

Historia y comunicación social

ISSN-e: 1988-3056



<https://dx.doi.org/10.5209/hics.83895>

La radio de papel. Precedentes de la narrativa transmedia en el binomio *Unión Radio* revista *Ondas* (1925-1935)

David García-Marín¹

Recibido el: 25/09/22. / Aceptado: 01/04/23.

Resumen. El objetivo de este trabajo es analizar las prácticas transmedia de la emisora Unión Radio a través de Ondas, su revista asociada, a fin de documentar un claro precedente de narrativa transmediática muy anterior a la época digital. Para ello, se utilizó la técnica del análisis cualitativo de contenido aplicado a todos los números de la revista. La publicación sirvió para ofrecer un punto de acceso diferenciado a determinados contenidos de la emisora (acceso expandido), para proveer material resumido a fin de guiar a los oyentes-lectores y, sobre todo, para proporcionar contenidos inéditos que funcionaban como extensiones narrativas de los relatos emitidos por la cadena (contenido expandido). Este estudio resulta pionero en el análisis del carácter transmedia de los orígenes de la radio en España.

Palabras clave: Radio; Narrativa Transmedia; Historia de los medios; Unión Radio; revista Ondas.

[en] The radio on paper. Precedents of transmedia storytelling in *Unión Radio* and *Ondas* magazine (1925-1935)

Abstract. The aim of this paper is to analyze the transmedia practices of the radio station Unión Radio using Ondas, its associated magazine, in order to document a clear precedent of transmedia storytelling established before the digital era. A qualitative content analysis of all issues of the magazine was carried out. Ondas served to offer a differentiated access point to certain contents of the station (expanded access), to provide summarized material to guide the listener-readers and, above all, to provide new content that functioned as narrative extensions of the stories broadcast by the station (expanded content). This study is pioneering in the analysis of the transmedia character of the radio's origins in Spain.

Keywords: Radio; Transmedia Storytelling; Media History; Unión Radio; Ondas magazine.

Sumario. 1. Introducción. 2. Narrativa transmedia. Precedentes en el siglo XIX. 3. Nacimiento de la radio en España. 3.1. El movimiento radioaficionado. 3.2. *Unión Radio* y revista *Ondas*. 4. Objetivos y método. 5. Resultados. 5.1. Acceso expandido. 5.2. Contenido adaptado. 5.3. Contenido expandido. 5.4. Actividades relacionadas. 6. Conclusiones y discusión. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: García-Marín, D. (2023). La radio de papel. Precedentes de la narrativa transmedia en el binomio *Unión Radio*-revista *Ondas* (1925-1935). *Historia y comunicación social* 28(1), 133-146

1. Introducción

El concepto de narrativa transmedia ha sido definido por numerosos académicos en los últimos 20 años. Las aproximaciones de, entre otros, Jenkins (2009), Giovagnoli (2011), Scolari (2013), Porto (2014) y Jenkins et al. (2015) coinciden en caracterizar a los relatos transmedia como aquellos que expanden su narrativa en diferentes plataformas y lenguajes mediáticos a fin de extender los hilos argumentales (es decir, sin repetición de contenido), a la vez que abren espacios para la participación significativa de los usuarios o fans que contribuyen a expandir esos mundos narrativos (Peñañiel-Sáiz, 2015; Rivera, 2012). Es por ello que, de forma resumida, los universos transmedia aúnan los contenidos oficiales multiplataforma procedentes de la marca (canon) con las contribuciones de los fans (*fandom*) (Scolari, 2013).

En el terreno mediático, gran parte del estudio de la narrativa transmedia se ha aplicado al ámbito de las series televisivas (Deltell et al., 2013; Rodríguez-Ferrándiz et al., 2014; Mayor-Mayor, 2014; De-la-Fuente-Prieto et al., 2016; Establés-Heras, 2016; Scolari y Establés, 2017; Villén-Higueras y Ruiz-del-Olmo, 2020).

¹ Universidad Rey Juan Carlos.
Email: david.garciam@urjc.es
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4575-1911>

También han sido numerosos los trabajos sobre la utilización de las prácticas transmedia en contextos educativos, tanto desde el ámbito formal (Llorente et al., 2013; Alper y Herr-Stephenson, 2013; Checa-Romero, 2016) como desde la educación no formal (Guerrero-Pico, 2015; Gürsimsek, 2016; Rhoades, 2016). En menor medida, otros aspectos tratados por los análisis vinculados a la narrativa transmedia se han desarrollado desde el campo de la ecología de los medios (Islas, 2009), la planificación de proyectos audiovisuales (Costa-Sánchez, 2013), el contenido generado por el usuario (Fernández-Castrillo, 2014), el periodismo transmedia (Irala-Hortal, 2014), las implicaciones jurídicas derivadas de la propiedad intelectual de los productos culturales (Díaz-Noci y Tous-Rovirosa, 2012) y las extensiones transmedia del podcast (García-Marín y Aparici, 2018; García-Marín, 2020).

Como observamos en los trabajos anteriormente citados, la investigación sobre la narrativa transmedia se centra de forma mayoritaria en las producciones y prácticas activadas a partir del advenimiento de la llamada Web 2.0 desde el año 2004 como consecuencia de la proliferación de medios y plataformas digitales. Por este motivo, este objeto de estudio tradicionalmente se ha considerado vinculado al desarrollo de los medios contemporáneos asociados a la convergencia industrial y tecnológica. Esta idea es potenciada por el déficit de investigaciones centradas en las prácticas transmedia ya existentes antes de la llegada de los medios digitales. Aunque podemos encontrar precedentes aún más antiguos de lo que hoy denominamos narrativa transmedia, resulta especialmente relevante el análisis de algunas de las prácticas de re-escritura y re-publicación de historias procedentes de la literatura popular durante el siglo XIX en el ámbito anglosajón, que “establecieron muchos de los principios de la construcción de mundos ahora asociados a la narrativa transmedia” (Meyer y Pietrzak-Franger, 2022: 17).

2. Narrativa transmedia. Precedentes en el siglo XIX

Las prácticas transmedia de la segunda mitad del siglo XIX fueron posibles por la confluencia de diferentes factores. En la primera parte de este siglo, tuvieron lugar grandes transformaciones en Reino Unido y Estados Unidos gracias al empuje de los nuevos descubrimientos científicos e innovaciones tecnológicas. Diversos desarrollos aplicados a la comunicación, como la telegrafía, la creciente mejora de las infraestructuras para el transporte y la extensión del servicio postal tuvieron un impacto decisivo no solo en el ámbito laboral sino también en la vida recreativa y comunitaria, de modo que “la tecnología cambió la forma en la que los británicos se divertían” (Boyer et al., 2002: 215). Así, florecieron nuevas formas culturales de entretenimiento, como los museos, las publicaciones de ficción de bajo coste, el vodevil y, con el cambio de siglo, los parques de atracciones (Meyer y Pietrzak-Franger, 2022). En este contexto, no debemos olvidar la importancia cultural de las exhibiciones mundiales, que tuvieron un elevado impacto en la forma en la que los bienes, las personas y el propio conocimiento comenzaron a circular por diferentes áreas geográficas. En este punto, “la movilidad del contenido cultural y mediático impreso no solo fue intensificada y acelerada, sino también extendida geográficamente” (Kaestle y Radway, 2009: 21). Variadas formas de material mediático y cultural –panfletos, periódicos o libros– fueron producidas, reproducidas y distribuidas a mayor velocidad y con menor coste que en ninguna época anterior. Toda esta producción y disseminación de diverso material cultural y mediático facilitó la intensificación de las experiencias transmedia en la segunda mitad del siglo XIX. Al mismo tiempo, la falta de regulación de los derechos de autor abrió la puerta a los actos de piratería y, por tanto, a la propagación internacional de los productos artísticos y la transmedialización de las narrativas.

A todo esto, se le sumó una nueva forma de concebir el consumo cultural y conectar con los productos mediáticos y de ficción. En este sentido, la serialización de las historias fue clave para el fomento de determinadas prácticas de *engagement* de los fans con las obras culturales. Los textos serializados fueron especialmente apropiados para “capturar la visión de la vida expansiva característica de la época victoriana” (Hughes y Lund, 2012: 53). Los intersticios que aparecían entre los capítulos de las historias tuvieron un particular efecto en las audiencias, que no solo se identificaban con los personajes sino también tenían tiempo suficiente para especular e intercambiar sus visiones sobre ellos, hasta el punto de considerarlos reales. De este modo, las historias viajaban “entre culturas y reinos factuales y ficcionales” (Meyer y Pietrzak-Franger, 2022: 33) dando lugar a procesos de expansión de los relatos que se desarrollaron en diferentes formas conformando una amplia “semántica de la participación” (Mayer, 2013: 6).

Todos estos factores tecnológicos, mediáticos, legales y culturales espolearon un conjunto de prácticas transmedia consistentes en lecturas públicas de obras de la literatura popular, representaciones teatrales, co-producción de contenido o la elaboración de guías de viaje, realizadas a partir de los datos y opiniones generados por los viajeros a partir del envío de cartas, hojas de reclamaciones y sugerencias, en un claro antecedente de la producción *crowdsourcing* contemporánea.

El universo narrativo asociado a Sherlock Holmes es, quizá, la gran franquicia transmedia iniciada en el siglo XIX, estudiada tanto desde el lado de la dispersión de sus historias en diferentes medios (Pearson, 2022) como desde el *engagement* fan con su mundo narrativo (McClellan, 2022). Por su parte, los trabajos de Voigts (2022) se han centrado en las prácticas transmedia presentes en el siglo XIX como el pastiche, la secuela, la

parodia y la sátira en las adaptaciones de la conocida como *dorking literature*, considerada precursora del subgénero distópico *future-war-fiction* (“ficción de guerra futura”). En otro orden, Liedke (2022) ha centrado su investigación en la retransmisión de obras teatrales y conciertos a través del teléfono, que no solo fue utilizado como un dispositivo de comunicación sino también como un medio de difusión de contenidos sonoros en Europa y Estados Unidos en la última década del siglo XIX. Bajo el nombre de teatréfono, esta práctica (precursora de las retransmisiones teatrales y musicales por radio que se iniciaron a comienzos del siglo XX) permitía escuchar en directo mediante suscripción obras teatrales u operísticas desde el teléfono instalado en el propio domicilio.

También resultan relevantes los estudios sobre el diseño de universos narrativos a partir del cómic, como es el caso de *Yellow Kid*, un personaje que desbordó este medio para adoptar diferentes formas y aparecer en diversas prácticas mediáticas a finales del siglo XIX. Otro ejemplo son las *Kewpies*, que nacieron de un personaje publicitario, saltaron al mundo del cómic y finalmente se convirtieron en muñecas, alcanzando un enorme éxito internacional. Los cómics de las *Kewpies* fueron publicados en tres revistas dirigidas al público femenino en sus cinco primeros años, lo que obligó a sus fans a salir en busca de sus historias para ensamblar su mundo narrativo, en un claro precedente de los movimientos migratorios de las audiencias actuales a la caza de fragmentos de los relatos distribuidos en plataformas distintas.

Los trabajos de Wiele (2022) estudian las prácticas transmedia de la llamada *city mystery novel*, cuyos personajes exploran los submundos secretos de las ciudades y revelan la corrupción, la explotación y la violencia. Estas historias aglutinaban a finales del XIX varias prácticas que hoy pueden considerarse transmedia. Solían tener su origen en la prensa diaria a modo de folletín, ofreciendo una mezcla de ficción y realidad. El hecho de ser publicadas en la prensa provocaba que estas historias quedaran impregnadas del halo de veracidad propio del periódico, lo que hacía que estos relatos (en parte, ficcionales) se mostraran indistinguibles de la realidad. Asimismo, eran publicados por autores conocidos, aspecto que les otorgaba cierto marchamo de credibilidad. Habitualmente, estas historias incluían ilustraciones, lo que facilitaba su adaptación al teatro. Estas adaptaciones teatrales no solo ofrecían posibilidades de recepción diferentes, sino que introducían nuevos matices o expansiones argumentales a la historia original. El último movimiento transmedia asociado a estas historias consistía en la publicación de una novela elaborada como síntesis de los diferentes hilos argumentales desarrollados en la prensa y las obras teatrales previas.

Estas prácticas de producción y consumo documentadas en el siglo XIX fundamentaron e impulsaron el desarrollo de diseños transmedia generados durante el siglo XX con la aparición y popularización de los nuevos medios de masas –el cine, la radio y la televisión– antes de la llegada de las plataformas digitales.

3. Nacimiento de la radio en España

3.1. El movimiento radioaficionado

El cambio de siglo trajo consigo la aparición del primer gran medio masivo basado exclusivamente en el sonido: la radio. La radiodifusión española comenzó como una actividad no profesional hace un siglo gracias al trabajo de aficionados que se vieron influenciados por los primeros avances procedentes de Estados Unidos. La experimentación amateur permitió dar a conocer ampliamente su potencial técnico y comunicativo. La exploración de la onda corta por parte de radioaficionados en la segunda década del siglo XX permitió descubrir las ventajas de su uso con fines profesionales (García-Marín, 2022). La radio fue considerada inicialmente como un hobby puramente técnico, antes de convertirse en el inicio de un potente medio de comunicación (Afuera-Heredero, 2017). Las primeras emisiones de los radioaficionados estaban muy centradas en dar a conocer el proceso de creación de sus propios contenidos y en el desarrollo de los recursos técnicos necesarios para su producción (Afuera, 2021). De hecho, a aquellos que montaban sus propios equipos se les denominaba “verdaderos aficionados”, frente a los que compraban equipamiento ya fabricado (llamados “aficionados de salón”), según una clasificación de radioaficionados publicada en la revista *Tele-Radio* en 1924 (Ruiz-Ramos, 2012). A su vez, los llamados “verdaderos aficionados” se diferenciaban entre aquellos que montaban sus receptores exclusivamente para escuchar los radioconciertos (se les denominaba aficionados “de ideal próximo”) y aquellos que se aproximaban a la radiodifusión como objeto de investigación y estudio (llamados “de ideal remoto”) (Ruiz-Ramos, 2012).

Una de las principales características de la labor de los radioaficionados fue el carácter conversacional de sus producciones, que dio lugar a las primeras tertulias, conocidas como “ruedas fónicas”, celebradas desde 1929, con la participación de radioaficionados de diferentes emisoras de toda España. Esta conexión entre los entusiastas de la entonces llamada “telefonía sin hilos” dio lugar a un movimiento muy dinámico que impulsó el tejido asociativo construido alrededor del medio. Como consecuencia de ello, los pioneros de la radio en España comenzaron a organizar encuentros a nivel nacional, celebrados por primera vez en el marco de la Exposición Internacional de Barcelona de 1929. Inaugurado el 15 de noviembre de ese mismo año con el nombre de Jornadas de Onda Corta, el evento fue considerado como el I Congreso Español de Radioaficionados e

incluyó seminarios técnicos sobre el sector, retransmisiones en directo y la asamblea general de la asociación nacional de aficionados a la radiodifusión (García-Marín, 2022).

3.2. *Unión Radio* y revista *Ondas*

Al margen de esta vibrante actividad del movimiento amateur, fue *Radio Ibérica* la emisora que realizó las primeras transmisiones de forma experimental en España en septiembre de 1923:

“La primera emisora en servicio regular de radiodifusión es *Radio Ibérica*, dirigida por don Ernesto Gswind, que transmite diariamente, de siete a ocho de la tarde, conciertos y lecturas. (...) Es en 1923 la única emisora española y una de las más potentes de Europa” (Díaz, 1997: 92).

En general, los programas ofrecían “eruditas peroratas ante el micrófono, música de rollos y discos gramofónicos, completados con publicidad de los receptores fabricados por la empresa” (Díaz, 1997: 52). Tras esta primera etapa experimental protagonizada por *Radio Ibérica*, en 1925 nace *Unión Radio* con el número de licencia oficial EAJ-7. Sus emisiones se iniciaron el mes de junio de 1925, consolidando un rápido crecimiento a partir de la adquisición de una serie de emisoras situadas en diferentes puntos del territorio nacional. En su obra *Aquí, Unión Radio* (2021), Ángeles Afuera documenta el proceso de expansión de la emisora durante sus primeros años de existencia, que resumimos a continuación. En diciembre de 1925, la compañía firma un acuerdo de fusión con *Radio Castilla*, emisora que adquiere en mayo de 1926. Ese mismo año, *Radio San Sebastián*, *Radio Barcelona* y *Radio Asturias* se integran en *Unión Radio*. En junio de 1926, concluye la adquisición de *Radio Cádiz*, mientras que en octubre se produce la fusión de las emisoras sevillanas en *Unión Radio Sevilla*. En noviembre, *Radio Barcelona* pasa a formar parte de la cadena. Este proceso continuará en 1927 con la incorporación de *Radio Salamanca*, *Radio Madrileña* y *Radio Club de Vizcaya*.

El primer director general de la emisora fue Ricardo Urgoiti, quien organizó la compañía en cuatro secciones: Artística, Técnica, Publicidad y Revista (Afuera, 2021). Esta última consistía en el lanzamiento de la revista *Ondas*, una publicación de periodicidad semanal que nació en paralelo al comienzo de las emisiones el mismo mes de junio de 1925. “La nómina, edición, propaganda, etc., debían cargarse a los ingresos por venta, suscripción y publicidad de la revista, y su personal contaba con un director, un redactor-jefe, un secretario de redacción, una mecanógrafa y un ordenanza” (Afuera, 2021: 122). No fue la primera revista especializada en radio, ya que antes de su nacimiento ya habían aparecido *Radio-Sport*, *Tele-Radio* (vinculada con Radio Club España), *Radiosola* (propiedad de la Asociación Nacional de Radiodifusión), *Radio Ciencia Popular* y *T.S.H.*, que se configuraba como el medio oficial de la Federación Nacional de Aficionados.

En sus inicios, los principales objetivos de *Ondas* eran dar a conocer la programación de la cadena e informar sobre cuestiones relativas al mundo de la radiodifusión. Otras funciones no menos relevantes fueron el mantenimiento y progresivo desarrollo de una incipiente comunidad de oyentes (vinculados también a través de la Unión de Radioyentes, colectivo asociado a la compañía), servir como medio y portavoz oficial de la empresa y ayudar en la financiación del proyecto, junto con los ingresos por publicidad:

“Una segunda función era mantener un vínculo con las audiencias, que en aquellos años iniciales estaba formada en su gran mayoría por radioyentes especializados, con conocimientos técnicos sobre el medio y que provenían de clubes de radioaficionados. A ellos iban dirigidos los reportajes sobre los avances e innovaciones tecnológicas (...). Esto enlaza con otro objetivo, la revista debía servir de altavoz editorial de la cadena” (Rodríguez-Centeno, 2021: 137).

Asimismo, desde sus inicios, *Unión Radio* utilizó esta revista para extender y ampliar los contenidos que previamente emitía o serían radiados en un futuro, en una suerte de primigenias prácticas transmedia que constituyen el objeto de estudio de este trabajo. Es por ello que esta investigación pretende analizar en profundidad el universo narrativo transmedia de *Unión Radio* utilizando la revista *Ondas* como plataforma complementaria del contenido ofrecido por la emisora.

En este sentido, este trabajo, enfocado en la “arqueología transmedia” (Scolari et al., 2014; Freeman, 2017), pretende identificar redes textuales entre ambos medios buscando fósiles mediáticos a fin de reconstruir antiguas prácticas de naturaleza transmediática, ya que “solo entendiendo la historia de la producción y el consumo, podemos darles sentido a los desarrollos de nuestro panorama mediático contemporáneo” (Freeman, 2017: 7). A diferencia de otros estudios enfocados en la radio transmedia (García-González, 2013; Piñeiro Otero, 2014; Dann, 2014; Edmond, 2015; López Villafranca y Olmedo Salar, 2020), nuestro análisis propone la observación de una experiencia de comienzos del siglo XX, cronológicamente muy anterior a las prácticas habitualmente analizadas, centradas en la época contemporánea gobernada por la digitalidad y la convergencia (Jenkins, 2006). Por tanto, el abordaje de este trabajo representa una visión novedosa en la descripción del origen de la radio en España y su relación con otros medios. La conexión de la radio con otras especies mediáticas en su etapa primigenia se ha desarrollado desde el campo de la publicidad o los medios impresos generalistas, pero son escasísimas las aproximaciones al análisis de las revistas españolas de principios del

siglo XX especializadas en radio, con la excepción de los estudios de Fernández-Sande y Adami (2015) y Rodríguez-Centeno (2021), relevantes dentro de este campo.

4. Objetivos y método

De forma más concreta, este trabajo pretende (1) analizar las extensiones transmedia de *Unión Radio* presentes en las páginas de la revista *Ondas*, (2) determinar la relación del contenido publicado por esta última con respecto a las emisiones de la cadena y (3) examinar las actividades participativas e interactivas que la revista proveía para los oyentes-lectores de este binomio.

Para ello, se elaboró un diseño metodológico basado en el análisis cualitativo de contenido de fuentes hemerográficas a partir de un instrumento de recogida de información específico para el estudio de universos narrativos transmedia. Diseñado inicialmente por Askwith (2007) para analizar series televisivas, esta herramienta determina la existencia de varias categorías de contenido transmedia –que Askwith denomina *touchpoints*– en función de su relación con la producción matriz a la que complementan o expanden (tabla 1). Entiéndase que en este estudio consideramos a las emisiones de *Unión Radio* como el contenido principal, matriz o nuclear de su universo narrativo. Estas categorías de contenido se agrupan en las dos dimensiones que, como recoge el apartado introductorio de este trabajo, definen las narrativas transmedia: (1) la dispersión de los productos mediáticos oficiales (canon) en diferentes plataformas y (2) la organización de actividades para activar / canalizar la participación de los usuarios (*fandom*).

Tabla 1. Ficha de recogida de información

CONTENIDO OFICIAL (CANON)	
Acceso expandido. Repetición del mismo contenido en otras plataformas o medios, sin ningún tipo de adaptación ni de extensión narrativa. Se trata de un punto de acceso diferenciado al mismo contenido dentro del universo transmedia. Ejemplo: una serie emitida por televisión que se pone a la venta en DVD sin ningún tipo de contenido extra.	
Contenido adaptado. Todo aquello que manipula, reorganiza, extracta, reutiliza o adapta el contenido (guías de episodios o temporadas en las series televisivas, biografías de los personajes, resúmenes de tramas, etc.). No ofrece contenido nuevo (extensión narrativa).	
Contenido expandido. Contenido inédito que provee nuevos hilos argumentales sobre el relato (extratexto) o informa sobre el medio o su universo (metatexto).	Metatextual. Textos que proporcionan información sobre el propio proyecto, la marca, sus autores o su mundo narrativo ofreciendo datos nuevos no conocidos, pero sin ampliar el argumento de los relatos previamente narrados (García-Marín, 2016). Ejemplos: noticias sobre el día a día del medio, descripción del <i>making-of</i> (“así se hizo”) de programas radiofónicos o el contenido “detrás de las cámaras” (<i>behind-the-scene</i>) propio de las producciones audiovisuales.
	Extratextual. Creación de nuevas historias o extensión de las ya existentes que amplían / complementan el relato del producto matriz. Debe ser contenido totalmente nuevo. Ejemplo: la publicación de un cómic que narra historias inéditas sobre un universo narrativo iniciado como película.
ACTIVIDADES RELACIONADAS (<i>FANDOM</i>)	
Tematizadas. Juegos que portan la imagen de la marca de la compañía y proponen un mayor grado de interactividad y participación que los elementos de <i>merchandising</i> , más inertes desde el punto de vista narrativo. Ejemplos: juegos temáticos de un programa de televisión, puzles, etc.	
Experienciales. Colocan al usuario como personaje de la historia, o lo animan a asumir un rol relacionado con ésta. Ejemplos: videojuegos, juegos de rol o programas de radio con público que pueden activar un elevado grado de interactividad.	
Productivas. Incitan al usuario a convertirse en creador de contenido. Ejemplo: las llamadas de los oyentes en la radio.	
Competitivas. Permiten a los fans demostrar sus habilidades y conocimientos al resolver retos planteados por los diseñadores del universo narrativo.	

Fuente: elaboración propia a partir de Askwith (2007).

Este instrumento ha sido empleado y validado en el estudio de universos transmedia de diferente naturaleza. Su utilización se ha enfocado fundamentalmente en las extensiones narrativas de series de televisión tanto en el ámbito anglosajón (Askwith, 2007) como en el español (Rodríguez-Ferrándiz et al., 2014). También ha sido aplicado en estudios sobre los archivos audiovisuales televisivos (Caridad-Sebastián et al., 2018), el ecosistema de producciones transmedia iniciadas desde el cómic (Atarama-Rojas y Menacho-Girón, 2017), las extensiones narrativas en el podcast (García-Marín y Aparici, 2018) y la promoción de universos literarios en la Red (Torrego-González et al., 2021).

En nuestro trabajo, la ficha de recogida de información se utilizó para analizar todos los números de la revista *Ondas* publicados en la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional (<https://cutt.ly/qVdfCco>), que cuenta con un total de 493 ejemplares organizados por fecha de publicación, desde el 1 de junio de 1925 hasta el 28 de diciembre de 1935. Este archivo hemerográfico contiene todos los números digitalizados de la revista, salvo los correspondientes al año 1928.

Nuestro estudio se centra en el binomio *Unión Radio*-revista *Ondas* por ser los medios referentes en la radiodifusión y en el campo de las revistas especializadas en radio, respectivamente, de los años 20 y 30 en España. La revista se convirtió en el medio hegemónico de su categoría hasta la Guerra Civil tras la compra de *Radio Ciencia Popular* por parte de *Unión Radio* en 1924, misma suerte que corrieron las revistas *Radio-Sport* y *Tele-Radio* en 1926 (Afuera-Heredero, 2017), asegurándose así la compañía el control de la comunicación radiofónica en España (Fernández-Sande y Adami, 2015).

En el siguiente apartado, se exponen los diferentes contenidos de la revista *Ondas* organizados por su categoría textual de acuerdo con el instrumento anteriormente descrito. Se adjuntan ilustraciones extraídas de las páginas de la publicación para su mejor comprensión utilizando siempre como fuente el archivo digital de la Biblioteca Nacional.

5. Resultados

5.1. Acceso expandido

En primer lugar, aunque no fue una práctica frecuente, la revista *Ondas* incluyó en sus páginas acceso completo a determinados contenidos previamente emitidos en la emisora, como la publicación de los cursos de esperanto (imagen 1) y de pronunciación inglesa que formaban parte de la programación de la cadena.

<p style="text-align: center;">Lección de esperanto</p> <p style="text-align: center;">Antaŭparolo</p> <p><i>Por ke lingvo internacia povu bone kaj regule progresadi kaj por ke ĝi havu plenan certecon, ke ĝi neniam disfalos kaj ia facilanima paŝo de ĝiaj amikoj estontoj ne detruos la laborojn de ĝiaj amikoj estintaj, estas plej necesa antaŭ ĉio unu kondiĉo: la ekzistado de klare difinita, neniam tuŝebla kaj neniam ŝanĝebla fundamento de la lingvo. Kiam nia lingvo estos oficiale akceptita de la Registaroj de la plej ĉefaj regnoj kaj tiuj ĉi Registaroj per speciala leĝo garantios al Esperanto tute certan vivon kaj uzatecon kaj plenan sendanĝerecon kontraŭ ĉiuj personaj kapricoj aŭ disputoj, tiam aŭtoritata Komitato, interkonsente elektita de tiuj Registaroj, havos la rajton fari en la fundamento de la lingvo unu fojo por ĉiam ĉiujn deziritajn ŝanĝojn, se tiaj ŝanĝoj montriĝos necesaj; sed Ĉiis</i></p>	<p><i>tiu tempo la Fundamento de Esperanto devas plej severe resti absolute neŝanĝa, ĉar severa netuŝebleco de nia Fundamento estas la plej grava kauzo de nia ĝis nuna progresado kaj la plej grava kondiĉo por nia regula kaj paca progresado estonta. Neniu persono kaj neniu Societo devas havi la rajton arbitre fari en nia Fundamento iun eĉ plej malgrandan ŝanĝon. Tiun ĉi tre gravan principon la esperantistoj volu ĉiam bone memori kaj kontraŭ la ektuŝo de tiu ĉi principo ili volu ĉiam energie batali, ĉar la momento, en kiu ni ektuŝus tiun principon, estos la komenco de dia morto (Daŭrigota).</i></p> <p>El mejoramiento de los programas es el único fin que persigue la UNIÓN DE RADIOYENTES, sociedad legalmente constituida y que ya tiene más de 10.000 socios.</p> <p>Su domicilio social es: AVENIDA DE PI Y MARGALL, 10</p>
--	--

Imagen 1. Curso de esperanto (*Ondas*, 01/05/1927).
Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

5.2. Contenido adaptado

Recuérdese que se considera contenido adaptado todo aquel que resume, extracta o comprime el relato ofrecido en cualquier otra plataforma del universo narrativo. Dentro de esta categoría resultan especialmente relevantes las guías de programación orientadas a informar al lector sobre los horarios de los diferentes espacios de la cadena. Este fue uno de los contenidos esenciales de la revista durante toda su existencia y constituía, como se indicó anteriormente, uno de los grandes objetivos de la publicación.

Se incluyen también en esta categoría los resúmenes de los principales programas emitidos la semana anterior, recogidos en la sección “A través del micrófono”, que integraba en ocasiones imágenes de algunos de esos programas. En la misma línea, encontramos síntesis –a modo de crónica– de las emisiones en directo de la cadena, así como de programas especiales. Tal fue el caso del reportaje sobre la retransmisión del acto de entrega de la medalla de oro del Círculo de Bellas a Ricardo Urgoiti, publicado con fecha 28/06/1930 (imagen 2) y emitido previamente en *Unión Radio*.

UNA GRAN FIESTA EN BELLAS ARTES

Entrega de la medalla de oro a D. Ricardo M. Urgoiti

Como estaba anunciado, el viernes 23 se trasladó el "estudio" de Unión Radio a la sala de Círculo de Bellas Artes, con objeto de transmitir desde allí un programa de radio organizado con motivo de la entrega de la medalla de oro a don Ricardo M. Urgoiti.

La concurrencia fue extraordinaria en calidad y cantidad, ofreciendo la sala

un aspecto brillante. En el escenario se colocaron dos micrófonos para transmitir al público invisible tan interesante fiesta.

Comenzó el acto con una charla de Federico García Sánchez, que, como siempre, describió con bellas imágenes los detalles más característicos de la fiesta. Dijo que iba al homenaje que el

Círculo de Bellas Artes ofrecía a don Ricardo M. Urgoiti como un murguista de hongo con un trombón abollado.

Terminó su charla admirándose al homenaje al señor Urgoiti, que desde la Dirección de Unión Radio trabaja para deleitar a muchos miles de radioyentes. Después, la orquesta de Unión Radio ejecutó un concierto de música española.



Imagen 2. Reportaje sobre la medalla de oro a Urgoiti (*Ondas*, 28/06/1930).

Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

Estos resúmenes alcanzaban también a las conferencias emitidas por la cadena, que aparecían publicados en la sección "En nuestros estudios". En este sentido, es destacable el artículo sobre la ponencia que Adolfo Salazar pronunció sobre el compositor levantino Óscar Esplá, disponible en el número del 03/01/1931. En la misma línea, la revista incluía resúmenes de entrevistas a personajes relevantes (ejemplo: "Hablando con el Capitán Plugge", publicada el 23/08/1925).

5.3. Contenido expandido

5.3.1. Metatextual

La revista *Ondas* fue especialmente prolífica en la publicación de contenidos metatextuales relativos a la vida de la emisora y la realización de sus programas. En primer lugar, sobresalen los artículos que tratan de explicar el *making-of* de determinadas producciones radiofónicas. Ejemplo de ello fueron las piezas donde se mostraban los trabajos orientados a la reproducción de las notas musicales graves en el medio radiofónico, así como el tratamiento del eco artificial del estudio de radio. En la misma línea, resulta especialmente llamativo un reportaje dividido en tres números (comenzó en la edición del 06/03/1927, continuó en el número siguiente y se clausuró con una apostilla el 20/03/1927) sobre los gastos de realización de los programas radiotelefónicos (imagen 3).



Imagen 3. Reportaje sobre gastos de realización (*Ondas*, 06/03/1927).

Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

De gran interés fue la serie de reportajes iniciada en 1930 sobre el proceso de escritura de guiones radiofónicos para contar historias de ficción, bajo el título “Lo que no se escribe”, inaugurada con las siguientes palabras: “Comienza en esta semana una interesante serie de reportajes literarios acerca de “lo que no se escribe”, misteriosa confesión de escritores ante el rostro metálico del micrófono...” (publicado en *Ondas* el 08/02/1930) (imagen 4). En la misma línea, destacan los artículos orientados a explicar los motivos de la realización de determinados espacios o sobre la adopción de ciertas políticas de programación, como fue el caso de la apuesta por la radio educativa, justificada en un artículo a doble página titulado “La enseñanza por medio de la radio” incluido en la sección “Consideraciones” del 21/09/1929.

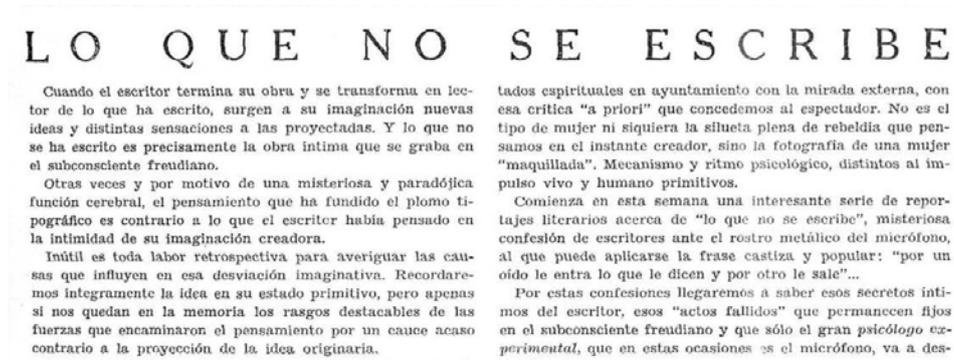


Imagen 4. Artículo sobre escritura de guiones de radio (*Ondas*, 08/02/1930).

Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

Aunque la presencia del contenido metatextual fue constante durante toda la vida de la revista, se detecta una mayor importancia de esta categoría textual en sus inicios gracias a las fotos en portada de las artistas que formaban parte de la programación musical de la cadena. A fin de mostrar esta prevalencia del metatexto, resulta necesario realizar un análisis de la evolución de la composición de la portada de la revista durante su década de historia. En los primeros años, la cubierta se utilizaba fundamentalmente para publicar las fotografías de artistas que actuaban en los diferentes programas de la emisora (contenido metatextual). Esta tendencia se mantiene hasta el número del 18/10/1925, cuando la portada se dedica al esquema de las líneas microfónicas instaladas en Madrid para realizar las retransmisiones en directo de los conciertos de la siguiente temporada. Desde el 25/10/1925, se apuesta por incluir ilustraciones en las portadas, en blanco y negro, hasta el número del 03/01/1926, que comienzan a ser en color. A partir del 27/06/1926, se opta por una fusión entre los modelos anteriores: vuelven las fotografías de artistas que actúan ante el micrófono de *Unión Radio* pero éstas se insertan sobre un fondo ilustrado. Este esquema se mantiene solo unos meses, hasta el número del 25/07/1926, cuando se vuelve al tipo de portada ilustrada, en este caso a todo color. Sin embargo, antes de la finalización de 1926, desde el número del 31/10/1926, se vuelve al esquema anterior: fotografía de artista (normalmente mujer) con fondo ilustrado. No será el modelo definitivo de la portada porque en enero de 1929, la primera página de la revista vuelve a ser totalmente ilustrada sin presencia de fotografías. En su lugar, se introduce un adelanto de las principales obras que se retransmitirán durante la siguiente semana con la leyenda: “En esta semana a través del micrófono” (ejemplo de compresión narrativa o contenido adaptado).

A partir del número del 18/05/1929, la portada sufre una transformación al apostar por composiciones más complejas tipo *collage*, aunque pronto – a partir del 06/07/1929– se vuelve al estilo anterior con el avance de los programas, que se mantiene con variaciones mínimas hasta el 03/01/1931, cuando vuelve el dibujo a dominar la cubierta de la revista.

Por el archivo de la Biblioteca Nacional conocemos que ya en agosto de 1933, durante la última etapa de la revista, la portada estaba protagonizada por la fotografía de algún personaje relevante de la época que hubiera participado en los programas de la emisora (caso de Valle-Inclán en la cubierta del 06/01/1934), alguno de los espacios emitidos o noticias protagonizadas por la propia emisora (contenidos metatextuales), junto con un breve sumario e índice de contenidos (de nuevo, contenido adaptado). En muchas ocasiones estas fotografías volvían a mostrar, como en los inicios, a las principales artistas que actuaban en la cadena o en cualquiera de las emisoras existentes a nivel internacional. Como observamos, tanto el contenido metatextual como, en menor medida, el contenido adaptado tuvo una elevada presencia en la portada de la publicación a lo largo de su historia.

También resulta llamativa la prevalencia del contenido metatextual que tiene como protagonista a la propia compañía. Abundan en la revista las noticias sobre las actividades desarrolladas por la emisora, siendo ejemplos de ello la realización de un plebiscito en *Radio Barcelona* (publicado con fecha de 23/08/1925) o la campaña de recogida de juguetes para la Navidad de 1932-33 (14/01/1933).

Otros contenidos que podríamos integrar en esta categoría son (1) los amplios reportajes dedicados a presentar a los artistas participantes en la programación (véase un ejemplo en la pieza publicada sobre la Orquesta

Sinfónica de *Unión Radio* el 08/02/1930), y (2) las menciones y fotografías de personajes populares que visitaron los estudios para ser entrevistados (ejemplos: la presencia en la emisora del ministro uruguayo Daniel Castellanos el 02/05/1931 y de las aspirantes a Miss Europa el 03/06/1933).

5.3.2. Extratextual

El contenido expandido extratextual es el que otorga al universo narrativo un verdadero carácter transmedia, puesto que se encarga de realizar ampliaciones narrativas más allá del producto matriz (en este caso, las emisiones de *Unión Radio*). Son diversos los contenidos publicados por la revista *Ondas* que podemos integrar en esta categoría.

Por un lado, cabe reseñar la sección “Nuestros programas”, dedicada a ofrecer información sobre las piezas musicales que se emitirían a lo largo de la siguiente semana. De igual modo, la sección “Notas musicales” presentaba de forma concisa una de las obras a emitir cada día de la semana e incluía imágenes de sus compositores. Estos datos resultaban de gran utilidad para los aficionados a las retransmisiones de las óperas y zarzuelas de la cadena, ya que aportaban información argumental y de contexto no presente en la emisión radiofónica. La revista concedía una especial importancia a esta información que, en numerosas ocasiones, acompañaba con ilustraciones, e incluso, llegó a ocupar la portada de la publicación junto con una llamada para ampliar la información en páginas interiores. Tal fue el caso del anuncio de las obras “El rey que rabió” y “Rigoletto” presentadas en la portada del número del 04/05/1929 (imagen 5). Este tipo de información tuvo una presencia cada vez mayor en la revista, hasta alcanzar las dos páginas en el último número de 1935.



Imagen 5. Portada del 04/05/1929.

Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

Los reportajes realizados en directo por la emisora también fueron objeto de este tipo de extensiones narrativas extratextuales. Consistían en la ampliación de la información sobre estas producciones, con la inclusión de abundante material fotográfico complementario. Es el caso del reportaje titulado “El relevo de la guardia exterior de Palacio” realizado desde la madrileña plaza de la Armería. Antes de la emisión de este reportaje, la revista ofreció nutrida información sobre los detalles de la ceremonia, instaurada por el rey Felipe V (imagen 6). La pieza impresa informaba también de que el reportaje radiofónico, previsto para una fecha anterior, tuvo que ser aplazado por enfermedad del locutor encargado. La publicación indica el día y la hora de la emisión del reportaje y anuncia que a esta producción le seguirán otras de la misma naturaleza que la emisora ya tenía en preparación y estarán a cargo de “distinguidos periodistas, que comprendiendo la enorme difusión de la Radio nos prestan su valioso concurso” (publicado por *Ondas* el 08/02/1930 en la página 7).



El público toma 'posiciones' para presenciar la ceremonia militar.

ONDAS

Mucho antes de sonar las once campanadas en el reloj ya está el público bajo los arcos de la Plaza de la Armería para "coger" un buen sitio y presenciar con todo detalle el movimiento militar de los que durante veinticuatro horas han de permanecer en Palacio prestando la guardia correspondiente.

Se destaca en el espectáculo la entrada y salida de los Alabarderos en el Regio Aléazar y el relevo de la guardia de Infantería. Mientras se verifica, las bandas de música interpretan obras populares, que el público oye atentamente. Nuestras fotografías dan una impresión gráfica de lo que es este espectáculo, presenciado por tanto curioso. El micrófono de la emisora madrileña Unión Radio será llevado mañana domingo a la Plaza de la Armería, y el notable periodista que se esconde tras el seudónimo "EAJ Diez" irá transmitiendo a los oyentes sus impresiones acerca de la Parada y todo lo que de este espectáculo militar sea posible comunicar y de interés para el reportaje.

REPORTAJES RADIADOS

Por fin, el reportaje "El relevo de la guardia exterior de Palacio", que con tanto interés esperaban nuestros oyentes y que tuvo que ser suspendido por enfermedad de nuestro estimado compañero, el excelente periodista que oculta su nombre tras el seudónimo E A J Diez, se radiará mañana domingo, desde la Plaza de la Armería.

radiado. Dadas las condiciones periodísticas de "EAJ Diez", tan acostumbrado a llevar a la Prensa informaciones de gran interés público, no dudamos de que ante el micrófono desarrollará igualmente su agudeza de observación y lanzará al espacio un reportaje digno de elogio por todos conceptos.

Nuestros radioyentes estarán preparados a las 10,45 de mañana domingo, para no perder detalle de lo que "EAJ Diez" les vaya diciendo por el micrófono.

Imagen 6. Artículo sobre los reportajes radiados (*Ondas*, 08/02/1930).

Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

Se incluyen también en esta categoría de contenido la publicación de esquemas sobre la composición de determinados aparatos a fin de construir equipos de emisión para los radioaficionados (imagen 7). Este material visual funcionaba como expansión narrativa de los espacios donde la emisora ofrecía conferencias sobre esta temática, pero sin el apoyo visual que permite la revista, que complementa y expande a través de grabados los datos ofrecidos por la radio. Recuérdese, tal como recoge el apartado 3.1., la relevancia que en los orígenes de la radiodifusión tuvo el movimiento amateur, aquellos aficionados que construían sus propios equipos y/o se acercaban al nuevo medio como objeto de investigación, a quienes sin duda se dirigía este tipo de contenido. No obstante, esta información no se destinaba solo a los creadores de equipos para realizar sus propias emisiones, sino también a los oyentes interesados en amplificar la capacidad de sus receptores a fin de captar la señal de emisoras extranjeras.

Divulgaciones de la T. S. H.

...como todos sabemos, la clientela de la T. S. H. se halla dividida en dos bandos: los radioaficionados propiamente dichos, y los que sólo se limitan a ser radioescuchas o radioyentes, como ustedes quieren. Los radioaficionados, como todos saben, oyen tan sólo; el radioaficionado, comienza con la demercuriación galvánica y acaba por sonar con detector los antipodas y se hace *ondacortista*. El radioyente apenas si sabe qué es un condensador; los más se han procurado el aparato en una tienda o se lo ha hecho uno de esos amigos, que en la radio se sacrifican groseramente por que los demás "ojigan".

Sin embargo, todos quieren saber; todos saben "algo"; pero tan poco los más...

Escrean, no sé por qué, las conferencias de radio. Y vale la pena, empero, decir de cuando en cuando cuatro palabras vulgarizadas "a todo el mundo".

Aprovechemos, pues, nosotros este rinconcito de *Ondas* para decir algo que sea, si no para todos, al menos para los más que son los más quienes escuchan sin profundizar grandemente en cómo y por qué oyen.

Hablemos, pues, de la manera como están concebidos los aparatos de T. S. H. Es un error creer que un receptor de radio se halla constituido por un todo indivisible, que se caracteriza con un nombre determinado. No hay tal cosa. Un receptor, cualquiera que sea, se forma por un razonado conjunto de elementos intercambiables, que son bastante limitados. Así, pues, creado un circuito fundamental, todos los demás no suelen ser sino variantes del primero. ¡Cuántas modificaciones, inútiles la mayor parte de las veces y pretendidas las más, se han hecho del célebre circuito Reinartz! Teóricamente son iguales todas las hijas del Reinartz, y se hallan constituidas por una lámpara detectora de retención y las conglutantes amplificaciones en baja frecuencia.

Y si esto sucede en el vasto campo de los receptores de válvulas, ¿qué no será en el restringidísimo de las estaciones de cristal o galena!

¡Basta ya de combinaciones estériles, de sellos de todas las formas, de platos inauditos, de condensadores a troche y moche!

Los aparatos de galena, más aún que los de lámpara, están constituidos por el conjunto de ciertas partes fundamentales; cada una de las cuales se puede realizar bajo diferentes formas, que vienen a dar idénticos resultados.

Los aparatos de galena se establecen sobre la base de tres partes indispensables: a saber: circuito de sintonía, detector y teléfono. Separamos en dos partes: circuito de sintonía y detector y teléfono. Si al detector y teléfono (fig. 15) le agregamos cualquiera

ESQUEMAS

© Biblioteca Nacional de España

Imagen 7. Esquemas para la construcción de equipos (*Ondas*, 05/06/1927).

Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

5.4. Actividades relacionadas

Nótese que todas las categorías textuales anteriormente referidas se vinculan con la producción de expansiones del universo narrativo desde *Unión Radio* a través de su revista (canon). Para la existencia de una verdadera experiencia transmedia, se deben incorporar además las creaciones de los usuarios / fans que contribuyen con nuevas extensiones de contenido (*fandom*), a la vez que interactúan de forma significativa con la entidad mediante diferentes formas de participación. A este fin se consagran las actividades relacionadas que, en el caso analizado, se integran como experienciales, productivas y competitivas.

5.4.1. Experienciales. El oyente-lector como personaje

Ejemplos de este tipo de contenidos son (1) el consultorio grafológico cuya publicación comenzó en los años 20, y (2) el sorteo de juguetes para niños de familias asociadas a la Unión de Radioyentes. En este último caso, para formar parte este sorteo, era requisito imprescindible enviar una carta indicando un número de socio de esta agrupación. Aunque podría considerarse como una estrategia de marketing para reclutar nuevos miembros, esta práctica puede ser incluida como actividad experiencial ya que los ganadores de los sorteos debían enviar una fotografía a fin de ser publicada en la revista, por lo que los menores agraciados se convertían en protagonistas de una de las secciones de la publicación.

5.4.2. Productivas. El oyente-lector como creador de contenido

Pertencen a esta categoría los plebiscitos organizados por el binomio *Unión Radio*-revista *Ondas* a fin conocer la opinión de los oyentes sobre los programas de la emisora. También podemos encuadrar en esta categoría las cartas al director, que fueron poco frecuentes en la vida de la revista, pero tuvieron cierta presencia en sus inicios. La sección “Correspondencia” (habitual a finales de los años 20) ofrecía un contacto bidireccional con los oyentes al responder a las cartas que, a juicio de los editores, merecían “comentario adecuado a lo que en ellas se nos comunique, especialmente a las que, tras el anónimo, suelen darnos un agradable consejo” (*Ondas*, publicado el 04/05/1929 en la página 29).

5.4.3. Competitivas. El oyente-lector como concursante

Los concursos se configuraban como potentes estrategias de *engagement* del oyente-lector con el universo narrativo propiciado por *Unión Radio*. En su organización, difusión y desarrollo, la revista *Ondas* jugó un papel fundamental. Encontramos algunos ejemplos en un concurso de traducción inglés-español celebrado en mayo de 1931 y, sobre todo, en los concursos de radiocuentos, chistes (imagen 8) y radioteatro, que incluían premios económicos para los ganadores. En el caso de los certámenes de cuentos, chistes y radioteatro, los mejores trabajos eran además seleccionados para su emisión radiofónica, por lo que esta actividad también podría considerarse como productiva, al nutrir de contenido la programación de la emisora.

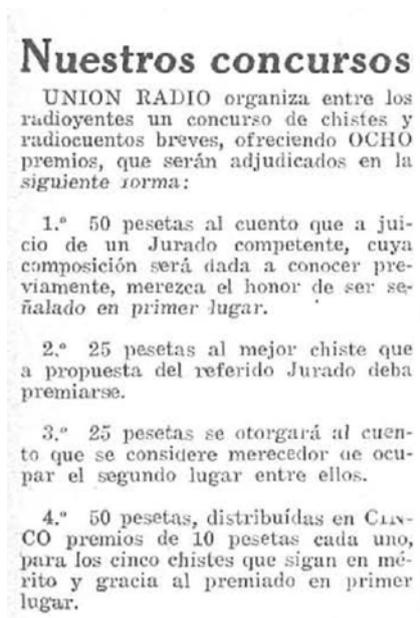


Imagen 8. Concurso de radiocuentos y chistes (*Ondas*, 10/01/1926).

Fuente: Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional.

Finalmente, cabe destacar que la participación en estos concursos era exclusiva para los oyentes-lectores que adquirirían previamente un ejemplar de *Ondas*, puesto que los interesados debían enviar el cupón correspondiente, solo disponible en las páginas de la revista. Esta práctica constituye un precedente del actual modelo de micromecenazgo que podemos encontrar en plataformas como Patreon (muy utilizada por los creadores de contenido digital) donde el pago de determinadas cantidades mensuales da acceso a contenidos extra y la posibilidad de participar en diversas actividades y sorteos. En este ámbito, conviene mencionar dos de las primeras iniciativas de éxito en el contexto español durante la era digital: *El Extrarradio* (que inició su andadura en 2012) y *Carne Cruda* (nacido en 2014), ambos pioneros del podcast profesional nativo en España a partir de este tipo de estrategias basadas en el micromecenazgo.

6. Conclusiones y discusión

Este trabajo contribuye a la discusión sobre los antecedentes de la actual narrativa transmedia a través de una aproximación pionera al análisis de este objeto de estudio situado en el contexto español. En concreto, se suma a la exigua producción sobre radio transmedia o transradio (Martínez-Costa, 2015), que desborda el lenguaje exclusivamente sonoro del medio para realizar ampliaciones narrativas en otras plataformas y lenguajes mediáticos, tal como hemos comprobado en este trabajo. Este desarrollo resulta similar al que, un siglo más tarde, desplegó el podcast en sus inicios gracias a la experimentación amateur que utilizó los recursos mediáticos y tecnológicos a su disposición para complementar la narrativa de sus producciones sonoras (García-Marín, 2022) y abrir canales de participación significativa con sus audiencias (García-Marín y Aparici, 2020). Incluso, el podcast (heredero de la radio en el ámbito de la comunicación mediática exclusivamente sonora) ya ha logrado generar perfiles profesionales específicamente dedicados al desarrollo transmedia, los denominados transpodcasters (Contreras et al., 2022).

Otra de las aportaciones de este trabajo plantea la impugnación de una hipotética superficialidad de la narrativa transmedia de finales del siglo XIX y comienzos del XX en comparación con las prácticas culturales y comunicacionales contemporáneas. La literatura científica identifica los desarrollos transmedia del pasado desde experiencias menos sofisticadas que las actuales, siempre fundamentadas en una concepción táctica y no nativa de este tipo de narrativa, basadas en el éxito de un producto previo y sin haber sido “creadas desde el inicio bajo una concepción transmedia” (Costa-Sánchez, 2013: 561). Bajo esta perspectiva, la práctica transmedia propia de los albores del siglo XX sería sinónimo de adaptación, transcodificación entre medios o extensión intramedia (dentro del mismo medio) que, en ocasiones, consistía en construir “variaciones sobre lo mismo” (Freeman, 2017: 8). Sin embargo, en este trabajo hemos observado la relevancia y variedad de materiales expandidos (inéditos) que la revista *Ondas* desplegaba en sus páginas con respecto al contenido emitido por *Unión Radio*. En este sentido, se advierte la utilización de las mismas categorías de contenido transmediático en el empleo de *Ondas* como complemento al relato emitido por *Unión Radio* que las usadas en los proyectos transmedia emplazados en la era digital (Rodríguez-Ferrándiz et al., 2014; Torrego et al., 2021).

En la misma línea, esta investigación demuestra la apuesta de la radio desde sus inicios por presentar extensiones narrativas en formatos visuales (en la época, solo fotografías e ilustraciones), que se han visto amplificadas al calor de la llegada de los medios digitales. Estas expansiones visuales contribuyen a crear relaciones con la audiencia y construir marcas, a la vez que ayudan a las emisoras a contar historias de maneras más complejas (Berry, 2013). Como evidencia nuestro trabajo, la creación de contenidos visuales por parte de las emisoras radiofónicas prolonga y enriquece la naturaleza esencialmente sonora del lenguaje de la radio (Pedrero-Esteban y Pérez-Alaejos, 2017), expandiendo sus posibilidades expresivas.

De acuerdo con nuestros resultados, gracias al uso de la revista *Ondas* (sobre todo a la introducción de reportajes sobre la elaboración casera de equipos para la emisión), *Unión Radio* contribuyó a crear potenciales comunidades de práctica (Wenger, 2002) donde los radioaficionados y, en general, los seguidores de ambos medios participaron en la configuración y desarrollo del *fandom* vinculado al periodo inicial del medio en España, a la vez que el producto radiofónico era presentado como una obra inacabada sujeta al debate y reconfiguración desde el lado de la audiencia.

Por todo lo anteriormente expuesto, este trabajo discute la perspectiva de autores como Voigts (2022) que defienden la necesidad de aplicar instrumentos y aproximaciones de investigación diferentes a desarrollos transmedia de distintas épocas. Nuestro planteamiento demuestra que es posible utilizar herramientas metodológicas contemporáneas para examinar las diferentes categorías de contenido (acceso expandido, contenido adaptado, contenido expandido, etc.), y las actividades *fandom* sobre prácticas transmedia situadas en etapas anteriores, alejadas de la explosión de los medios digitales que, sin duda, han complejizado las formas de producción mediática, así como la relación de las audiencias con los medios y la cultura.

7. Referencias bibliográficas

- Afuera, A. (2021). *Aquí, Unión Radio. Crónica de la primera cadena española (1925-1939)*. Cátedra.
- Afuera-Herederó, A. (2017). 1900-1924. La actitud de la prensa frente al nacimiento de la radio en España. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 40, 11-29. <https://doi.org/10.5209/DCIN.56443>
- Alper, M. y Herr-Stephenson, R. (2013). Transmedia Play: Literacy Across Media. *Journal of Media Literacy Education*, 5(2), 366-369. <https://doi.org/10.23860/jmle-5-2-2>
- Askwith, I. (2007). *Television 2.0: Reconceptualizing TV as an Engagement Medium* [Master Thesis, MIT]. DSpace@MIT. <https://cutt.ly/BVWP9m>
- Atarama-Rojas, T. y Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. *Revista de comunicación*, 17(1), 34-56. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A2>
- Berry, R. (2013) Radio with pictures: Radio visualization in BBC national radio. *The Radio Journal*, 11(2), 169-184. <https://bit.ly/3mcG8xH>
- Boyer, P.S., Clark, C.E., Halttunen, K., Kett, J. F. y Salisbury, N. (2016). *The enduring vision: A history of the American people*. Cengage Learning.
- Caridad-Sebastián, M., Morales-García, A.M., Martínez-Cardama, S. y García-López, F. (2018): Los archivos audiovisuales de televisión: estrategias para su revalorización en un entorno transmedia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, 870-894. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1286>
- Checa-Romero, M. (2016). Developing skills in digital contexts: Video games and lms as learning tools at primary school. *Games and Culture*, 11(5), 463-488. doi: <https://doi.org/10.1177/1555412015569248>
- Contreras, L. M., García-Marín, D. y Ardini, C. G. (2022). Anatomía del transpodcaster: Un nuevo perfil de productor en el podcast independiente. *Austral Comunicación*, 11(2), 1-31. <https://doi.org/10.26422/aucom.2022.1102.con>
- Costa-Sánchez, C. (2014). Narrativas Transmedia Nativas: Ventajas, elementos de la planificación de un proyecto audiovisual transmedia y estudio de caso. *Historia y Comunicación Social*, 18, 561-574. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44349
- Dann, L. (2014). Only half the story: Radio drama, online audio and transmedia storytelling. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 12(1-2), 141-154. https://doi.org/10.1386/rjao.12.1-2.141_1
- De-la-Fuente-Prieto, J., Cortés-Gómez, S. y Martínez-Borda, R. (2016). Contribución de las Redes Sociales a la creación de narrativas transmedia a partir de las series de ficción en Televisión. *Comunicación y Hombre* (12), 153-176. <https://cutt.ly/PVmy36X>
- Deltell, L., Claes, F. y Osteso-López, J.M. (2013). Audiencias televisivas y líderes de opinión en Twitter. Caso de estudio: El Barco. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(1), 347-364. http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n1.42526
- Díaz, L. (1997). *La radio en España (1923-1997)*. Alianza Editorial.
- Díaz-Noci, J. y Tous-Rovirosa, A. (2012). La audiencia como autor: narrativas transmedia y propiedad intelectual del público. Algunas reflexiones jurídicas. *El profesional de la información*, 21(5), 458-467. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2012.sep.03>
- Edmond, M. (2015). All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement. *New Media & Society*, 17(9), 1566-1582. <https://doi.org/10.1177/1461444814530245>
- Establés-Heras, M.J. (2016). Entre fans anda el juego: audiencias creativas, series de televisión y narrativas transmedia. *Opción*, 32(1), 476-97. <https://cutt.ly/YVmuPUt>
- Fernández-Castrillo, C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 53-67. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43903
- Fernández-Sande, M. y Adami, A. (2015). O nascimento do rádio na Espanha através das revistas especializadas. *E-Compós*, 18(1). <https://doi.org/10.30962/ec.1108>
- Freeman, M. (2017). *Historicising transmedia storytelling: Early twentieth-century transmedia story worlds*. Routledge.
- García-González, A. (2013). De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio. *Icono 14*, 11(2), 251-267. <https://doi.org/10.7195/ri14.v11i2.567>
- García-Marín, D. (2016). *Podcasting y transmedia: el transcasting* [Tesis de Máster, UNED]. e-spacio UNED. <https://cutt.ly/QVMEr05>
- (2020). Universo transpodcast. Modelos narrativos y comunidad independiente. *Historia y Comunicación Social*, 25(1), 139-150. <https://doi.org/10.5209/hics.69232>
- (2022). New Media, New Practices? A Study of the First Spanish Podcast Community and Its Pioneers. *Social Sciences*, 11(7), 308. <https://doi.org/10.3390/socsci11070308>
- y Aparici, R. (2018). Nueva comunicación sonora. Cartografía, gramática y narrativa transmedia del podcasting. *El profesional de la información*, 27(5), 1071-108. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.11>
- (2020). Voces domesticadas y falsa participación: Anatomía de la interacción en el podcasting transmedia. *Comunicar*, (63), 97-107. <https://doi.org/10.3916/C63-2020-09>
- Giovagnoli, M. (2011). *Transmedia Storytelling: Imagery, shapes and techniques*. ETC Press.
- Guerrero-Pico, M. (2015). Producción y lectura de fan fiction en la comunidad online de la serie Fringe: transmedialidad, competencia y alfabetización mediática. *Palabra Clave. Revista de Comunicación*, 18(3), 722-745. doi: <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.3.5>
- Gürsimsek, Ö. A. (2016). Animated GIFs as vernacular graphic design: producing Tumblr blogs. *Visual Communication*, 15(3), 329-349. doi: <https://doi.org/10.1177/1470357216645481>
- Hughes, L.K. y Lund, M. (2012). Introducing the Serial. En R.L. Patten (Ed.), *Dickens and Victorian Print Cultures* (pp. 53-70). Routledge.

- Irala Hortal, P. (2014). Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 147-158. <https://cutt.ly/rVmsUrG>
- Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar*, 17(33), 25-33. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-02-002>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- (2009, 12 de diciembre). *The Revenge or the Origami: Seven Principles of Transmedia Storytelling*. Confessions of an Aca-Fan. <https://bit.ly/3y3ykiK>
- , Ford, S. y Green, J. (2015). *Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Gedisa.
- Kaestle, C.F. y Radway, J.A. (2015). *A History of the Book in America. Print in Motion: The Expansion of Publishing and Reading in the United States, 1880-1940*. UNC Press Books.
- Liedke, H.L. (2022). Transmedial experiencia in nineteenth-century live theater broadcasting. En C. Meyer y M. Pietrzak-Franger, *Transmedia Practices in the Long Nineteenth Century* (pp. 123-152). Routledge.
- Llorente, C., Pasnik, S., Moorthy, S., Hupert, N., Rosenfeld, D. y Gerard, S. (2013). Preschool Teachers Can Use a PBS KIDS Transmedia Curriculum Supplement to Support Young Children's Mathematics Learning: Results of a Randomized Controlled Trial. A Report to the CPB-PBS Ready to Learn Initiative. En: SREE (Ed.), *Society for Research on Educational Effectiveness Spring 2015 Conference* (pp. 1-5). SREE.
- López Villafranca, P. y Olmedo Salar, S. (2020). *Radioteatro. Olvido, renacimiento y su consumo en otras plataformas*. Comunicación Social.
- Martínez-Costa, M.P. (2015). Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio. En M. Oliveira, M. y F. Ribeiro (Eds.), *Radio, Sound and Internet* (pp. 168-187). Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho).
- Mayer, R. (2013). *Serial Fu Manchu: The Chinese supervillain and the spread of yellow peril ideology*. Temple University Press.
- Mayor-Mayor, F. (2014). Transmedia Storytelling desde la ficción televisiva serial española: El caso de Antena 3. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 69-85. https://doi.org/10.5209/rev_CIYC.2014.v19.43904
- Meyer, C. y Pietrzak-Franger, M. (2022). *Transmedia Practices in the Long Nineteenth Century*. Routledge.
- McClellan, A. (2022). Creating transmedia fan engagement in Victorian periodicals. The case of Sherlock Holmes. En C. Meyer y M. Pietrzak-Franger, *Transmedia Practices in the Long Nineteenth Century* (pp. 305-340). Routledge.
- Pearson, R. (2022). "To just seal the name of a character" Arthur Conan Doyle, Sherlock Holmes, and the conditions of transmedia expansion. En C. Meyer y M. Pietrzak-Franger, *Transmedia Practices in the Long Nineteenth Century* (pp. 274-303). Routledge.
- Pedrero-Esteban, L. M., y Pérez-Alaejos, M. (2017). A transição da rádio para o ambiente digital: as experiências e os desafios transmídia da indústria radiofônica española. *Novos Olhares*, 6(2), 41-51. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2017.134668>
- Peñafiel-Sáiz, C. (2015). La comunicación transmedia en el campo del periodismo Supervivencia en el ecosistema digital. *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 100, 84-87. <https://cutt.ly/UVmefve>
- Piñeiro Otero, T. (2014). La utilización de la bio por los programas de la radio española en Twitter. De la presentación del perfil a la radio Transmedia. *Fonseca, Journal of Communication*, 8(8), 9-34. <http://bit.ly/3zv1RXu>
- Porto, D. (2014). Formatos y técnicas para la producción de documentales transmedia. En F.G. Irigaray y A. Lovato (Eds.), *Hacia una comunicación transmedia* (pp. 133-146). Universidad Nacional de Rosario. <https://bit.ly/36UAcl7>
- Rhoades, M. (2016). "Little Pig, Little Pig, Yet Me Come In!" Ani- mating *The Three Little Pigs* with Preschoolers. *Early Childhood Education Journal*, 44(6), 595-603. doi: <https://doi.org/10.1007/s10643-015-0743-0>
- Rivera, D. (2012, 19 de octubre). ¿Qué es transmedia y storytelling?. Medios Sociales. <https://cutt.ly/RVme22h>
- Rodríguez-Centeno, J.C. (2021): La industria de la radio española en sus orígenes. Una visión a través de la publicidad en la revista *Ondas*. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (17), pp. 135-156. <http://dx.doi.org/10.12795/RiCH.2021.i17.07>
- Rodríguez-Ferrándiz, R., Ortiz-Gordo, F. y Sáez-Núñez, V. (2014). Contenidos transmedia de las teleseries españolas: clasificación, análisis y panorama en 2013. *Communication & Society*, 27(4), 73- 94. <https://doi.org/10.15581/003.27.4.sp.73-94>
- Ruiz-Ramos, I. (mayo de 2012). *Los radioaficionados en el comienzo del broadcasting español*. Radioclub Henares. <https://bit.ly/3K9Sdvv>
- Scolari, C. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- y Establés, M.J. (2017). El Ministerio Transmedia: expansiones narrativas y culturas participativas. *Palabra Clave*, 20(4), 1008-1041. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.7>
- , Bertetti, P. y Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. Palgrave Macmillan.
- Torrego-González, A., Vazquez-Calvo, B. y García-Marín, D. (2021). El fandom de Blue Jeans: lectura y socialización literaria en línea. *Ocnos. Revista De Estudios Sobre Lectura*, 20(1), 65-81. https://doi.org/10.18239/ocnos_2021.20.1.2459
- Villén-Higueras, S. J., Ruiz-del-Olmo, F. J. (2020). La imagen de los jóvenes en las estrategias transmedia de las series de televisión: el caso de Skam España en Instagram. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 50, 31-48. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.03>
- Voigts, E. (2022). Literary events and real policies. The transmedia case of Walter Besant's *All Sorts and Conditions of Men* (1982) and George Chesney's *The Battle of Dorking* (1871). En C. Meyer y M. Pietrzak-Franger, *Transmedia Practices in the Long Nineteenth Century* (pp. 57-91). Routledge.
- Wenger, E. (2002). *Comunidades de práctica*. Paidós Ibérica.
- Wiele, L. (2022). Transmedia practices toward a popular cultural sphere. Lippard, Thompson, and nineteenth-century serialities. En C. Meyer y M. Pietrzak-Franger, *Transmedia Practices in the Long Nineteenth Century* (pp. 182-209). Routledge.