

RADIO INTERCONTINENTAL-RADIO INTER: 60 AÑOS DE RADIO

INTERCONTINENTAL RADIO-RADIO INTER: 60 YEARS OF RADIO

AUTORES

Miguel Ángel Ortiz Sobrino: Profesor Contratado Doctor de la Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Madrid (España).
maortiz@ccinf.ucm.es

Palma Peña Jiménez: Profesora Visitante Doctor de la Facultad de Comunicación. Universidad Rey Juan Carlos. Madrid (España).
palma.pena@urjc.es

RESUMEN

En el mes de abril de 1950 se inauguró Radio Intercontinental de Madrid. Se cumplen, por tanto, 60 años de vida de la emisora. Hasta los primeros años de la década de los 70, Radio Intercontinental ha sido lugar de encuentro para comunicadores que hoy forman parte de la historia de la radio española. Presentadores como Ángel de Echenique o Ángel Soler, y programas de la emisora, como "Ruede la bola" o el "Consultorio de Elena Francis" forman parte de la memoria colectiva de los madrileños. Lo que empezó siendo un proyecto faraónico de algunos de los personajes más influyentes de la Dictadura franquista, hoy se ha convertido en el buque insignia de las emisoras del Grupo Intereconomía. Las siguientes páginas son una propuesta para enmarcar históricamente a sus principales protagonistas y a algunos de sus programas más emblemáticos.

PALABRAS CLAVE

Intercontinental - Comunicadores - Presentadores - Programas - Radio.

ABSTRACT

In April, 1950 Intercontinental Radio of Madrid was inaugurated. They are 60 years of life of the issuer. Until the first years of the decade of the 70, Intercontinental Radio has been a place in the history of the Spanish radio. Announcers like Ángel de Echenique or Ángel Soler, and the programs " Ruede la bola " or " Consultorio de Elena Francis " they

are a part of the collective memory . That started by being a big project of some of the most influential prominent figures of the pro-Franco Dictatorship, today has turned into the flagship of the issuers of the Group Intereconomía . The following pages are an offer to frame historically their principal protagonists.

KEY WORDS

Intercontinental - Announcers - Presenters - Programs - Radio.

ÍNDICE

- 1. SEIS DÉCADAS DE RADIO
- 2. LA COMPAÑÍA DE DE RADIODIFUSIÓN INTERCONTINENTAL
- 3. LAS PRIMERAS EMISIONES DE RADIO INTERCONTINENTAL
- 4. LOS CONCURSOS DE ÁNGEL DE ECHENIQUE
- 5. LOS PRIMEROS SERIALES RADIOFÓNICOS EN RADIO INTERCONTINENTAL
- 6. LA CONSOLIDACIÓN DE LAS EMISIONES
 - 6.1 La música, los concursos y los programas cara al público
 - 6.2 Los jóvenes valores se incorporan a la radio
 - 6.3 Lo cotidiano y el automóvil entran en la radio
- 7. RADIO INTERCONTINENTAL EN LA DÉCADA DE LOS 60
- 8. RADIO INTERCONTINENTAL ENTRE LA APERTURA INFORMATIVA Y LA AVENTURA DE LA FRECUENCIA MODULADA: LA DÉCADA DE LOS 70 Y 80
 - 8.1 La apuesta por la FM y los jóvenes
- 9. LA CRISIS DE LOS 90: LA CESIÓN DE ANTENA
- 10. RADIO INTERCONTINENTAL, HOY: DE SERRANO SÚÑER AL GRUPO INTERECONOMÍA
- 11. CONCLUSIONES
- 12. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

1. SEIS DÉCADAS DE RADIO

En el mes de abril de 2010 se ha cumplido el LX aniversario del nacimiento de Radio Intercontinental de Madrid. Lo que empezó siendo un proyecto faraónico de algunos de los personajes más influyentes de la Dictadura franquista, hoy se ha convertido en el buque insignia de las emisoras del Grupo Intereconomía, tal vez el grupo de comunicación español cuya línea editorial más se identifica con posiciones políticas conservadoras. Desde sus comienzos, la trayectoria de la emisora ha estado marcada por la alta politización de sus propietarios. Sus primeros dueños- la familia Serrano Súñer, vinculada familiarmente al General Franco- marcaron la trayectoria de la

emisora, prácticamente, hasta la primera década de este milenio. A partir de 2009, su actual propietario - Julio Ariza, Presidente del Grupo Intereconomía y hombre próximo al Opus Dei - condicionará, sin duda, el futuro inmediato de sus emisiones (Serrano 2010:279).

Hasta principios de la década de los 70, Radio Intercontinental había sido lugar de encuentro para grandes presentadores que, hoy, forman parte de la historia de la radio española: Ángel de Echenique, Ángel Soler, María Elena Doménech...sólo por citar alguno de ellos. En su parrilla de emisiones podían encontrarse programas emblemáticos de la radio, como "Ruede la Bola", "El auto de la fortuna", o los personajes y seriales de los hermanos Bravo Morata, que formaron parte de la banda sonora de la vida de muchos ciudadanos madrileños y de otras zonas del centro de España. Sin embargo, a partir de la década de los 80, sus planteamientos programáticos poco definidos y el continuo envejecimiento de su audiencia, hicieron descender su peso específico en los rankings de la radiodifusión española. En 2009, el cambio de titularidad y su inclusión en el Grupo Intereconomía han marcado una nueva etapa cuyos resultados están por ver.

En todo caso, 60 años de vida de un medio de comunicación son razón suficiente para poner negro sobre blanco un recorrido por los que han sido sus principales protagonistas y algunos de sus programas más emblemáticos.

2. LA COMPAÑÍA DE DE RADIODIFUSIÓN INTERCONTINENTAL

Cuenta Aníbal Arias Ruiz, uno de los investigadores que más han estudiado los primeros años de la radiodifusión española, que el 9 de enero de 1947 se constituyó en Madrid la Compañía de Radiodifusión Intercontinental con la finalidad inicial de llevar a cabo la instalación de una emisora de 200 kilovatios en la isla de Fernando Poo, en la llamada meseta de Musola. El proyecto técnico de la emisora Radio Intercontinental fue presentado en 1948, durante las Ferias de Junio de Barcelona, por una empresa extranjera: La Brown-Boveri. Pocos meses después, la empresa instaló la emisora en un chalet del ministro Santiago de Alba. El emisor fue colocado en la cocina de dicho chalet, situado en la calle Diego de León, a la altura del número 50. Mientras se iniciaban los trabajos de montaje sus estudios de radio, la Compañía, que situó sus oficinas en Madrid, procedió a la instalación de un moderno equipo emisor de 10 kilovatios de potencia. Desde el año 1949 al 1950, se acondicionó el local, insonorizándolo e improvisando un pequeño estudio para actuaciones en público. Entre tanto, se tramitaron los correspondientes permisos para la salida al aire de la emisora.

Constituida en Madrid el 14 de diciembre de 1946, con un capital social de 600.000 pesetas, la Compañía pretendía unir tres continentes a través de la radio: Europa -desde Madrid- con África - desde la isla de Fernando Poo- y América, desde Buenos Aires. De ahí "Radio Intercontinental". La idea no era original ni exclusiva de esta sociedad

radiodifusora. El primer intento español para conectar África con Europa se perfiló ya en 1910, con la constitución de la Compañía Nacional de Telegrafía Sin Hilos, filial de la Marconi Gíreles Telegraph Company Limited. En aquel momento, ya figuraba en los planes de aquella Compañía el establecimiento de estaciones de radio en Cádiz, Las Palmas, Tenerife, y un trayecto que llevaba directamente a la isla de Fernando Poo y la, entonces, Guinea Española (Faus 2007:713).

Tres años más tarde, en 1950, el equipo emisor de 10 kilovatios entra en funcionamiento como nueva emisora regular de la capital de España, bajo el indicativo de "Radio Intercontinental", obteniendo un gran éxito de escucha: Un buen comienzo, si se tiene en cuenta que algunos de sus competidores ya venían emitiendo desde hacía tiempo. A este respecto, conviene recordar que Radio España de Madrid, probablemente su competidora más directa, estaba funcionando desde 1924(Ezcurra 1974:95).A la puesta en marcha de la nueva emisora siguió la constitución de su red de 19 emisoras asociadas entre las que figuraban -en el año 1951- "Radio Lugo", "Radio Gijón", y "Radio Asturias" .

Poco después llegarían, también, los acuerdos comerciales con otras emisoras extranjeras, como "Radio Lisboa Renascença", "Radio Oporto Renascença" y "Radio África", de Tánger. Radio Intercontinental, al amparo del régimen de emisoras comarcales de radiodifusión, recibió, en 1955, una prórroga de la concesión por doce años, situando sus instalaciones de alta frecuencia en las cercanías de Aravaca (Madrid), con una potencia en antena de 20 kilovatios. (Arias 1972:54)

3. LAS PRIMERAS EMISIONES DE RADIO INTERCONTINENTAL

El 27 de abril de 1.950, a las siete de la tarde y tras casi dos años de espera, se recibió del organismo competente la autorización para la puesta en funcionamiento de la emisora. Inmediatamente se produjo la emisión del primer disco. Este primer tema musical emitido fue el pasodoble del maestro Tejada, titulado "Malaje". Se ha discutido mucho sobre el primer locutor que intervino en la emisora y anunció el disco. Muchos han pensado que fue Enrique Maristany, pero según sus propias declaraciones, el locutor que anunció el primer tema musical fue, posiblemente, José del Palacio, ya que Maristany entró a formar parte de la plantilla cuatro días después, el día 2 de mayo de 1950.

Las emisiones se iniciaron con una programación basada en una parrilla de programas de carácter musical en la que imperaban la radiación de discos y actuaciones de las principales orquestas (Faus 1973:150). El horario de emisiones en éste año era de doce de la mañana a tres de la tarde, y de siete de la tarde a una de la noche. Durante las horas de emisión del Diario Hablado de Radio Nacional de España, Radio Intercontinental conectaba con la radio estatal. La conexión era obligatoria para todas las emisoras españolas porque la radio pública estatal tenía el monopolio y el férreo

control de la información ejercido por la Dictadura del General Franco. Los locutores de éste primer año de programación fueron Enrique Maristany, José del Palacio, Ana María Sainan -que fue la primera voz femenina de la emisora- María Blanquer e Isaac Peral. Ya a finales de este año (1950-1951) empezaron los primeros intentos de publicidad radiofónica, que luego serían una de las señas de identidad de la emisora.

En estos comienzos de Radio Intercontinental, las funciones del cargo de director las ejerció, provisionalmente, Serrano Súñer -cuñado de Franco-, marcando la línea editorial y orientación que habría de tomar la emisora, prácticamente, hasta hoy. Sería en el otoño de 1951, al volver Dionisio Ridruejo de su misión como corresponsal exterior del periódico "Arriba", cuando se le nombraría director de la emisora en sustitución de Serrano Súñer. Con Ridruejo como director, ya en 1951, la emisora intentó evolucionar. Para ello se contrató a las "grandes plumas" del periodismo y las artes de aquella época, como por ejemplo Salvador López de la Torre. Esta iniciativa se mantendría en los años siguientes con la colaboración de Roberto Plá, Amparo Reyes (que llegó a ocupar la dirección de la Escuela de Artes Dramáticas) y otros intelectuales. Sin embargo, la iniciativa hubo de abandonarse porque estos colaboradores tenían poca aceptación entre la audiencia, dado el bajo nivel cultural que caracterizaba a los oyentes de la emisora.

4. LOS CONCURSOS DE ÁNGEL DE ECHENIQUE

Es en 1952, cuando se inician propiamente los programas patrocinados por casas comerciales, que tanta popularidad han tenido en la historia de Radio Intercontinental. Por aquel año, ya se habían sumado a la plantilla locutores que luego llegaron a ser figuras relevantes para la radio, como Ángel de Echenique, Julio Marco o Beatriz Cervantes. También se incorporaron algunos guionistas, como Vicente Ferraz.

Uno de los programas patrocinados más importantes (Soler Serrano 1999:39) fue "Rueda la bola" que se inició en la primavera de 1952 y duró quince años en antena, hasta 1967 (Díaz 1997:276). Por la presentación de este espacio Echenique recibió un premio Ondas en 1957, premio de gran prestigio en el ámbito profesional aunque cuestionado, hoy, por algunos (Martínez Eder 2010:1). La idea del programa fue del propio Ángel de Echenique que quería promocionar a los artistas y cantantes jóvenes que empezaban su carrera profesional. El programa estuvo patrocinado a lo largo de su existencia por varias casas comerciales: primero fue Intercasa -una marca de tomates en conserva-, luego le seguirían los vinos Quina Santa Catalina y otras marcas. El programa-concurso consistía en la actuación en directo de los artistas, cara al público, en el que tenía cabida cualquier género musical: lírica, canción española... Al término del concurso, como "fin de fiesta", actuaban orquestas y artistas profesionales. El programa se realizaba un domingo en el auditorio de la emisora y otro domingo en un teatro o sala de cine: primero empezó realizándose en el antiguo cine Proyecciones de Madrid, luego en el Teatro Alcalá y, después, en el cine Salamanca. Mientras estuvo en

antena, el programa experimentó algunas variaciones: al principio, sólo había una final, pero luego se hizo una doble final (a la mitad de la temporada) para culminar con una "finalísima". El programa estuvo emitiéndose todos los domingos, a las once de la mañana, hasta 1967.

También en este año (1952) apareció otro popular espacio radiofónico patrocinado: "El auto de la fortuna". El programa, con guión y dirección -también-de Ángel de Echenique, nació con el fin de promocionar una bebida: "Gaseosa La Casera". El programa se basaba en un coche con una "unidad móvil" que salía por las calles de Madrid para hacer un concurso que consistía en un premio (de 500 pesetas, entonces) para la persona que tuviera en su casa una botella de "Gaseosa La Casera". Cada domingo (día en que se emitía el programa) se seleccionaba un determinado número de calles, de las que se elegía una por sorteo. De esa calle se contaba el número de portales e inquilinos, y Ángel Echenique -desde la emisora- hacía el sorteo conectando con la "unidad móvil" por vía hertziana, eligiendo a uno de los inquilinos (Soler Serrano 1999:43). Si el inquilino del piso elegido poseía la botella de la marca patrocinadora, se le daba el premio. Los "reporteros" que viajaban en esa "unidad móvil" fueron Jesús Álvarez, Luís José del Palacio y Enrique Maristany. Dentro del programa había actuaciones de grandes figuras cara al público (como Josefina Baker, por ejemplo), atracciones y orquestas. La emisión del programa duraba desde las tres hasta las cuatro de la tarde y se mantuvo en antena varios años.

De esta etapa es, igualmente, el programa "La copa de lo imposible", que se emitía los sábados de tres y media a cuatro y media, y estaba realizado, igualmente, por Ángel de Echenique. El programa tenía un formato de concurso en el que, desde el estudio, el locutor pedía que se presentase una persona con un disfraz, llevando consigo una copa. El primer oyente que llegaba con las condiciones exigidas ganaba el premio. El programa estuvo en antena durante, aproximadamente, ocho años.

5. LOS PRIMEROS SERIALES RADIOFÓNICOS EN RADIO INTERCONTINENTAL

En la época que va del año 1952 al 1955, la emisora va a experimentar algunos cambios en su programación, que seguía siendo eminentemente musical, y en su plantilla de colaboradores. Como profesionales del micrófono se irán incorporando figuras como Simón Ramírez, Ernesto de Lacalle, Fernando Forner, Manuel García Pizarro, Josefina Rizo, Jesús Álvarez (que estuvo en la emisora hasta que ingresó en la plantilla de T.V.E.) y María Elena Doménech (Marqués 2002:51).

Lo más importante de estos años es la progresiva consagración de los "seriales" en todas las radios y, por supuesto, también en Radio Intercontinental (Palmerola 1999:57). A ello contribuyó la colaboración con la emisora de guionistas de la talla de

Demetrio Castro Villacañas, Alberto del Haro, o Joaquín Visiedo. La hora de emisión de estos “seriales” era en la sobremesa, de lunes a viernes, y por espacio de media hora. A lo largo de los años de éxito de este formato de programas, se fueron incorporando profesionales que – años más tarde- formarían parte del “star-system” radiofónico de la época, como Pilar Valle, Caridad Bravo Adams, y Juan Pedro Sánchez. A ellos se les unirían también jóvenes adaptadores, como Herminio Verdú y Miguel de los Santos. Los “seriales” siguieron una trayectoria ascendente en la emisora hasta 1972.

Como dato histórico de estos años, se puede reseñar que-en 1954- se produjo una nueva convocatoria de alquiler y renovación de las concesiones de emisoras comarcales. A raíz de esta convocatoria, se obtuvo la renovación de la concesión de Radio Intercontinental en 1955, con efectos del 16 de febrero. Por esta época, la compañía de Radiodifusión Intercontinental incorporó como asociadas nuevas emisoras, hasta conseguir incorporar a su compañía 25 emisoras E.A.J. locales.

6. LA CONSOLIDACIÓN DE LAS EMISIONES

En la etapa que va de los años 1955 a 1957 fueron apareciendo presentadores, guionistas y programas nuevos. Como guionistas se incorporaron María del Puy Alonso, Mariano de la Banda, José Luís Montero y Ángel Soler. En cuanto a programas, los nuevos espacios musicales patrocinados y los deportes se consolidaron a lo largo del recorrido de la emisora hacia la década de los 60.

Así, nacieron programas de gran popularidad, como “Monte Madruga”, patrocinado por la autoescuela Monte, que realizaba Ernesto Lacalle. El programa se emitía diariamente durante una hora, desde las siete a las ocho de la mañana. Su contenido estaba concebido como un despertador musical, al que se le intercalaba la publicidad que patrocinaba el programa. El espacio duró en antena ocho años. También se inició, en este año, el programa de novedades musicales “Escala de la fama”, que se emitió de lunes a viernes hasta 1962, presentado por Miguel de los Santos y José Luís Montero

El año 1956 fue muy importante para la emisora. Las horas de programación se ampliaron y empezó a emitirse desde las seis de la mañana a la una de la madrugada, interrumpiéndose la programación sólo en las horas de conexión obligatoria con Radio Nacional para transmitir el “Diario Hablado” (Franquet y Martí 1985:76). También este año es relevante en cuanto a la dotación de recursos para la emisora, ya que se procedió a la mejora de los estudios de grabación y a la construcción de un pequeño “teatro-auditorio”.

El año 1956 también sirvió para consolidar dos espacios deportivos que habían nacido unos meses antes: “Alirón” y “Doña Merenguitos y Don Tremebundo”. El programa “Alirón”, que nació sobre una idea de Juan de Diego, era una emisión deportiva que se emitía diariamente durante quince minutos, después del diario de sobremesa de Radio

Nacional. El programa tuvo una gran aceptación sobretodo con la inclusión como presentador, años después, de Miguel Ors. Dentro del programa "Alirón" se incluía, los lunes, el espacio "Doña Merenguitos y Don Tremebundo", en el que - en tono de humor- se comentaban los partidos jugados por el Atlético de Madrid y el Real Madrid. El espacio estaba realizado y presentado por Enrique Maristany.

6.1 La música, los concursos y los programas cara al público

Con la llegada del año 1957, y aunque gran parte de la programación consistía en la emisión de música en discos, hicieron su aparición nuevos programas con otro tipo de contenidos. En este año nació el programa infantil "Rueda la bolita", que era una versión del anterior programa "Rueda la bola", en el que los concursantes eran niños. Este programa duraría, aproximadamente, tres años en antena. Pero el espacio radiofónico más popular que surgió en ese año fue, sin duda, "Rin, Rin... Paris al habla". El programa se emitía diariamente, de 8:30 de la mañana a 9:15, y estaba presentado por M^a Elena Doménech y Manuel García Pizarro. El contenido del programa se basaba en peticiones musicales de los oyentes, entre las que se intercalaba la publicidad de la casa patrocinadora: "Joyerías Paris". En un principio, la voz masculina del programa fue la de Ángel Soler, aunque después tomaría el relevo Manuel García Pizarro.

El año 1957 era una época en la que los programas "cara al público" tenían gran aceptación. Por eso, bajo una idea y realización de Ernesto Lacalle "El café de las estrellas", patrocinado por Café de la Estrella, que estuvo emitiéndose todos los domingos, hasta el año de 1960. Era un programa que se realizaba "cara al público" en el que actuaban cantantes que, en aquel momento, gozaban de gran éxito. Por su parte, Ángel de Echenique y Ángel Soler iniciaron en este año otro nuevo programa: "Noches estelares" Este espacio dedicado a la actuación "cara al público" de grandes cantantes y orquestas del momento, se emitía desde las doce de la noche a la una de la madrugada.

La popularidad de los programas patrocinados era tal que, entre los oyentes, se reconocían más por el patrocinador que por el nombre del espacio. Así ocurrió con "Casa en su casa", que se emitía diariamente - los domingos "cara al público"- en el que se hizo popular el "spot" publicitario "Casa lleva vino a su casa"; el programa era presentado por Fernando Forner y Manuel García Pizarro y estaba patrocinado por la marca "Vinos Casa" (Díaz 1992:244).

6.2 Los jóvenes valores se incorporan a la radio

En la etapa que va de los años 1958 a 1960, Radio Intercontinental amplió su plantilla con nuevos profesionales. Como guionistas se incorporaron Juan Pedro Sánchez y los hermanos Bravo Morata; como locutores se contrató a José Luís Uribarri, Herminio

Verdú, José Luís Montero, Francisco Valladares, Miguel Vila, Pilar Gassent, Joaquín Visiedo, y Margarita González , entre otros (Díaz 1992 :246).

Estos jóvenes radiofonistas abrieron una nueva época en la programación de la emisora. Aparecieron programas como “El personaje famoso”, escrito por los hermanos Bravo Morata y presentado por Miguel de los Santo en el que se daban datos de un personaje que el público debía adivinar. El programa se estuvo emitiendo hasta el año 1960, todos los viernes de once a una de la noche, cara al público. El espacio estaba patrocinado por “La Casera”, una marca de bebidas gaseosa.

En 1958 también se inicia la primera experiencia de los “programas despertador” con el espacio “Radio Tic -Tac”, presentado por Ángel de Echenique. Se estuvo emitiendo de seis a ocho de la mañana, diariamente, hasta el año 1967. El formato del programa se basaba en dar la hora cada 3 minutos, intercalando música y noticias cortas.

Como puede observarse, durante estos años se va confirmando la línea y el estilo que va a caracterizar la emisora a lo largo de casi toda su existencia: Una programación con una base musical y con programas patrocinados por casas comerciales.

A las puertas de la década de los 60, surgen nuevos espacios radiofónicos conducidos por estos nuevos comunicadores, como el programa “Recetas de cocina”, que escribían y presentaban José Luís Montero, Pilar Guijarro y Juan Pedro Sánchez. El programa estuvo en antena hasta el año 1961, diariamente, y estaba patrocinado por una casa de comidas: el Mesón del Pollo. A lo largo de este espacio radiofónico, Juan Pedro Sánchez se encargaba de las recetas de cocina de tipo económico, mientras que José Luís Montero y Pilar Guijarro se ocupaban de dar la receta para la comida del día de una forma humorística, con ingredientes casi imposibles de conseguir. Lorenzo Díaz en su recorrido por la Historia de la radio española recuerda lo habitual de este tipo de contenidos gastronómicos en la radiodifusión española (Díaz 1997:275).

6.3 Lo cotidiano y el automóvil entran en la radio

A principios de la década de los 60, la televisión todavía no estaba al alcance de todos en España. La sociedad española iniciaba tímidamente un periodo de desarrollismo, pero la radio era aún el medio de entretenimiento e información más popular entre la población. El medio radiofónico era el escenario de las tertulias sobre aspectos cotidianos de aquellos años. Por eso no era de extrañar la aparición de programas como “Hablan las cosas” que se emitía de lunes a sábados, en el que cada día hablaba “una cosa” de la vida real (por ejemplo, el mercado, la gripe, etc). El programa estaba realizado por Ernesto Lacalle y Fernando Forner, y se emitía de las 5 de la tarde a las 5 y media. Por su parte, los “veteranos” María Elena Domech y Fernando Forner lanzaron al aire en este año el espacio “María Elena y Fernando”, que se estaría emitiendo hasta el año 1970, aunque con otro nombre “María Elena y Manolo”, ya que se incorporó al

programa Manuel García Pizarro. Se trataba de un programa en el que los locutores charlaban sobre cuestiones cotidianas de la vida real.

A finales de la década de los 50, el automóvil empezó a gozar de gran popularidad entre la población española. Conviene recordar, en este sentido, que en 1958 ya se fabricaban al año en España más de 10.000 coches de la marca SEAT. Este nuevo escenario dio pie a la aparición de un programa dedicado al mundo automovilístico. Así nació el programa "Mundo sobre ruedas" en el que se daban consejos para los automovilistas, intercalados con publicidad de la casa de aceite "Repsol". El programa estaría en antena durante varios años y conviviría, un año más tarde, con otro espacio que patrocinaba la autoescuela "De Diego", titulado "Stop", que estaba escrito por Juan Pedro Sánchez y presentado por Ángel Soler, primero, y Fernando Forner, después, hasta que dejó de emitirse en 1959.

7. RADIO INTERCONTINENTAL EN LA DÉCADA DE LOS 60

Pasados los primeros diez años de vida de Radio Intercontinental, nuevas figuras del locutorio siguen incorporándose a la emisora: Manolo Gómez, María Teresa Jiménez... Estos años 60 son la década en la que los "seriales" radiofónicos hacen furor entre la audiencia de la emisora. A este respecto, hay que destacar la figura de Ángel Soler, que entró a formar parte de Radio Intercontinental en 1956. No sólo fue un gran presentador, sino que se convirtió en uno de los pilares en los que se basarán los "seriales" de esta emisora.

Pero si algo hay que destacar de los contenidos de la programación de la emisora en esta década es el guiño desde los programas al target más definido de la emisora: las amas de casa. Así, con una idea de Ana María Sainar y María González salió al aire, un programa dedicado a la mujer titulado "Mundo femenino". Este espacio, que se estuvo emitiendo hasta el año 1965, supuso el primer gran intento de dedicar una parte de la programación de la emisora a la mujer. A este espacio habría que sumar otros dos dirigidos, en especial, a este colectivo: "Abecedario Intercasa" y "La mujer, la música y la vida". El primero estaba realizado por Ángel de Echenique, y el segundo tenía un guión de los hermanos Bravo Morata. Los dos programas permanecieron en antena hasta el año 1965.

Ya se ha hecho alusión antes al especial matiz comercial de la emisora. Programas legendarios de la emisoras como "Los puntos azules", que dirigía y presentaba Enrique Maristany, fue un modelo de patrocinio de pequeños establecimientos comerciales de Madrid y Castilla-La Mancha que tuvo una gran aceptación desde, prácticamente, los inicios de la emisora hasta la década de los 70. Aunque, sin duda, fue en esta década de los 60 cuando obtuvo los mayores éxitos entre la audiencia tuvo su mayor aceptación entre la audiencia.

8. RADIO INTERCONTINENTAL ENTRE LA APERTURA INFORMATIVA Y LA AVENTURA DE LA FRECUENCIA MODULADA: LA DÉCADA DE LOS 70 Y 80

Los años 70 comenzaron con la opinión pública española y el mundo exterior a la expectativa de los últimos años del franquismo. Pendientes del final de la dictadura franquista y de la mordaza informativa, algunas emisoras, como la Cadena SER, empiezan a coquetear con la apertura informativa y apuestan por programas como "Hora XXV", en las que la información velada y la opinión intentaban ser la alternativa a la información oficial, en tanto llegaba la ansiada libertad informativa a la radio española que, finalmente, se haría realidad en el año 1977. Con el fin del franquismo y la llegada de la libertad informativa, se terminó con la obligatoriedad de las conexiones con el "Diario Hablado" de Radio Nacional de España, lo que propició la aparición de informativos propios en las emisoras privadas para adaptarse a la nueva realidad política (Franquet y Martí 1985:94).

Pero en el caso de Radio Intercontinental la carga ideológica de sus propietarios y su modelo comercial pesaban demasiado para pensar, como el resto de las principales cadenas de radio de la capital de España, en los contenidos informativos y de opinión inspirados en la recién estrenada libertad informativa. Sólo una tímida experiencia basada en boletines informativos -cada quince minutos- en los que se recogían las principales noticias transmitidas por la Agencia EFE, fueron las señas de identidad informativa de la emisora a finales de la década de los 70. Bien es cierto que algunos programas como "Sencillamente Radio", de Miguel Vila -que por aquel entonces llegó a desempeñar la Jefatura de Programas de la emisora- empezaron a incluir debates y participación de la audiencia. El propio Vila, a partir de la década de los 80, pondría en marcha un programa nocturno de información y propició el seguimiento de la campaña electoral de octubre de 1982. Al hilo de esta teórica apuesta por la información de la emisora, conviene recordar la actuación de la emisora en la noche del intento de Golpe de Estado en 1981 (Vidal 1999:137). Radio Intercontinental fue la única emisora de Madrid que no sufrió el acoso de los golpistas y pudo hacer una programación más o menos normal, incluso de seguimiento del Golpe de Estado, tal y como ha relatado en más de una ocasión Miguel Vila.

Algo diferente ocurrió con los contenidos deportivos de la emisora. Sin duda, el Campeonato Mundial de Fútbol celebrado en España, en 1982, favoreció la apuesta de la emisora por la información deportiva. Para cubrir el evento deportivo más importante de la Historia del deporte español se contrató a Héctor del Mar, argentino de origen, quien se transformaría en una personalidad radiofónica por su forma peculiar de cantar un gol.

Abandonada la apuesta de la información y con una audiencia cada vez más seducida por la programación televisiva, Radio Intercontinental empezó a dar muestras de

flaqueza y entró en un proceso de indefinición programática que se acentuaría a partir de la década de los 90. En este sentido, cabe recordar –por ejemplo– que en esos años, Radio Intercontinental llegó a un acuerdo con Onda Cero para emitir alguno de los programas de esa emisora. Entre, ellos el programa “Protagonistas” de Luís del Olmo que entonces formaba parte de su programación. Ni siquiera la puesta, a partir de la década de los 80, por una parrilla de emisiones basada en bloques horarios pudo evitar la presión publicitaria de la televisión y, como consecuencia, la pérdida de muchos patrocinadores de la emisora. La aparición de la televisión privada, a finales de la década de los 80, produjo un nuevo marco para la inversión publicitaria, provocando un desplazamiento de la publicidad radiofónica hacia la televisión.

8.1 La apuesta por la FM y los jóvenes

Con los años 80 llegó la consolidación del cambio político y un nuevo concepto de la cultura urbana en Madrid: La movida madrileña. Muchos de sus programas no pudieron soportar la embestida de los nuevos tiempos. Ni el consultorio de “Elena Francis” pudo resistirse a esta nueva época y desapareció para siempre de la antena, como desaparecieron otros “seriales” de la radio española (Balsébre 2002:441). Sin embargo, cabe recordar que, ya a finales de la década de los 70, la Compañía Intercontinental empezó a apostar por las emisiones en FM, que en aquellos años ya se habían convertido en referencia para los jóvenes de las grandes urbes (Torres 1999:159). En Madrid, la experiencia de Onda Dos- de Radio España- y de otras F.M. de la capital, ya eran una realidad para los oyentes más jóvenes. La apuestas de Radio Intercontinental por la FM tuvo su máxima expresión con el formato “Las chicas de la Inter” en el que se dieron a conocer comunicadoras como Ana Rosa Quintana o Ketty del Castillo. Se trataba de un espacio presentado y realizado sólo por mujeres. Ya anteriormente se habían realizado programas dedicados a las mujeres, pero esta experiencia se situaba en plena época de la liberación de la mujer española, por lo cual, se trataba de toda una apuesta por la modernidad (Tellado 1999:55). A mediados de la década de los ochenta, el indicativo de las emisiones en F.M. pasó a denominarse Radio Vinilo, con una programación basada en la música Pop. Presentadores como Roberto Azorín, entre otros, marcaron esta nueva etapa de sus emisiones en F.M. para los jóvenes madrileños (García Matilla y Ortiz 1985:329).

En esta década de los 70/80, se inició, igualmente, una nueva experiencia para la emisora, que se podría definir como “radio escuela”. Radio Intercontinental recurrió a los estudiantes de la recién creada Facultad de Ciencias de la Información para descubrir nuevos comunicadores. El primer presentador de la emisora que empezó esta andadura como “radio escuela” fue Miguel Vila que dirigía y presentaba un programa titulado “Las tardes de la Inter” en el que dio cabida, cada viernes, a un microespacio de veinte minutos presentado por Guillermo Orduna –que con el paso de los años llegó a ser corresponsal en Roma de Radio Nacional de España y luego presentador de “Las mañanas de Radio 1” (Munsó 1988:241)- Miguel Ángel Ortiz -que años después ocuparía

la Dirección de Programas de Radio 5- o Arturo Tejerina que desarrolló sus carrera profesional, más tarde, en la Cadena Ser y Telemadrid. Desde mediados de la década de los 70 y durante los años 80, Radio Intercontinental se convirtió en un lugar de entrenamiento para los futuros profesionales del medio. Después vinieron otros, como José Ramón de la Morena, que son en la actualidad un referente para la radio española.

9. LA CRISIS DE LOS 90: LA CESIÓN DE ANTENA

En los últimos años del milenio, lo más significativo fue el hecho de que Radio Intercontinental decidió recurrir al alquiler de espacios de emisión para emitir programas producidos por los propios patrocinadores. La crisis económica que sufrió España a partir de 1992, una vez acabada la Expo de Sevilla y los Juegos Olímpicos, provocó un declive de la emisora que llevó a una importante reducción de programas de producción propia. El alquiler de tiempos de antena y la cesión de la señal a Onda Cero, fueron las señas de identidad de esta etapa. Como antes se ha dicho, a principios de los 90 la emisora llegó a un acuerdo con Onda Cero para emitir algunos de sus programas en Onda Media, como el espacio "Protagonistas" de Luís del Olmo.

No obstante, durante esta década algunos espacios de producción propia consiguieron mantener la marca de Radio Intercontinental entre sus oyentes. Seguramente, uno de sus grandes apuestas de programas patrocinados durante estos años fue "Caliente y frío", de Álvaro Luís, que acabaría desapareciendo años después cuando empezó a acusar la restricción de la publicidad del tabaco en la radio y la crisis publicitaria de la emisora.

10. RADIO INTERCONTINENTAL, HOY: DE SERRANO SÚÑER AL GRUPO INTERECONOMÍA

La primera década del milenio podrá ser recordada en Radio Intercontinental por un cierto coqueteo con la derecha española mas ultramontana. Así en 2004, se podían escuchar en la emisora programas especiales dedicados a la Falange, o entrevistas a Ricardo Sáenz de Yniestrillas realizadas por Eduardo García Serrano, uno de los propietarios de la emisora que -según se dice- ha manifestado en muchas ocasiones su proximidad a posiciones ideológicas nacionalsindicalistas. De hecho, de febrero a julio de 2009, la Falange contaba con un programa en antena, titulado "La gran esperanza".

Pero la situación, ha cambiado ligeramente a final de esta primera década del milenio. En septiembre de 2009, el Grupo Intereconomía adquirió el 96,7% de Compañía Radio Intercontinental S.S.(CRISA). A partir de entonces, la emisora ha convivido con la otra marca radiofónica del Grupo: Radio Intereconomía. El Grupo pretende, ahora, mantener ambas marcas diferenciadas, y entre los proyectos en relación con "Radio Inter."- el nuevo indicativo de la emisora- está la ampliación de su cobertura.

Sin duda la compra por este grupo de comunicación ha supuesto un cambio en la tendencia de la programación y la línea editorial. De hecho, con la inclusión de la emisora en el Grupo Intereconomía han ido desapareciendo los programas con más carga ideológica ultraconservadora que se habían puesto en antena a largo de los últimos años, aunque la línea editorial de la emisora sigue plenamente identificada con posiciones conservadoras (Serrano 2010:279). La apuesta por la producción propia es un hecho en la actualidad, pero su política de programación se basa en la práctica del "simulcasting" con programas de Intereconomía Televisión, como "El gato al Agua" o "Punto Pelota", así como presentadores, contertulios y profesionales del Grupo ,como Xavier Horcajo, Antonio Jiménez o Eduardo García Serrano.

Respecto a la cobertura, la señal de la emisora se ha ampliado hasta el ámbito nacional en algunos programas que se emiten en cadena, lo que ha permitido aumentar la posibilidad de atraer nuevos oyentes y anunciantes. Otra cosa serán los resultados, que están todavía por ver. Tiempo al tiempo.

11. CONCLUSIONES

En abril de 2010 se han cumplido los primeros sesenta años de vida de Radio Intercontinental. Hasta principios de la década de los 70, la emisora había sido lugar de encuentro para grandes presentadores que, hoy, forman parte de la historia de la radio española: Ángel de Echenique, Ángel Soler, María Elena Doménech...sólo por citar alguno de ellos. En su parrilla de emisiones podían encontrarse programas emblemáticos de la radio, como "Ruede la Bola", "El auto de la fortuna", o los personajes y seriales de los hermanos Bravo Morata, que formaron parte de la banda sonora de la vida de muchos ciudadanos madrileños y de otras zonas del centro de España. A partir de entonces, Radio Intercontinental fue perdiendo protagonismo en el panorama radiofónico español.

En 2009, la emisora ha sido adquirida por el Grupo Intereconomía que ha hecho una apuesta por la producción propia, aunque su política de programación se basa -en parte- en la práctica del "simulcasting" con programas de Intereconomía Televisión, como "El gato al Agua" o "Punto Pelota". Con la incorporación al Grupo, Radio Intercontinental ha conseguido una mayor capacidad comercial, aunque los resultados todavía están por ver.

Desde sus comienzos, en 1950, la trayectoria de la emisora ha estado marcada por la alta politización de sus propietarios. Sus primeros dueños- la familia Serrano Súñer, vinculada familiarmente al General Franco- marcaron la trayectoria de la emisora, prácticamente, hasta la primera década de este segundo milenio. A partir de 2009, su actual propietario - Julio Ariza- condicionará, sin duda, el futuro inmediato de sus emisiones.

12. BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

- ARIAS RUIZ, A. (1972) *La radiodifusión española*. Madrid. Ed. Publicaciones Españolas. Pg. 54-56.
- BALSEBRE, A. (2002) *Historia de la Radio en España* .Volumen III. Madrid. Ed. Cátedra. Pg. 441-445.
- DIAZ, L. (1997) *La radio en España 1923-1993*.Madrid. Ed. Alianza Editorial. Pg. 233-277.
- EZCURRA, L. (1974) *Historia de la radiodifusión española*. Madrid. Editora Nacional. Pg. 95-96.
- FAUS, A. (2007) *La radio en España 1896-1977.Una historia documental*. Madrid. Ed. Taurus. Pg. 713-714.
- FAUS, A. (1973) *La radio. Introducción a un medio desconocido* .Madrid. Ed. Guadiana. Pg. 150-151.
- FRANQUET, R. Y MARTÍ, J. (1985) *La radio* .Barcelona. Ed. Mitre. Pg. 94-95.
- GARCÍA MATILLA E. y ORTIZ, M. (1985) *Los jóvenes madrileños y la radio de los 80*. En "Madrid años ochenta". Madrid. Ed. Ayuntamiento de Madrid. Pg. 329-343.
- MARTÍNEZ EDER, M. (2009) *El escándalo de los premios Ondas y la irresponsabilidad de la Sexta*. En Revista VIVAT ACADEMIA nº 109 .Madrid. Diciembre. Ed. Universidad Complutense. Pg. 1
- MARQUÉS, F. (2002) *La radio que nos parió*. Madrid. Ed. Ibersaf. Pg. 51-52.
- MUNSÓ CABUS, J. (1988) *Escrito en el Aire*. Madrid. Ed. RTVE. Pg. 241.
- PALMEROLA, R. (1999) *El teatro del aire*. En VVAA "En el aire: 75 años de radio en España". Madrid. Ed. Promotora General Resitas. Pg. 57-58.
- SOLER SERRANO, J. (1999) *Los concursos*. En VVAA "En el aire: 75 años de radio en España". Madrid. Ed. Promotora General Resitas. Pg. 39-43.
- SERRANO, P. (2010) *Traficantes de Información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Madrid. Ed. Foca/ Akal. Pg. 279-280

- TELLADO, C. (1999) *Radio Fémima*. En VVAA "En el aire: 75 años de radio en España". Madrid. Ed. Promotora General Resitas. Pg.55-56.
- TORRES, M. (1999) *Madrugadas de radio*. En VVAA "En el aire: 75 años de radio en España". Madrid. Ed. Promotora General Resitas. Pg. 159-160.
- VIDAL, J. (1999) *El laberinto de la transición*. En VVAA "En el aire: 75 años de radio en España". Madrid. Ed. Promotora General Resitas. Pg. 137-139.

OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- RODRIGUEZ, IVAN. Entrevista a TONI FUSTER. Dirección de Comunicación Radio Intercontinental. Madrid. 2010
- MARISTANY, ENRIQUE. Documentación Radio Intercontinental. Entrevista personal. Madrid. 1976
- VILA, MIGUEL. Dirección de Programas Radio Intercontinental. Entrevista personal. Madrid. 2010