus noches al sereno para descifrar los signos cabalísticos de un plano para construir su receptor con los desechos [sic] de un somier, una caja de puros vacía, la bomba de inflar neumáticos de una bicicleta y la pila seca de una linterna”<sup>28</sup>.

La misma fuente califica de desorbitado el precio de los aparatos. Además, era obligatorio el pago de la licencia anual de radiodifusión (doce pesetas al año). Eso sin contar, según la revista oficial, con el insuficiente fluido eléctrico que provocaba un gran número de averías (especialmente en las válvulas y lámparas electrónicas). Mientras que el segundo período señala los avances hacia una recuperación de las audiencias entre 1943 y 1948, en donde se pasa de los once aparatos por mil habitantes en 1939 a veinticinco para 1948. Esta mejora no la percibía la opinión pública. De hecho, es curioso que en 1945 una editorial de una publicación gubernamental afirmara:

“Por los precios que en España alcanzan a los aparatos receptores, parece que sólo la burguesía tiene acceso a los honestos placeres de la radio. Por menos de 1.500 pesetas no se compra un receptor casi malo; los medianos rebasan las 2.000; los buenos alcanzan casi cifras cósmicas. Ninguna de éstas está al alcance de los bolsillos de los españoles modestos. Por lo tanto se impone con carácter de urgencia la tarea de popularizar la radio. Necesitamos receptores a precios asequibles. ¡Ningún hogar sin radio, y en cada hogar, la familia en torno a la radio!”<sup>29</sup>.

En conclusión, la modesta tasa de crecimiento que tuvo lugar durante este período indica que un aparato de radiodifusión continuaba siendo un gasto asumible sólo para una familia relativamente bien situada<sup>30</sup>. No podían pensar en ello la mayoría de las clases

28 Emiliano Acedo, “El círculo vicioso”, 1.

29 “Editorial”, *Radio Nacional*, Madrid, 6 de febrero, 1944, 1.

30 Antonio Checa, *La radio en Sevilla*, 87.

populares o campesinas. La tibia recuperación de las audiencias presentaba un panorama poco optimista para un medio en el que, paradójicamente, la propaganda oficial depositaba tantas esperanzas<sup>31</sup>.

No será hasta 1949 que se pueda hablar de un tercer y último período de crecimiento y consolidación del número de receptores en España. En este proceso se pueden distinguir tres oleadas. La primera, de 1949 a 1953, fue muy modesta. Por mucho que se declarara “¡Ningún hogar sin radio, y en cada hogar, la familia en torno a la radio!”<sup>32</sup>, la misma publicación, en 1950, constataba el retraso español: “aparte la desidia de ciertos extensos sectores de nuestra población, anotamos nosotros el excesivo coste de los receptores y la falta de uno de tipo popular que con pequeño desembolso, adecuado a las posibilidades de la mayoría de la población, garantice un servicio eficaz”<sup>33</sup>. La pobreza del país y el retraso tecnológico de la industria seguían pesando. Con todo, la ligera recuperación económica y la progresiva apertura al exterior hicieron que el número de licencias casi se triplicara: de los veinticinco receptores por cada mil habitantes de 1948 (un total de 657.000) se pasa al doble en 1953. Por supuesto, la proporción de receptores por habitante era muy baja, a pesar de este incremento cualitativo. Esta segunda oleada (de 1953 a 1955) supone el gran “salto” cuantitativo en la evolución del número de licencias. El incremento en esos dos años es superior al medio millón de aparatos. Una cifra que no se repetiría en el resto de la década. En 1955 será el triple que en 1948, con un incremento del 280% y 63 receptores por mil habitantes. El comentario oficial a estas cifras decía en 1953:

“En una palabra, ayer como hoy, los españoles oyen la radio. Para un trabajador medio, en 1943, era poco menos que imposible la adquisición de un receptor [...] el poseer un receptor era un lujo reservado a las clases elevadas. Hoy, las ventas sistemáticas, la implantación de la costumbre de compra a plazos, y la indudable mejora de la posición económica de las clases débiles, son factores que contribuyen indudablemente a que en España se escuche la radio en todos los sectores y en todos los tiempos”<sup>34</sup>.

Así, pues, la popularización del aparato de radio se sitúa, dentro de la tercera oleada, entre 1955 y 1960, cuando los receptores de radio se universalizan como “electrodomésticos

31 “Misión de la Radio en el estado futuro”, *Radio Nacional*, Burgos, 26 de febrero, 1939, 1.

32 “Ningún hogar sin radio”, *Sintonía*, Madrid, 1º de mayo, 1949, 1.

33 “Receptores en el mundo”, *Sintonía*, Madrid, 16 de septiembre, 1950, 1.

34 “Cómo oían los españoles la radio en 1943”, *Opinión. Boletín del Instituto de Opinión Pública*, Madrid, 12 de mayo, 1953, 14.

del ocio". El Instituto de la Opinión Pública señalaba que, en 1954, los objetos electrónicos más regalados habían sido los receptores de radio, seguidos de los aparatos de calefacción y lámparas. Ya en 1955 fueron desplazados a un tercer puesto, por detrás de las ollas a presión y las lavadoras eléctricas<sup>35</sup>, pero desde 1956 superó en difusión a la prensa diaria<sup>36</sup>. De este modo, al comenzar los sesenta, los receptores declarados se habían multiplicado por cuatro respecto a 1942. Por entonces, y hasta que fuera superada por la televisión, la radio fue la principal fuente de ocio y el principal medio de comunicación de la sociedad española.

### 1.1. Distribución geográfica de receptores (1939-1959)

La distribución de los receptores de radio no fue homogénea. Las cifras presentadas en el cuadro 2 indican una concentración en la franja noreste de la Península. En realidad, un triángulo con vértices en Gerona, Alicante y Vizcaya, y dos "islas": Madrid y Baleares. Dentro de este triángulo, el País Vasco, Navarra y Cataluña tienen los mejores índices. En segundo lugar se sitúan Cantabria y Castilla y León, por encima de la media nacional, pero muy por detrás de los niveles de concentración del gran triángulo y las "islas". Por otro lado, Castilla-La Mancha, Andalucía, Extremadura, Murcia y Galicia conforman las regiones con peor dotación radiofónica en cuanto a receptores.

El 38% de la población española disfrutaba de un porcentaje que varía entre el 66 y el 71% del total de aparatos de radio. El País Vasco, Navarra, Logroño y Aragón, por ejemplo, no llegan al 10% de la población en 1959<sup>37</sup> y disponen del 28,26% de los receptores. El número de receptores mejoró gradualmente en toda España, de manera especial en las zonas más ricas y de mayor concentración urbana. Pueden distinguirse cuatro grandes grupos de regiones. En el primero, Madrid constituye una excepción en el panorama nacional: es la única provincia que supera los ciento cincuenta receptores por mil habitantes: 165,87. El segundo grupo tiene unos índices notablemente inferiores, como el País Vasco, con tan sólo 131,56. La diferencia, además, se acentúa con el paso del tiempo, como muestra el gráfico 2.

35 "Segunda encuesta sobre las ventas extraordinarias de Navidad", *Opinión. Boletín del Instituto de Opinión Pública*, Madrid, 10 de julio, 1956, 8.

36 Francisco Sevillano, *Propaganda y medios*, 107.

37 "Población calculada, por provincias, en 1 de julio de cada año, 1951-1960", *Anuarios Estadísticos de España* (Madrid: INE, 1960), 82, edición digital.

**Cuadro 2.** Evolución de las licencias por regiones, 1940-1959

	1940		1947		1955		1959	
<b>Andalucía</b>	6,00	100	8,81	146,00	33,23	553,00	46,21	770,00
<b>Aragón</b>	12,33	100	23,14	187,00	59,75	484,00	82,89	672,00
<b>Asturias</b>	7,00	100	7,06	100,00	37,12	530,00	56,92	813,00
<b>Baleares</b>	15,00	100	15,80	105,00	91,59	610,00	132,72	884,00
<b>País Vasco</b>	15,67	100	36,60	233,00	89,84	573,00	131,56	839,00
<b>Canarias</b>	6,50	100	8,88	136,00	26,36	405,00	38,88	598,00
<b>Cantabria</b>	9,00	100	13,83	153,00	65,88	732,00	77,01	855,00
<b>Castilla-La Mancha</b>	3,00	100	9,72	324,00	43,15	1.438,00	69,21	2.307,00
<b>Castilla-León</b>	8,00	100	12,95	161,00	50,45	630,00	70,35	879,00
<b>Cataluña</b>	14,25	100	31,33	219,00	88,04	617,00	114,36	802,00
<b>Extremadura</b>	4,00	100	8,61	215,00	24,56	614,00	35,11	877,00
<b>Galicia</b>	4,00	100	7,44	185,00	17,78	444,00	21,77	544,00
<b>Madrid</b>	14,00	100	45,28	323,00	160,75	1.148,00	165,87	1.184,00
<b>Murcia</b>	6,00	100	6,04	100,00	36,67	611,00	47,34	789,00
<b>Navarra</b>	16,00	100	23,08	144,00	70,69	441,00	109,81	686,00
<b>Logroño</b>	12,00	100	17,97	149,00	59,39	494,00	61,85	515,00
<b>Valencia</b>	11,33	100	20,02	176,00	78,52	692,00	104,39	921,00
Número de licencias por 1000 habitantes	Índice 100							

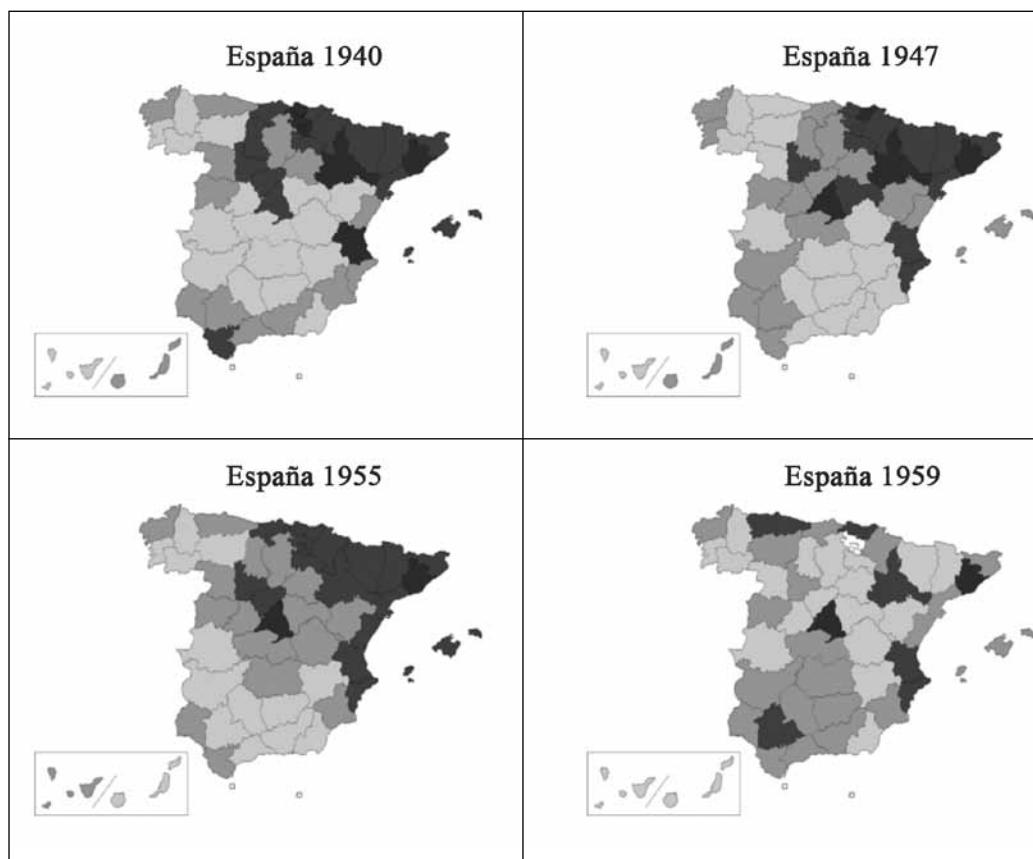
Fuente: *Anuarios Estadísticos de España*. Madrid: INE, 1943, 1948 y 1960.

Además del País Vasco, este grupo lo componen el “triángulo radiofónico” del noreste, por Cataluña, Navarra, Valencia y Baleares. Estas ciudades superan los 100 receptores por mil habitantes, aunque hay claras diferencias entre ellas: Valencia tiene un índice de 104,39, frente al 131,56 del País Vasco, en 1959. Por último, las principales diferencias se establecen en los dos últimos grupos. El tercer y cuarto grupos se instituyen en función de estar por encima o debajo de los cincuenta aparatos por mil habitantes. En el tercero se integran Aragón, Cantabria, Castilla-León, Castilla-La Mancha, Logroño y Asturias; mientras que en el cuarto, Andalucía, Murcia, Canarias, Extremadura y Galicia.

Por lo tanto, a grandes rasgos pueden ubicarse dos zonas: la España que escucha la radio, frente a la que apenas lo hace. Las primeras son provincias de mayor desarrollo industrial, de instrucción, densidad de población y renta. Las segundas están asociadas a economías agrícolas y mayor dispersión de la población. En tanto, no se está ante diversas actitudes ante la radio, sino ante la posibilidad de tener o no un receptor de radio. Éste sería entonces un indicador más de desarrollo económico y de modernidad. La desigualdad

regional no es homogénea. La distribución de receptores revela importantes diferencias entre las audiencias radiofónicas pero no ilustra sobre las disparidades entre núcleos urbanos y áreas agrícolas, que son claves en la popularización de la radiodifusión. Una aproximación más detallada por provincia ofrece más posibilidades.

**Gráfico 2.** Evolución del número de aparatos receptores por 1000 habitantes, 1940-1959



Fuente: elaboración propia. *Anuarios Estadísticos de España*. Madrid: INE, 1943, 1948 y 1960.

Así, a partir del gráfico 2 se distinguen cuatro categorías que provienen de los datos del cuadro 2. Aquellas regiones que se encontraban por encima o muy por encima de la media y, por otro lado, aquellas por debajo o muy por debajo de la media en cuanto a la distribución de receptores por provincias. Se puede ver cómo, por ejemplo, en Aragón se distingue claramente entre Zaragoza, con un índice muy elevado respecto a la media; Huesca, con un índice en la media, y Teruel, en cambio, bastante por debajo. Las cifras de 1959 referidas a Madrid, Barcelona, Vizcaya, Guipúzcoa, Asturias, Sevilla, Valencia y Alicante confirman la relación entre urbanización alta (peso relativo alto de las ciudades respecto al conjunto provincial) y mayor difusión de la radio.

Desde luego, el paso del tiempo y la progresiva mejora económica redujeron poco a poco las diferencias; aunque las zonas mejor situadas en cuanto a dotación de receptores por mil habitantes en 1940 eran las mismas que en 1959. En conclusión, si bien las diferencias entre provincias disminuyeron, las distancias entre la ciudad y el campo no se resolvieron durante este período.

## 1.2. La radio: un “ocio” urbano. Los problemas de la radio en el campo

En este artículo se ha planteado que los años cuarenta no fueron propicios para la radio-difusión en España: pocos receptores y caros, cortes del suministro eléctrico y transmisiones intermitentes y de baja calidad. Estas deficiencias se agravaban notablemente en la España rural. Los organismos oficiales reconocían la gravedad de la situación. En 1949, las propias voces oficiales lo expresaban de esta forma:

“[...] Estimo fundamental y de gran importancia: resolver el problema de la falta de receptores en el campo, ya que con ser mucha la masa de agricultores que nos escuchan [...] una encuesta recientemente realizada por nuestro Servicio ha puesto de manifiesto que, debido a la falta de receptores, son muchísimos todavía los agricultores, hermandades y entidades vinculadas al agro a quienes escapan nuestros programas radiofónicos”<sup>38</sup>.

Las autoridades franquistas se enfrentaban a un problema fundamental: la radio se percibía como un medio clave para hacer llegar a la población todo tipo de mensajes. Pero la pobreza y las destrucciones de la guerra —junto con las dificultades exteriores que exigía la reconstrucción de Europa tras la Segunda Guerra Mundial— impedían la efectiva

---

38 “España agrícola”, *Sintonía*, Madrid, 1º de septiembre, 1947, 47.

popularización de la radio en España por falta de receptores. En el campo esta falta de aparatos era la norma general:

“Vista la gran difusión que alcanzan en el campo español las emisiones agrícolas radiadas del Servicio de Capacitación y Propaganda del Ministerio de Agricultura, se hace patente la necesidad de distribuir, en la forma que oportunamente se determinará, entre agricultores modestos, Hermandades, Cooperativas y otros Centros rurales, un determinado número de aparatos de radio que les permitirá conocer en todo momento los avances de la agricultura en todos sus aspectos y la divulgación que a tal fin quieran darle los organismos oficiales dependientes del Ministerio de Agricultura”<sup>39</sup>.

Se ofrecía a las fábricas de aparatos receptores la seguridad de compra de un número mínimo de receptores. La iniciativa no tuvo eco. Quizá porque los fabricantes prefirieran ponerlos directamente en el mercado a unos precios, como se ha visto, astronómicos y muy ventajosos para ellos. La iniciativa gubernamental manifiesta dos cosas. Por un lado, el interés del Estado por estar presente en las zonas rurales a través de la radio. En este caso, el interés se acentúa, en parte, porque, además, se había puesto en marcha un plan de capacitación agraria por radio<sup>40</sup>. Por el otro, es un reconocimiento claro de la escasez de receptores en las zonas rurales, tan acusada que ni siquiera el Estado podía hacerse presente mediante las ondas en más de la mitad de España.

Todavía en 1950 esta deficiencia era tan palpable que se ofrecía como explicación al propio Franco de las dificultades para modernizar el campo español, en el correspondiente Congreso Nacional de Agricultura: “España tiene planteado un grave problema de producción por la insuficiencia de algunas de sus cosechas fundamentales”. Junto a las sequías, la producción insuficiente, el aumento demográfico y el aislamiento exterior, se presentaba otra dificultad: “la educación del obrero agrícola [que] precisa de una intensa labor de propaganda, realizada a través de la radio”<sup>41</sup>. Esta escasez hizo que se volvieran habituales formas de escuchar la radio de carácter colectivo, como señalaba un informe americano de 1954: “A la costumbre del campo español de emplear la propagación oral de informaciones [...] es todavía de primera importancia en España, gracias a la costumbre de que tienen las familias campesinas de vivir en los

39 BOE, Madrid, 6 de junio, 1949.

40 *Boletín Informativo del Ministerio de Agricultura (BIMA)*, Madrid, marzo-abril, 1952, 3.

41 “Resumen de las Conclusiones leído ante el Jefe del Estado por el Sr. Secretario General del Congreso”, *BIMA*, Madrid, marzo-abril, 1950, 3.

pueblos, las reuniones en casinos y bares y las Hermandades que reúnen a los trabajadores del campo”<sup>42</sup>.

En 1953 los datos oficiales que publicaba el Instituto de Opinión Pública señalaban que las diferencias más acusadas en cuanto a las formas de entretenimiento popular entre campo y ciudades, se daban en la utilización o no de la radiodifusión. Ciertamente, quienes vivían en ciudades de tamaño intermedio superaban en diez puntos en este aspecto a aquellos que vivían en zonas rurales. El cuadro 3 ilustra mejor esta situación:

**Cuadro 3.** ¿Hizo usted ayer alguna de estas cosas?

	Rurales	Intermedios	Urbanos
Oír la radio	40,50%	51%	53,50%
Pasear	19%	23,50%	25%
Visitas	14,50%	18,50%	12,50%
Ir al cine	8,50%	9,50%	11,50%

Fuente: elaboración propia. *Opinión Boletín del Instituto de Opinión Pública*, Madrid, Noviembre-diciembre, 1953, 34.

Lo que muestra este cuadro es que la carrera de la radio discurrió a diferentes velocidades en el campo y en la ciudad. Por supuesto, no todas las áreas rurales eran iguales, pero los datos disponibles no permiten, de momento, una mayor precisión.

## 2. Una aproximación a los intereses de las audiencias. De la invisibilidad de los cuarenta a la omnipresencia de los cincuenta

A lo largo de estas páginas se han señalado las limitaciones de las fuentes por su fragmentación, origen y discontinuidad. No obstante, algunas fuentes permiten abordar con prudencia un análisis más detallado de las audiencias. Los datos para los años cuarenta

42 “Resumen del estudio del Servicio de Información Agrícola y su técnica en España, realizado por el señor Layne R. Beaty”, *BIMA*, Madrid, noviembre-diciembre, 1954, 18. La familiaridad de este modo colectivo de escuchar la radio en zonas rurales quedó reflejada también como tópico referente de la realidad en la película *Historias de la Radio* (Sáenz de Heredia, 1955). Al presentar el pueblo en que tenía lugar la acción, se le describía como “un pueblecito perdido en la sierra, olvidado de todos, menos de sus veinte docenas de habitantes, de los inspectores de usos y consumos y de la radio, que también se acuerda de todos”. A lo largo de la película se reitera la imagen de todos los habitantes, concentrados en la plaza del pueblo, escuchando una radio conectada a un altavoz.

provienen de las encuestas realizadas por el *Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública* en 1943 y 1945<sup>43</sup>. Como era de esperar por las fechas y situación del país, los informes carecen del rigor que cabría suponer, y su utilización política es clara. Sin embargo, se puede considerar un acercamiento válido a la percepción de las audiencias que tenían las élites franquistas.

Sirve de ejemplo —y se ofrece con un mero interés indicativo— el cuadro 4, que muestra la intensidad de la audiencia de radio en España según las tendencias políticas. El propio interés de los datos que ofrece es relativo, puesto que era imposible en la España de entonces que algún encuestado se declarara rojo o separatista, porque eran delitos políticos. Hay que pensar, por tanto, que las cifras responden a un cálculo de los autores del informe, y es imposible saber en qué se basaban. A pesar de ello, estos datos ilustran sobre lo que se pensaba: rojos (30,6%) y separatistas (58,5%) eran quienes menos oían la radio. Parece deducirse que estos dos grupos de enemigos del régimen son los que más desconfían de una radio intervenida. Por el contrario, los falangistas parecen hacer guardia de forma permanente ante el receptor (94%); les siguen los monárquicos (70,2%), derechas en general (62,67%) y tradicionalistas (62,3%). Sólo los que carecen de ideas políticas atienden tan poco a la radio como los enemigos (44,42%). El informe parece presentar a la falange y a sus gentes en el máximo de la concienciación política. No es extraño que se subraye la importancia de su militancia y que la indiferencia política se ponga en paralelo con la de los enemigos. En conclusión, se trata de un curioso (y poco riguroso) uso de una herramienta estadística para alinear tendencia política y consumo de radio.

**Cuadro 4.** Influencia de las tendencias políticas en la audición radiofónica en 1944

	Falangistas	Monárquicos	Derechas	Tradicional	Sin ideas políticas	Rojos	Separatistas
Oye la radio	65,09	70,22	62,67	62,33	44,42	30,6	58,19
No la oye	34,91	29,78	37,33	37,67	55,58	63,4	41,01

Fuente: elaboración propia. “Cómo oyen los españoles la radio”, *Boletín del Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública*, Madrid, 15 de abril, 1945, 5.

43 “Cómo escuchan los españoles la radio”, *Gaceta de la Prensa Española* 18, Madrid, noviembre, 1943, 364-372. También “Cómo oyen los españoles la radio”, *Boletín del Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública*, Madrid, 15 de abril, 1945, 3-59.

Si los pobres son los que menos escuchan la radio y los que menos leen la prensa, el sentido político de este hecho no intranquiliza a un comentarista, que expone lo siguiente: “Los pobres son predominantemente rojos; las clases medias predominantemente moderadas; los ricos predominantemente conservadores; los jóvenes predominantemente falangistas, etc.”<sup>44</sup>. Poco antes, este “coyunturista”, que informaba estos resultados, ofrecía una consideración de interés: que los que leían más asiduamente la prensa diaria también escuchaban la radio más que los demás<sup>45</sup>. De hecho, según la encuesta de radio de junio de 1944, el 62,12% de los que leían el periódico decía oír la radio. Posteriormente comentaba este “testigo”:

“Consecuentemente a lo ya observado en el estudio de la influencia del grado de instrucción, vemos que son precisamente estos grupos políticos [“rojos” y “separatistas”] los que coinciden con los sectores de poca cultura y, por tanto, en los que se da un menor interés por las informaciones, que se traduce en una más fácil satisfacción de su necesidad de las mismas”<sup>46</sup>.

Esta cita permite ver cómo un estudio de audiencias promovido por el Estado reconoce su incapacidad para hacer de la radio un medio clave de información de masas, que era justo el papel que se le había asignado oficialmente como “un instrumento más al servicio de la política del Caudillo y del Estado falangistas”<sup>47</sup>. Más aún cuando las referencias a la influencia de la clase social y la ideología en las audiencias de radio se complementaban con los datos referidos a la frecuencia de escucha. El informe de 1942 señalaba que casi la mitad de la muestra (el 47,2%) escuchaba diariamente la radio; mientras el 25,51% lo hacía de vez en cuando y el 27,29% con algún suceso importante. La encuesta de 1945 cifraba esta frecuencia diaria en el 57,6%, aproximadamente once millones de oyentes<sup>48</sup>. Aunque no existen datos correspondientes a la segunda mitad de los cuarenta, se puede inducir una recuperación, todavía lenta y acorde al contexto económico, que prepara —en cierta forma— el “salto” de principios de los cincuenta.

Sobre las formas de escuchar la radio, la cultura del momento y las condiciones económicas apuntan, con insistencia, a dos modelos de audición colectiva. La primera se producía en bares, plazas de pueblo y casas de la cultura, en la que el seguimiento de eventos destacados unía a aquellos que no disponían de un receptor. Esta dinámica se mantuvo, al menos, durante la década de los cincuenta. Dos fuentes lo atestiguan: en primer lugar, el informe de Layne R. Beaty —conocido

---

44 “Cómo oyen los españoles”, 5.

45 “Cómo oyen los españoles”, 5.

46 “Cómo oyen los españoles”, 37.

47 *Radio Nacional*, Madrid, 25 de enero, 1942, 1.

48 “Cómo oyen los españoles”, 3.

locutor estadounidense de temas agrícolas—, que señalaba cómo “a la costumbre del campo español de emplear la propagación oral de informaciones [...] es todavía de primera importancia en España, gracias a la costumbre de que tienen las familias campesinas de vivir en los pueblos, las reuniones en casinos y bares y las Hermandades [sic] que reúnen a los trabajadores del campo”<sup>49</sup>.

El segundo modelo de audición colectiva era de tipo familiar<sup>50</sup>. Todos los miembros de la familia oían los mismos programas, aunque no todos los escucharan con la misma atención. El receptor estuvo cada vez más tiempo encendido, pero sólo había uno en cada familia: por un lado, por la ampliación progresiva de los tiempos de emisión de todas las cadenas<sup>51</sup> y, por el otro, por el ajuste de los programas a ciertos públicos: amas de casa, niños, entre otros. Por ejemplo, las encuestas de 1943 y 1945 muestran que la audiencia se concentraba en las noches después de cenar (42,2%) y durante la sobremesa (32%). Pero también, que casi las tres cuartas partes de los radioescuchas conectaban los “diarios hablados” y continuaban un rato más: bien hasta el momento de acostarse o hasta el regreso del trabajo (la jornada partida con almuerzo en casa estaba muy extendida en unas ciudades aún pequeñas)<sup>52</sup>.

Es llamativo entonces que la representación del hecho de escuchar la radio en otros medios (cine o cómic) sea más bien escasa. De hecho, en las cien películas más taquilleras estrenadas en España en la década de los cuarenta sólo tres recogen referencias anecdotásicas a la radio y sin relación directa con las audiencias. Los tebeos tampoco ofrecen datos de interés. Esta “invisibilidad” podría confirmar que la presencia de la radio en los hogares y en la vida de los españoles no era un rasgo común y ampliamente extendido.

## 2.1. Una audiencia consolidada para dos modelos de radio: la década de los cincuenta

Aunque los cincuenta fueron los años de gran extensión de la radio en las ciudades españolas, apenas hay estudios o informes oficiales sobre las audiencias de este período<sup>53</sup>.

49 “Resumen del estudio del Servicio”, 18.

50 José Juanes, “Importancia de la radio en la vida familiar”, *Radio Nacional*, Madrid, 8 de marzo, 1942, 4. Las propias representaciones de la audición de radio en *Radio Nacional* señalan este caso. Por ejemplo, la portada del número 330 en que podemos observar una foto paradigmática: la familia reunida en torno al aparato de radio (*Radio Nacional*, Madrid, 4 de marzo, 1945, portada).

51 Ángel Faus, *La radio en España*, 795-799; Armand Balsebre, *Historia de la Radio*, 75.

52 “El horario de la vida española”, *Sintonía*, Madrid, 1º de noviembre, 1949, 5.

53 En el número de mayo de 1953 de *Opinión. Boletín del Instituto de Opinión Pública* se hace referencia a otra encuesta sobre hábitos y formas de escuchar la radio de ese mismo año. Sin embargo, no se ha localizado ninguna referencia a dicha encuesta ni en las revistas de la época ni en dicho boletín.

De ahí la necesidad de recurrir a otro conjunto de fuentes, como el cine y los tebeos publicados en periódicos o revistas. Teniendo en cuenta que la consolidación de la radio como electrodoméstico del ocio comienza en 1953, se observa en estos documentos visuales su vinculación a una clase media urbana, más o menos desahogada. Las referencias, en el caso de los tebeos, la sitúan como la forma favorita de ocio individual o en grupo, en donde muchos personajes encienden la radio como forma de distracción, y algunos, de forma exagerada, distribuyen su tarde en función de la programación radiofónica. La representación que se hace de la audiencia de estas emisiones es mayoritariamente femenina, con algunas excepciones. En ella, se destaca su fidelidad, que se caracteriza entre extremos violentos frente al serial radiofónico, el alto grado de ensimismamiento y de implicación en lo relacionado con este medio popular.

Más allá de estas exageraciones, la presencia de la radio en la intimidad del hogar es una constante a través de una creciente continuidad en sus emisiones, más de diecinueve horas diarias<sup>54</sup> por emisora. En cierta medida, el aparato de radio organizaba algunos aspectos del día para sus audiencias a través de su parrilla. En ese sentido, conviene diferenciar dos grandes modelos de programación: 1) un modelo informativo vinculado a Radio Nacional de España que debía apartarse de las veleidades de la radio comercial, 2) el modelo de radio comercial vinculado a las emisoras privadas, especialmente a la SER (Sociedad Española de Radiodifusión).

En 1952 los datos de una nueva encuesta señalan que la cadena más oída es Radio Nacional de España, con el 44,5%, y la segunda, Radio Madrid, con el 27,4% de los encuestados<sup>55</sup>. Las cosas cambian cuando se reconocen programas y locutores. El locutor más popular es Bobby Deglané (de Radio Madrid), por delante de Carlos Alcaraz y Matías Prats (de RNE), vinculados a la información deportiva. En programas de entretenimiento, especialmente los concursos y los de carácter musical ganan con gran diferencia: Radio Madrid (SER), con *Cabalgata de fin de semana* (36,5%), mientras que los de RNE, aunque tenían una temática similar, apenas importan: *Fiesta en el aire* (4,3%) y *Nuestra Zarzuela* (3,1%). Esta popularidad de unos programas frente a otros responde a un amplio grupo de motivos que exceden el propósito de este trabajo, tales como el carisma de los presentadores, los tipos de actuaciones, el rol “oficial” de una emisora frente a otra, entre otro conjunto de elementos.

54 Juan Munsó, *Escrito en el aire. 50 años de Radio Nacional de España* (Madrid: RTVE, 1988), 82-85.

55 “La popularidad en España. Preferencias del público en espectáculos”, *Opinión. Boletín del Instituto de Opinión Pública*, Madrid, 10 de junio, 1952, 3.

Estos mismos datos se encuentran al año siguiente<sup>56</sup>: Radio Nacional de España (Madrid) acapara el 42% de las escuchas, seguida de Radio Madrid (SER), con el 25%, y en tercera posición aparece Radio Nacional de España, en Barcelona, con el 6%. De nuevo, en programas, Radio Madrid no tiene rival: *Cabalgata de fin de semana*, 43%. Los de RNE se pierden en porcentajes muy bajos. Del mismo modo, Radio Nacional de España careció de protagonismo en el entretenimiento radiofónico. Jesús Suevos, su director entre 1951 y 1957, mantuvo un enfoque de programación doctrinal, sin apenas interés por el entretenimiento. En 1955 reconocía: “No hay ningún programa que me guste del todo. No obstante algunas emisiones del tercer programa de Radio Nacional de España me han interesado y gustado [...] Mis gustos son bastante exigentes, desde el punto de vista artístico y literario”<sup>57</sup>. Lo que Munsó Cabús ha afirmado de los espacios dramáticos de RNE pudiera constituir un buen resumen sobre lo que fue el conflicto en la lucha por la audiencia: “Posiblemente si RNE hubiera elegido el serial radiofónico, puro y duro, la Cadena SER no hubiera alcanzado su esplendorosa hegemonía. La radio pública apostó por el teatro serio, como pone de manifiesto su *Teatro Invisible* y su *Retablo de la voz al viento*, *El caballero de Olmedo* y muchas otras”<sup>58</sup>.

Las entregas de los premios Ondas durante la década de los cincuenta, con las oportunas reservas, puesto que eran estímulos que concedía la propia Sociedad Española de Radiodifusión, ofrecen un panorama de gran interés para esta investigación. Desde luego, son constantes los premios a los programas informativos de Radio Nacional de España; pero no podía ser de otra manera, cuando el Estado había establecido su monopolio sobre la información nacional e internacional. Igualmente, se conceden algunos a la difusión musical que realiza la cadena estatal, como lo fueron los premios Ondas por la divulgación musical en 1954, 1956 y 1957. Sin embargo, rara vez obtuvo premios por su labor de entretenimiento, y cuando llegaban, éstos estaban más vinculados a personas —por ejemplo, Matías Prats o Enrique González Estéfani— que a programas.

La relación de la audiencia de la década de los cincuenta con esos dos modelos que se han desarrollado también presenta referencias indirectas en el cine. En éste se presentan tres grandes usos lúdicos para la radio: primero, como vehículo para seguir las retransmisiones deportivas como el boxeo, en *El tigre de Chamberí* (Pedro Luis Ramírez, 1957), o el fútbol, en *Las chicas de la Cruz Roja* (Rafael Salvia, 1958). En estas ocasiones, la audiencia es

---

56 “42 por 100 de los españoles, asiduos oyentes de Radio Nacional de España”, *Opinión. Boletín del Instituto de la Opinión Pública*, Madrid, 9 de febrero, 1953, 12.

57 “Aquí, el director general de Radiodifusión”, *Ondas*, Madrid, 15 de mayo, 1955, 1.

58 Juan Munsó, *Escrito en el aire*, 52. Énfasis en el original.

masculina y se concentra habitualmente en los bares para escuchar la radio. En segundo lugar se indican la aceptación y popularidad de los concursos radiofónicos<sup>59</sup>, que permiten alcanzar el éxito, como en *La hija de Juan Simón* (Gonzalo Delgrás, 1957) y *La saeta de un ruiñor* (Antonio del Amo, 1957), o resolver un problema, como en *Historias de la Radio* (José Luis Sáenz, 1955). Por último, el cine destaca la popularidad de los seriados radiofónicos, donde el grueso de la audiencia es femenino.

A parte de esa diferencia de uso, la reflexión sobre las audiencias femeninas tiene interés. Especialmente, tras la época autárquica, en la que las mujeres se consideraban un objetivo clave de una renovada radio comercial<sup>60</sup>. Se partía de un hecho lógico: el público radiofónico femenino era más numeroso que el masculino<sup>61</sup>, porque el papel que le asignaba el régimen a la mujer le permitía escuchar la radio mientras atendía su trabajo en el hogar. Sin embargo, un fenómeno que podría considerarse clave en la conformación de las audiencias radiofónicas de este período será además la confrontación de dos modelos diferentes de radio en España: uno informativo, persuasivo y de corte estatal, frente a otro de entretenimiento, comercial y privado.

## Conclusiones

El influyente papel atribuido a la radio durante la Guerra Civil hizo que el franquismo lo considerara un medio clave para hacer llegar a la población todo tipo de mensajes. El deseo estaba claro, pero también la realidad en torno a la escasez de receptores: “la voz de España llegará a todas partes, pero es preciso que en todas partes haya medios para recogerla”<sup>62</sup>. Y eso es lo que no se consiguió, al menos inmediatamente. El primer problema fue la escasez de la larga posguerra —en todos los ámbitos de la vida cotidiana—, que también afectó a los aparatos de radio. En los años cuarenta, los altos precios de los receptores, las dificultades de importación por el estallido de la Segunda Guerra Mundial y el afán de las autoridades por fiscalizar todos los aparatos impidieron que la radio se popularizara. Los cortes del suministro eléctrico y las transmisiones intermitentes y de baja calidad tampoco animaron a su expansión. La desigualdad en cuanto a radiodifusión tuvo dimensiones regionales, de hábitat

59 “El jefe de la programación de la SER habla para Sintonía”, *Sintonía*, Madrid, 15 de marzo, 1950, 7.

60 La declaración de actividades publicitarias señala que, durante la década de los cincuenta, quienes oían la radio —por la mañana y por la tarde— eran mayoritariamente las mujeres. “Partes diarios de publicidad”, en AGA, Sección Cultura, Fondo *Delegación General de Radio Nacional*, (3) 49.02, leg. 13316.

61 Julia Calleja, “Hablando de nuestras cosas”, *Sintonía*, Madrid, 1º de junio, 1948, 11.

62 *Radio Nacional*, Madrid, 6 de febrero, 1944, 1.

(campo y ciudad) y sociales, pero la situación mejoró en la década de los cincuenta, con notable rapidez en las áreas urbanas. No será hasta este momento cuando se pueda hablar de un período de crecimiento y consolidación del número de receptores en España. Finalmente, entre 1955 y 1960 se populariza la implantación de la radio en los hogares españoles como “electrodoméstico del ocio”, impulsada también por las audiciones colectivas en bares, plazas de pueblo o casas de la cultura.

Sin duda, cuando se incrementaron las audiencias, también crecieron los problemas. Los dirigentes de RNE optaron desde el principio por una programación cargada de intentos de persuasión ideológica, tanto en el entretenimiento<sup>63</sup> como en la práctica de su monopolio de la información<sup>64</sup>. Esta práctica habitual cavó su propia fosa ante la audiencia. RNE estuvo marcada desde sus inicios por la orientación ideológica de Falange. Su situación no mejoró cuando la dirigió la ACNP (Asociación Católica Nacional de Propagandistas)<sup>65</sup>, ni tampoco un nacional-católico como Arias Salgado ayudó mucho en la lucha por la audiencia. En principio, se asumía que la programación no tenía que ser puramente política y que si se quería terminar con la pobreza de las emisiones, y dar a la radio un contenido de calidad, debían crearse “programas variados”<sup>66</sup>. Pero, en la práctica, los responsables evitaban “los mensajes neutros” de este tipo de espacios; lo consideraban una oportunidad perdida: la radio debía servir “para algo más que para emisiones comerciales o de vulgarización de noticias”<sup>67</sup>.

En tal sentido, RNE monopolizaba la información: era obligatorio que cualquier emisora conectara con sus *Diarios Hablados* del mediodía y de la noche. Así consiguió ser la radio que más despuntaba en las encuestas, pero sus oyentes no le pertenecían, sino que eran *prestados* de las emisoras privadas. Por tanto, el modelo de radio informativo que propuso RNE no logró imponerse al de entretenimiento de las emisoras privadas. RNE tampoco podía garantizar la fiabilidad persuasiva de los mensajes recibidos. No se trataba de formar a una audiencia que mostrara mayor interés por los problemas cotidianos, que apenas tenían que ver con las

---

63 Salvador Gómez, “Entretenimiento y fe en las ondas. Las emisiones religiosas de Radio Nacional de España durante el primer franquismo (1939-1959)”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 15 (2009): 275-276.

64 Orden de 6 de octubre de 1939, *BOE*, Madrid, 7 de octubre, 1939.

65 Asociación Católica Nacional de Propagandistas. Familia política del franquismo que controló la dirección de la radio estatal de 1945 a 1951. Un análisis sobre ese período en Salvador Gómez y Juan Martín, “Del yugo a la cruz. Radio Nacional de España: una radio en transición (1945-1951)”, *Área Abierta* 33 (2012): 1-19.

66 Correspondencia del Jefe de la sección de programas al Camarada Jefe de los servicios de programación de REDERA, el 10 de noviembre de 1944, AGA, Sección Cultura (3) 49.01, leg. 21/1423.

67 Proyecto de reorganización y utilización de emisiones infantiles al servicio de la juventud española, AGA, Sección Cultura (3) 49.01, leg. 21/1622.

grandes cuestiones internacionales<sup>68</sup>. Por tanto, hay que entender la disensión que se alimentaba de problemas cotidianos, en el ámbito de lo privado, como en la conocida exclamación “menos Franco y más pan blanco”, al escuchar la obligatoria sintonía del informativo de Radio Nacional<sup>69</sup>. Además, era poco eficaz el control informativo que se pretendía. En 1943, la mitad de los oyentes escuchaban emisoras extranjeras, y así lo publicaba la prensa internacional<sup>70</sup>.

En definitiva, el proceso de desmovilización política que alentaba el régimen tenía su reflejo en las parrillas de programación radiofónica. La propia reflexión, dentro del contexto del régimen, sobre el peligro que supone un instrumento como la radiodifusión en “malas manos”, también interesaba al Gobierno. En tal sentido, en la película *Suspenso en comunismo* (Eduardo Manzanos Brochero, 1956), los protagonistas descubren las falacias sobre España que se emitían desde Radio Moscú. Un paradójico modo de referirse a los efectos persuasivos de la radio: de los “comunistas” claro; porque la radio nacional sólo dice verdades, cuando no la verdad.

## Bibliografía

### Fuentes primarias

#### Archivos:

Archivo del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación (AMAE), Madrid-España.

Archivo General de la Administración (AGA), Alcalá de Henares-España. Sección Cultura, Fondo *Delegación General de Radio Nacional*.

#### Publicaciones periódicas:

*Boletín del Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública*. Madrid, 1945.

*Boletín Informativo del Ministerio de Agricultura* (BIMA). Madrid, 1945-1954.

*Boletín Oficial del Estado* (BOE). Madrid, 1936-1959.

*Cuadernos Humorísticos. Pulgarcito*. Barcelona, 1950.

*El ddt contra las penas*. Madrid, 1951-1959.

68 Francisco Sevillano, *Ecos de papel* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2000), 44.

69 Ismael Díaz, “El hambre y la gastronomía. De la Guerra Civil a la cartilla de racionamiento”, *Estudios sobre Consumo* 66 (2003): 12.

70 “Cómo escuchan los españoles”, 365-366. También, Paul Kennedy, cuando señalaba que “A large number of Spanish radio listeners, perhaps even a majority, spend more time listening to foreign stations than to the Spanish. There is no law prohibiting listening to foreign broadcasts, but the average spaniard exercises considerable caution in listening to foreign news broadcasts, specially those of France and Russia”, en “Radio under Franco”, X10.

*Gaceta de la Prensa Española*. Madrid, 1943.

*Informaciones*. Madrid, 1952.

*New York Times*. Nueva York, 1939-1959.

*Ondas*. Madrid, 1955.

*Opinión. Boletín del Instituto de Opinión Pública*. Madrid, 1952-1957.

*Radio Nacional*. Burgos, 1937-1939.

*Radio Nacional*. Madrid, 1939-1945.

*Sintonía*. Madrid, 1947-1951.

### **Documentación primaria impresa:**

*Anuarios Estadísticos de España*. Madrid: INE, 1943-1960. <<http://www.ine.es/inebaseweb/25687.do>>.

*Statistical Year Book*. Nueva York: UNESCO, 1948-1953.

### **Películas:**

Amo, Antonio del, director. *La saeta de un ruseñor*, 1957.

Delgrás, Gonzalo, director. *La hija de Juan Simón*, 1957.

Manzanos Brochero, Eduardo, director. *Suspenso en comunismo*, 1956.

Ramírez, Pedro Luis, director. *El tigre de Chamberí*, 1957.

Sáenz de Heredia, José Luis, director. *Historias de la Radio*, 1955.

Salvia, Rafael, director. *Las chicas de la Cruz Roja*, 1958.

### **Fuentes secundarias**

Balsebre, Armand. *Historia de la Radio en España*. Barcelona: Cátedra, 2001.

Barrera, Carlos. *Periodismo y franquismo. De la censura a la apertura*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1995.

Cervera, Javier. "La radio: un arma más de la Guerra Civil en Madrid". *Historia y Comunicación Social* 3 (1998): 263-293.

Checa, Antonio. *La radio en Sevilla (1924-2000)*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla, 2000.

Díaz, Ismael. "El hambre y la gastronomía. De la Guerra Civil a la cartilla de racionamiento". *Estudios sobre Consumo* 66 (2003): 9-22.

Díez, Emeterio. "La censura radiofónica en la España nacional (1936-1939)". *Zer* 24 (2008): 103-124.

Espinet, Francesc. "La recepció de la ràdio a Catalunya des dels seus inicis fins a la Guerra Civil (1924-1936)". *Anàlisi* 16 (1994): 9-33.

Faus, Ángel. *La radio en España (1896-1977). Una historia documental*. Madrid: Taurus, 2007.

Gil, Fátima. *Españolas en un país de ficción. La mujer en el cine franquista (1936-1963)*. Madrid: Comunicación Social, 2012.

- Gil, Fátima y Salvador Gómez. "Al oído de las mujeres españolas: las emisiones femeninas de Radio Nacional de España durante el franquismo (1937-1959)". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 16 (2010): 131-143.
- Gómez, Salvador. "Entretenimiento y fe en las ondas. Las emisiones religiosas de Radio Nacional de España durante el primer franquismo (1939-1959)". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 15 (2009): 261-276.
- Gómez, Salvador. "Adoctrinando el futuro: las emisiones infantiles y juveniles de Radio Nacional de España durante el primer franquismo". *Zer* 30 (2011): 135-152.
- Gómez, Salvador y Juan Martín. "Del yugo a la cruz. Radio Nacional de España: una radio en transición (1945-1951)". *Área Abierta* 33 (2012): 1-19.
- González, Manuel Jesús. *La economía política del franquismo (1940-1970). Dirigismo, mercado y planificación*. Madrid: Tecnos, 1979.
- Montero, Julio y José Carlos Rueda. *Introducción a la historia de la comunicación social*. Madrid: Ariel, 2001.
- Munsó, Juan. *Escrito en el aire. 50 años de Radio Nacional de España*. Madrid: RTVE, 1988.
- Núñez, Clara Eugenia. "El capital humano en el primer franquismo". En *Autarquía y mercado negro. El fracaso económico del primer franquismo (1939-1959)*, editado por Carlos Barciela. Barcelona: Crítica, 2003, 27-54.
- Rosenstone, Robert. *History on Film/Film on History*. Harlow: Pearson, 2006.
- Segado, Francisco. *Un país de chiste: el humor gráfico durante la transición*. Madrid: Rialp, 2012.
- Sevillano, Francisco. *Propaganda y medios de comunicación en el franquismo*. Alicante: Universidad de Alicante, 1998.
- Sevillano, Francisco. *Ecos de papel*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2000.
- Tusell, Javier. *La dictadura de Franco*. Barcelona: Altaria, 1996.
- Vallés, Antonio. *Historia de la radio valenciana (1925-2000)*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo/CEU, 2000.
- Zaragoza, Luis. *Radio Pirenaica. La voz de la esperanza antifranquista*. Madrid: Marcial Pons Historia, 2008.