

El futuro es hoy presente

Situación Actual de la Radio Digital en España

Dra. Emma Rodero Antón*
Facultad de Comunicación
Universidad Pontificia de Salamanca

Índice

1 Introducción	1
2 Los antecedentes de la radio digital en España	1
3 La situación actual	4

1 Introducción

“Todos los cambios, aún los más anhelados, tienen su melancolía, pues lo que dejamos atrás es una parte de nosotros mismos: hay que morir una vida para entrar en otra”.

Anatole France, escritor francés

Y esta es precisamente la situación en que se encuentra la radio española. Para ella también el futuro empieza a ser hoy presente. También la radio atraviesa por un momento de cambio, pero no un cambio cualquiera. Es una verdadera revolución. La radio se encuentra inmersa en una encrucijada de sentimientos, una mezcla de melancolía -cuando

*Profesora de Producción y Realización Radiofónica. (Última lección pronunciada en el ceremonia de graduación de los alumnos de la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia. Salamanca, julio de 2001.)

se nos anuncia que desaparecerá la radio tal y como nosotros la conocemos-, junto con grandes dosis de esperanza por la calidad de la radio que se nos anuncia: la calidad de la radio digital. Pero, exactamente, ¿en qué momento se encuentra su implantación en España y cómo se ha fraguado? Estas son las preguntas que responderemos a continuación en un intento por dibujar una radiografía de la radio digital española.

2 Los antecedentes de la radio digital en España

Han transcurrido ya varios años desde que Radio Nacional de España, la emisora pionera, comenzara en Madrid un período de pruebas del sistema. Pero fue Radio Trafic la primera estación que el 1 de noviembre de 1990 comenzó a emitir en RDS, utilizando su principal característica: la información de tráfico.

La emisora más avanzada en la implantación del RDS es Radio Nacional de España que lleva utilizando el sistema desde 1993 y

lo tiene instalado en 56 centros en los programas Radio 1 y Radio Clásica¹.

Pero la primera transmisión en sistema digital la realizó el 29 de noviembre de 1996 la Cadena SER en Pamplona con la emisión del programa *Hoy por Hoy* de Iñaki Gabilondo. En su difusión se utilizó un transmisor digital terrestre y cuatro receptores especiales fijos y móviles. Para acceder a esta tecnología fue y es necesario poseer un receptor de radio digital, dotado de una pequeña pantalla para la recepción de imágenes, fotografías y mapas, entre otros servicios. La pantalla ofrece, además, servicios de interés general, como cines y teatros, farmacias de guardia, noticias, teléfonos de urgencia y resultados de quinielas, entre otras posibilidades.

Aunque ese día histórico para la radio española no fuera percibido por la audiencia², que no cuenta con los equipos de recepción necesarios, supuso todo un acontecimiento por cuanto se ponían en práctica por primera vez en España todas las posibilidades que ofrece la radio digital. En este sentido, el director técnico de Unión Radio, Agustín Ruiz de Aguirre, se refería a la radio del futuro de esta forma:

“Una nueva dimensión que nos va a traer muchas ventajas con relación a los sistemas actuales: el

¹ ROMERO GARCÍA, M^a Paz: *Nuevas Tecnologías en Radio: introducción del sistema de datos por radio, la radio digital y las emisiones vía satélite*. Proyecto de Licenciatura, Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1997, p. 22. (Sin publicar).

² Tan sólo descubrieron las ventajas de la radio digital un escogido grupo de personas, la Asamblea de Directores de la Cadena SER (16 de noviembre-8 de diciembre), que se encontraban reunidos en Pamplona con los equipos de recepción necesarios para la captación de las emisiones digitales.

receptor será distinto e incorporará una pantalla con miles de utilidades y con una calidad excepcional. El sonido será como el del mejor compact-disc que hoy día podamos imaginar. La radio digital se escuchará sin interferencias en cualquier parte; además, por una sola frecuencia se escucharán hasta seis programas estereofónicos distintos y todos ellos en perfectas condiciones... incluso en esa pantalla a la que me he referido podrán aparecer imágenes y textos acompañando la señal de radio (...) La radio digital es una auténtica revolución tecnológica”³.

Esta primera emisión con sonido digital no sólo se escuchó a través de la Cadena SER sino también simultáneamente por las cinco emisoras especializadas del grupo: Cadena 40, Sinfo Radio, Cadena Dial, Radio Olé y M-80.

Por su parte, Radio Nacional de España realizó las pruebas de emisión digital en junio de 1997 como cierre al curso de verano de la Universidad Internacional Meléndez Pelayo. En ese mismo año también comprobaron los equipos Catalunya Radio, Radio Gallega y Cadena Cope.

Por otro lado, la primera antena DAB la instaló la empresa *Sistemas Radiantes* en la torre de Collserola en Barcelona en la primavera de 1997, ya que en este lugar funciona el sistema de telecomunicaciones de la

³ RUIZ DE AGUIRRE, Agustín. Declaraciones en *Hoy por Hoy* de Iñaki Gabilondo, magazine matinal de la Cadena SER. Emisión del día 29 de noviembre de 1996.

Generalitat de Cataluña. Con la instalación de esta antena han podido iniciar las pruebas de transmisión en sistema DAB terrestre (T-Dab). Otro paso importante para la implantación de la radio digital en nuestro país fue la constitución del *Foro para el desarrollo de la Radio Digital*, el 10 de abril de 1997, para analizar la situación y plantear propuestas para solucionar las dificultades derivadas del establecimiento de la nueva tecnología. Entre sus objetivos se encuentran, además de la reflexión permanente sobre el desarrollo de la radio digital, la creación de grupos de trabajo para el estudio de los problemas técnicos, jurídicos, industriales, económicos y organizativos que implica el DAB, la experimentación de programas entre los radiodifusores públicos y privados, la industria, los titulares de redes y las asociaciones de usuarios, la promoción de actividades relacionadas con el DAB y de medidas que promuevan el desarrollo y fabricación en España de los equipos digitales necesarios así como la realización de los estudios necesarios para el establecimiento de un Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora Digital. El acuerdo inicial de constitución de este Foro lo suscribieron: el Ministerio de Fomento, Retevisión, RTVE, Corporación Catalana de Radio y Televisión, Asociación Española de Radiodifusión Comercial, Radio Popular, Cadena SER, Cadena Ibérica, La Voz de Galicia, Uniprex SA -Onda Cero-, Consejería de Cultura y Comunicación Social de la Xunta de Galicia. Con posterioridad se unió al grupo la empresa Aniel.

Hoy este foro se ha convertido en la *Asociación Foro de la Radio Digital*⁴.

⁴ La junta directiva está formada por el director de RNE, Javier González Ferrari, como presidente;

La *Asociación Foro de la Radio Digital* reconoce la normativa europea sobre el sistema DAB y la distribución de frecuencias que estableció la Conferencia de Wiesbaden. En este sentido, España cuenta con cuatro bloques de frecuencias de 1,5 MHz en el canal 11 de la banda III y con nueve bloques de frecuencias en la Banda L. La capacidad de cada bloque es de seis portadoras o programas estereofónicos, lo que limita la capacidad a 24 programas en la banda III. En principio la distribución de frecuencias establece un bloque de cuatro programas para la cobertura nacional, un segundo bloque para la autonómica y el resto dedicado a la local y la comunitaria.

La *Asociación Foro de la Radio Digital* ha formado tres grupos de trabajo para la implantación de la radio digital en España. Estos grupos trabajan en las siguientes áreas:

– el Tecnológico: que se ocupa de las pruebas y aspectos técnicos.

– el Jurídico: que trabaja en el soporte legal que va a acompañar al DAB.

– el Comercial: que se ocupa del lanzamiento de la imagen y del proyecto del propio Foro. Se trata de un grupo de trabajo considerado como muy importante para convencer a los oyentes de las bondades de la radio digital. De hecho, en los países donde más avanzada se encuentra la implantación

como vicepresidente, el representante de Retevisión, Luis Sahagún; secretario, por la Asociación Española de Radiodifusión Comercial, Alfonso Ruiz de Assin; como tesorero, Antonio Bengoa, por ANIEL, y como vocales el director general de la Cadena SER, Augusto Delkader, y Joan Clavaguera, de Catalunya Radio.

de este sistema, se están realizando ya actividades promocionales. Por ejemplo, en Canadá una determinada marca de coche va recorriendo varias ciudades organizando fiestas y explicando a quienes se acercan las posibilidades de la radio digital.

3 La situación actual

La radio digital en España se encuentra aún más cerca de lo que parece. De hecho, la empresa Retevisión, la operadora encargada de dar cobertura a las plataformas de radio digital, ha culminado ya la segunda fase de puesta en servicio de los centros emisores, lo que supone que ahora mismo la radio digital tiene cobertura en el 51% del territorio español. Hasta ahora sólo funcionaban dos centros emisores: Torrespaña en Madrid y Collserolla en Barcelona, pero desde el mes de abril han entrado en servicio otros veintidós centros emisores situados en las principales provincias españolas:

Sevilla, Valencia, Alicante, Murcia, Bilbao,
Vitoria, Zaragoza,

Oviedo, Palma de Mallorca, Las Palmas,
Santa Cruz de Tenerife,

Valladolid, La Coruña, Málaga, Granada,
Santander, Pamplona, Badajoz,

Logroño y Guadalajara.

Esto supone que nos encontramos desde el mes de mayo de 2001 en la segunda fase de introducción de la radio digital en España, en la segunda fase de cuatro que establece el

Plan Técnico Nacional de la Radiodifusión Sonora Digital Terrenal de 1999. Con la tercera fase se espera alcanzar, al menos, una cobertura del 80% de la población en su ámbito territorial y en la cuarta el objetivo ya se encuentra en el 95 por ciento. Pero alcanzar estas dos últimas fases, tercera y cuarta quedan aún muchos años, nada menos que veinticinco para que todos podamos disfrutar de esta nueva radio. Pero, ¿cómo es esta nueva radio?

Seguro que muchos de ustedes se han desesperado alguna vez en sus viajes en coche con la radio tradicional: continuos cambios de dial, interferencias, pérdidas de señal... y, al final, algún que otro enfado. En cambio, ese mismo viaje cambiaría por completo si sintonizáramos una radio digital. Vamos a imaginar ahora cómo hubiera sido ese mismo trayecto.

Para empezar no dibujen en sus mentes un receptor como el que tienen ahora mismo. La radio digital cambia de forma porque lleva incorporada una pantalla de cristal líquido para ofrecer texto e imágenes fijas, aunque de momento, no son muy económicos: en torno a las sesenta mil pesetas los más sencillos y rondando las cien mil los más completos. Además en España aún no son accesibles por la falta de comercialización de los fabricantes.

Los primeros serán para los coches, después para las casas aunque también se podrá sintonizar en un ordenador personal sin necesidad de conexión a la red. Sólo se necesitará una tarjeta de sonido y una antena receptora que se conecta al PC.

Cuando iniciamos el viaje, lo primero que haré será programar el trayecto en la radio digital para que establezca la ruta que más convenga. Con ello, me evito tener que consul-

tar el mapa que llevo en el coche desde hace unos cuantos años y que no me informa del estado de las últimas carreteras ni las obras actuales. Por eso, consulto con mi radio digital la mejor ruta a seguir evitando obras y atascos y estableciéndome los desvíos necesarios para llegar lo más rápido a mi destino. Una vez allí, incluso será capaz de localizar un parking para que no tenga que perder el tiempo dando vueltas.

Todo ello lo realizaré sin esperas, porque los datos de tráfico transmitidos mediante la radio digital están siempre en el aire y se pueden utilizar de forma simultánea y gratuita por un número infinito de usuarios. Es algo así como tener a nuestro servicio un presentador de noticias de radio, que sabe dónde voy y la mejor manera de llegar a mi destino. Lo puede hacer sólo como texto o con imagen, pero para no molestarme mientras conduzco, puede informarme mediante una voz sintetizada.

La información del tráfico forma parte de los llamados servicios adicionales que ofrece la radio digital, y que aún no están disponibles en España: texto, imagen o sonido independiente de las cadenas de radio; una información que está siempre a mi servicio al margen de la oferta concreta de cada emisora. Por ejemplo, vamos a suponer que me preocupa antes de salir de viaje el tiempo que hará. Por si tengo dudas, puedo pulsar un botón de mi radio digital que me informe al momento. Además, en mi pantalla puedo consultar un completo mapa meteorológico. Otro problema que se puede plantear es dónde realizar alguna parada para comer. De nuevo, sólo tendré que consultar con mi radio digital. No sólo me recomendará el restaurante más cercano sino que me informará de su menú. Y quien dice un restaurante dice

también un hotel, el más cercano, su precio, sus servicios... Incluso en un futuro, en estos servicios adicionales, podré recibir un curso a distancia por radio con diagramas y fotografías, además de consultar los movimientos bursátiles y bancarios, comprar a distancia, mandar mensajes personales o de otro tipo (lo cual puede ser útil para las emergencias), hojas de fax y recibir páginas de Internet.

Una vez que emprendo el viaje, el primer paso será sintonizar una plataforma de emisión digital. Contamos con tres en España, aunque de momento sólo funcionan dos a pleno rendimiento:

- Una de ellas corresponde en su totalidad a Radio Nacional de España. Por tanto, se puede sintonizar R1, Radio 3, Radio 4 en Barcelona, Radio 5, Todo Noticias y Radio Clásica. En la actualidad sólo en Madrid y Barcelona.

- La segunda plataforma incluye las emisoras Cope Digital, Radio Intereconomía, Radio Marca y El Mundo Radio.

- La última plataforma está integrada por las emisoras: Ser Digital, Onda Cero Radio, Quiero Radio, Onda Rambla, Punto Radio, Radio España.

Estas dos últimas plataformas, además, cuentan con desconexiones territoriales.

Pero, llegados a este punto, se preguntarán ustedes cuál es la diferencia con la emisión convencional que escucho ahora mismo en Onda Media o Frecuencia Modulada. Pues bien, la primera diferencia es que puedo acceder a una mayor oferta. De hecho, cuando

todas las plataformas funcionen se quintuplicará la oferta radiofónica actual: serán dieciocho programas nacionales, doce de ellos con desconexiones territoriales. Además, en cada Comunidad Autónoma habrá doce, seis de ellos con desconexiones locales. Esta ventaja se debe a la mayor capacidad de la radio digital. Para que se hagan una idea: una cadena de FM analógica para cubrir el 80 por ciento del territorio nacional necesita 150 postes de emisión convencionales. Sin embargo, la radio digital permite que seis cadenas de radio puedan cubrir el mismo territorio con la misma señal. Esto supone, sin duda, un uso más eficaz del espectro radioeléctrico.

La segunda ventaja es que las emisoras cuentan con la posibilidad de incluir textos e imágenes en lo que se conoce como servicios complementarios. Vamos a suponer que estamos escuchando una nueva emisora que programa música pero no contamos con información sobre el cantante. De nuevo, la radio digital me ayuda. Pulso un botón y al momento me dice el título y el autor pero, además, puedo ver en la pantalla de cristal líquido, una fotografía del cantante. No acaba aquí. También me informa acerca de cuánto cuesta el álbum y, por si luego se me olvida comprarlo, mi sintonizador digital es capaz de localizar en un radio de diez kilómetros desde donde me encuentro una tienda para poder comprarlo.

En cambio, si prefiero las noticias a la música, también puede ayudarme. No importa la hora que sea. No tengo que esperar a las señales horarias. En cualquier momento, pulsando mi radio digital, podré informarme de todo cuanto ocurra en mi país y en el mundo.

La tercera ventaja de la radio digital es que no tengo que mover el dial y resintonizar las emisoras, según cambio de ciudad. Es decir, puedo salir de Barcelona y llegar hasta Sevilla sin tocar un botón. Todavía, hay lugares de España donde los actuales sistemas automáticos de seguimiento de radio fallan porque se superponen dos frecuencias de la misma cadena enloqueciendo al buscador automático. Con la llegada de la radio digital, esto será cosa del pasado.

La cuarta ventaja resulta la más evidente. La calidad de sonido es la mejor posible, la del mejor compacto que hayan escuchado. El sistema se adapta a nuestras capacidades auditivas y así omite todos los ruidos no perceptibles para nuestro oído. En definitiva, de Barcelona a Sevilla sin un ruido, sin una sola interferencia, pase por un túnel, un puente, o por donde sea...

En definitiva, se trata de una radio que no se parece en casi nada a la actual. Una radio para escuchar pero también una radio para ver. Por eso, algunos la definen como radio inteligente. Y es que el paso hacia la radio digital no supone un mero avance tecnológico, un mero trueque de aparatos, no se trata de una renovación tanto como de una reconversión técnica que lleva aparejada una modificación del concepto tradicional del medio radiofónico. Es el producto radiofónico entonces el que deberá asegurar su calidad. Porque, al fin y al cabo, la audiencia o el empresario juzga por el producto que recibe. La audiencia (y el empresario también) será más exigente y más selectiva, demandará contenidos nuevos, originales, más especializados e incluso personalizados.

1. Radio especializada o radio temática con contenidos seleccionados en función de las preferencias de los oyentes.

2. Radio personalizada, interactiva con la fuente, una radio a la carta, que permita al oyente contratar o incluso encargar una determinada información a los llamados periodistas o comunicadores interactivos.

En definitiva, con la radio digital estamos ante una radio a la carta con imagen, una radio personalizada, interactiva, de prestación de servicios añadidos y complementarios, una radio de contenidos almacenados y personalizados dirigida a audiencias hiperespecializadas y, especialmente, a receptores móviles. Pero una radio más cuidada. Como ahora existirá mayor variedad y la calidad técnica o la preparación será la misma, lo que distinguirá a unos de otros será la calidad del producto. Por tanto, será una radio que seguirá viviendo de los contenidos aunque demandará más que nunca creatividad, nuevos lenguajes y formas distintas de contar. Exigirá entonces una mayor capacitación de los profesionales, de los periodistas, de los comunicadores y de los publicistas. Y aquí es donde se encuentra nuestro reto.