

index•comunicación | nº 11(2) 2021 | Páginas 209-229
E-ISSN: 2174-1859 | ISSN: 2444-3239 | Depósito Legal: M-19965-2015
Recibido el 01_05_2021 | Aceptado el 15_05_2021 | Publicado el 15_07_2021

DE RADIO 80 A M80 RADIO: 36 AÑOS DE METAMORFOSIS SONORA (1982-2018)

**FROM RADIO 80 TO M80 RADIO: 36 YEARS
OF SOUND METAMORPHOSIS (1982-2018)**

<https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Deradi>

José Ignacio Wert Moreno

Universidad San Pablo-CEU

joseignaciow@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4283-0849>

José María Legorburu Hortelano

Universidad San Pablo-CEU

legorburu@ceu.es

<https://orcid.org/0000-0002-8443-1662>



Para citar este trabajo: Wert Moreno, J.I. y Legorburu Hortelano, J.M. (2021). De Radio 80 a M80 Radio: 36 años de metamorfosis sonora (1982-2018). *index.comunicación*, 11(2), 209-229.

<https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Deradi>

Resumen: El presente artículo tiene como objetivo recorrer la historia de Radio 80, una emisora generalista en sus orígenes, pero que, a lo largo de sus casi cuatro décadas de existencia, experimentó diferentes y muy notables transformaciones, convirtiéndose en una radio musical de gran popularidad como Radio 80 Serie Oro, primero; y como M80, más tarde, hasta dejar paso a LOS40 Classic. Aunque no es posible comprender los últimos cincuenta años de historia de la radio española sin hacer referencia a esta cadena, apenas ha sido estudiada. Con este objeto, se ha realizado una investigación cualitativa, recolectando información valiosa de fuentes primarias mediante entrevistas en profundidad a destacados directivos de la emisora en los momentos clave de su historia. Como resultado, se ha podido trazar con precisión su recorrido histórico, conocer las razones de su constante metamorfosis y analizar cómo cada transmutación fue influyendo en sus resultados de audiencia.

Palabras clave: Radio temática musical; M80 Radio; Cadena Minuto; Radio 80 Serie Oro; Antena 3 Radio; Grupo PRISA; España.

Abstract: The aim of this article is to retrace the history of Radio 80, a general radio station in its origins, but which, throughout its almost four decades of existence, underwent different and very notable transformations, becoming a very popular music radio station, first as Radio 80 Serie Oro, and later as M80, until it gave way to LOS40 Classic. Although it is impossible to understand the last fifty years of Spanish radio without referencing this station, it has hardly been studied. With this aim, qualitative research has been carried out, collecting valuable information from primary sources through in-depth interviews with the station's top management at key moments in its history. As a result, it has been possible to accurately trace its historical trajectory, to understand the reasons for its constant metamorphosis and to analyse how each transmutation has influenced its audience results.

Keywords: Musical Radio; M80 Radio; Cadena Minuto; Radio 80 Serie Oro; Antena 3 Radio; PRISA Group; Spain.

1. Introducción y marco teórico

En los primeros años 80, la radiodifusión española vivió una expansión extraordinaria, tanto en número de emisoras —gracias a los sucesivos concursos de concesiones en Frecuencia Modulada—, como de audiencia. Se trató de un fenómeno que ha sido denominado como el ‘boom de la FM’, protagonizado por dos nuevas cadenas generalistas nacionales, Antena 3 Radio y Radio 80 (la Rueda Rato, que ya existía, aumentó su cobertura considerablemente), que venían a competir con la Cadena SER, COPE y RNE; y por las recién surgidas emisoras autonómicas.

El recorrido empresarial de Antena 3 Radio, sus inicios y su final, así como su apuesta por la televisión, ha sido objeto de numerosas investigaciones científicas, pero no ha ocurrido lo mismo con Radio 80, a pesar de lo prolongado de su trayectoria, casi cuatro décadas de avatares empresariales y programáticos sustentados por su red de emisoras y, en buena medida, acaecidos bajo su denominación original.

Sin embargo, no se puede comprender la falta de presencia de la banca en el sector de la radiodifusión, la expansión de Antena 3 Radio y de la división de radio de Grupo PRISA o el propio desarrollo de la radio musical en España, sin hacer referencia a esta emisora. A pesar de ello, como se ha señalado, lo cierto es que la historia de Radio 80 y sus sucesivas transformaciones a Radio 80 Serie Oro y a M80 Radio apenas ha sido estudiada. De hecho, hasta la fecha no se ha publicado ningún artículo o capítulo de libro al respecto, sino que tan solo se pueden encontrar algunos epígrafes específicos en capítulos de la obra de autores como Balsebre (1999), Pedrero (2000), Legorburu (2010) y Vera (2015).

En cambio, sí se han abordado algunos pasajes de su historia, pero no tanto por su propia entidad, como por su temprana crisis como emisora generalista (Ferradas, 2001) o por haber desempeñado algún papel en las estrategias de negocio de otras empresas como Antena 3 Radio (Martín Ferrand, 1991; Iglesias, 2005; Ferrer, 2016; Dobón, 2017) o el Grupo PRISA (Bonet, 1995; Pardo y Revert, 2011; Legorburu, 2013). También se pueden encontrar algunas referencias académicas a su puesta en marcha en trabajos sobre la historia de la radio en España como los de Díaz (1997) y Balsebre (2002), si bien el grueso de la información existente sobre sus casi cuatro décadas de emisiones tiene carácter divulgativo y se puede encontrar en las hemerotecas.

2. Objetivos y metodología

Conforme a lo anteriormente expuesto, se plantea como objetivo general de esta investigación dar a conocer el recorrido histórico de una cadena radiofónica que, si bien fue concebida como una emisora generalista y como un paso previo a la puesta en marcha de un canal comercial de televisión, acabó siendo una de las primeras radios temáticas musicales propiamente dichas de España, experimentando a partir de esa primera transformación numerosos cambios en su denominación, formato y parrilla de programación. A este objetivo general, se suman dos específicos. El primero, explicar cuáles fueron las razones de su constante metamorfosis y, en segundo término, analizar cómo cada transmutación fue influyendo en su audiencia y, de alguna manera, en el panorama radiofónico español. De esta forma, los resultados se han dividido en cuatro grandes bloques correspondientes a las diferentes etapas vividas por la emisora.

Para alcanzar estos objetivos, al tratarse de una investigación histórica y no experimental, se ha aplicado una metodología de marcado carácter cualitativo. Concretamente, tras desarrollar una completa revisión bibliográfica y hemerográfica sobre la emisora objeto de estudio, que permitiera conocer el estado de la cuestión —y examinar la confiabilidad de los testimonios y las fuentes secundarias—, se diseñó un trabajo de campo orientado a recolectar información de interés de fuentes primarias (orales) especialmente valiosas, mediante la entrevista en profundidad bajo cuestionario semiestructurado, con el fin de garantizar la sistematicidad (Vallés, 2014).

Así pues, la novedad de este trabajo radica en que intenta llenar el mencionado vacío existente desde el punto de vista del conocimiento directo, a través de los protagonistas y principales responsables de las transformaciones experimentadas por la emisora, unos testimonios de los que apenas existen referencias en publicaciones científicas. De este modo, este trabajo ofrece los testimonios directos y originales de un universo de informadores clave como José Ramón Pardo, el directivo que estuvo presente en todas las fases vividas por la emisora y en sus procesos de transformación; y de tres de sus dirigentes durante las distintas fases: Luis Ángel de la Viuda (director general de Radio 80), Juan María Sainz (consejero delegado de Antena 3 Radio) y Miguel Ángel Pascual (director general de M80 Radio). Todas ellas se realizaron durante 2019 y 2020¹.

¹ José Ramón Pardo Bustillo (2020), Miguel Ángel Pascual Amorrosta (2020), Juan María Sainz Muñoz (2019) y Luis Ángel de la Viuda Pereda (2020).

3. La historia de una transformación constante

A continuación, se relata la historia de la emisora, dividida en cuatro epígrafes que responden a las distintas etapas que componen una trayectoria de casi cuatro décadas.

3.1. Radio 80: el intento de hacer una radio generalista en FM (1982-1984)

A finales de la década de los 70, el Gobierno de Unión de Centro Democrático (UCD) decidió regular las emisiones de radio a través de Frecuencia Modulada (FM). Para ello, elaboró un Plan Técnico Transitorio de Ondas de FM, aprobado a través de un Real Decreto de fecha 8 de junio de 1979 (Balsebre, 2002). Más de un año después, siguiendo los criterios técnicos allí establecidos, concedió 120 licencias en el último Consejo de Ministros celebrado en 1981. Fue una concesión masiva —sin publicidad ni control parlamentario (Pedrero, 2000)—, a la que se le ha denominado como el ‘boom de la FM’. Sin duda, se trataba de la primera brecha en el sistema *oligopolístico* de la radio española desde la Ley de Radiodifusión de 1934, que, como señala Balsebre (2002: 482), «amenazaba la situación de privilegio de la Cadena SER».

Con esta medida, la UCD pretendía ir abriendo el camino a la televisión privada. Así, con la vista puesta especialmente en ese medio de comunicación, más que en la radio, se fueron constituyendo distintos consorcios, con el fin de poner las bases para una futura concesión de frecuencias de televisión. Sin embargo, ese proceso se demoraría más de lo previsto, ya que el cambio de Gobierno derivado de las Elecciones Generales del 28 de octubre de 1982, que se tradujo en una mayoría absoluta del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), paralizó los trabajos. De hecho, la televisión privada no volvería a la agenda legislativa hasta 1988.

Uno de estos consorcios fue el que conformaron cinco grandes bancos — Banco Central, Banco de Bilbao, Banco Español de Crédito (Banesto), Banco Hispanoamericano y Banco de Vizcaya— y la Editorial Católica (EDICA) (Iglesias, 2005), editora del diario nacional *Ya*, una cadena de periódicos regionales —*El Ideal Gallego*, *Hoy* de Extremadura, *Ideal* de Granada y *La Verdad* de Murcia— y la *Agencia Logos*. El periodista y ex directivo de RTVE Luis Ángel de la Viuda ejerce un papel importante como aglutinador de todas las voluntades que integran el proyecto (Díaz, 1997). Es él quien convence al por entonces presidente del Banco Bilbao, José Antonio Sánchez Asiaín; y este se ocupa de atraer a las restantes entidades bancarias. Por su parte, EDICA, pata periodística del proyecto, contaba con un 10% del capital y uno de sus consejeros, Antonio Barrera de Irimio, fue designado presidente de la nueva cadena. Además, la emisora central de Madrid se instaló muy cerca de la sede

de la editorial (C/ Enrique Larreta – C/ Mateo Inurria) y algunas de las estaciones locales comenzaron a emitir desde las redacciones de sus periódicos, como afirma su director de Programas y Emisiones y antiguo directivo de RNE, Félix Gallardo:

Algunas emisoras se instalaron provisionalmente durante meses en las sedes de los diarios de EDICA, aunque el grado de colaboración dependía mucho de quien ocupara la dirección en ese momento. En general, hubo facilidades y colaboración. Digamos que, si bien la voluntad de la empresa estaba clara, su aplicación no era sencilla (Legorburu, 2010: 296).

El presupuesto inicial de Radio 80 fue de 350 millones de pesetas (2.108.000 euros) (Legorburu, 2013). Cuando queda claro que esta no va a ser una realidad en el corto plazo, los esfuerzos del consorcio se centran en la radio en FM, pero el nombre de la compañía da idea fiel de cuál era el proyecto inicial: Promotora de Televisión y Radio S.A.

Nace así Radio 80, con el eslogan 'La radioradio'. El nombre se inspira en una cadena de música y noticias que emitía en Nueva York (EE. UU.). Aunque Luis Ángel de la Viuda (2020) tiene claro desde el principio que la nueva cadena va a ser generalista, adopta el nombre por las resonancias con la década en curso. Las emisiones en pruebas comenzaron el 7 de septiembre de 1982 (*El País*, 1982a). Según Gallardo, pretendía «ser una emisora de compañía y entretenimiento; informar, sin obsesionarnos por la información; emitir mucha música; ser, en definitiva, una emisora tranquila que no sobresalte a nadie, muy al estilo de las emisoras de EEUU» (Legorburu, 2010: 296). Su director comercial, José Manuel Sánchez Palomares, llegó a gestionar una posible presencia en Madrid del actor y director de cine Orson Welles (Del Castillo, 1982), famoso en el medio radiofónico por su célebre recreación de *La guerra de los mundos*, de H. G. Wells, el 30 de octubre de 1938 en el programa '*Mercury Theatre on the Air*' de la cadena norteamericana CBS.

El proyecto nacía buscando una audiencia de entre 20 y 65 años, de nivel medio tanto económico como social, y en sonido estéreo. Las primeras emisoras en salir al aire el 13 de septiembre de 1982 (*El País*, 1982b) fueron las de Burgos, Cáceres, Madrid, Mahón, Sevilla, Valencia, Valladolid, Vigo y Zaragoza, además de las emisoras asociadas a la cadena regional Radio Comarcas Catalanas (Berga, Valls, Seu d'Urgell y Viella) y a Radio Sabadell. Durante los siguientes meses fue sumando otras frecuencias: Ávila, Alicante, Badajoz, Burgos, Cáceres, Castro Urdiales, Cieza, Coruña, Don Benito, Gandía, Granada, Haro, Huesca, La Vall d'Uixó, León, Málaga, Murcia, Palencia, Palma de Mallorca, Ponferrada, Pontevedra, Salamanca, Soria, Toledo y Tudela.

La competencia, recuerda De la Viuda (2020), eran el resto de cadenas comerciales, con especial énfasis en Antena 3 Radio, la otra oferta generalista en FM que había comenzado a emitir apenas cuatro meses antes. Hay que recordar que, fruto de esta concesión masiva en FM, surgieron otras cadenas de mayor o menor porte, como Radio Minuto (Grupo 16) —también con la vista puesta en la televisión—, Radio *El País* (PRISA) y la Rueda Rato (familia Rato) (Legorburu, 2017). Félix Gallardo aprecia algunas diferencias respecto a quiénes eran sus principales competidores: «los proyectos de Radio 80 y Antena 3 Radio eran antagónicos y competitivos. Radio 80 pretendía ser una radio alternativa, mientras que Antena 3 Radio quería competir directamente con la Cadena SER» (Legorburu, 2010: 296).

La primera parrilla de programación arrancaba con un espacio de música y noticias en inglés de seis a ocho de la mañana, que daba paso al programa informativo 'Para Empezar', a cargo de Francisco Fernández Oria —procedente de RNE— y Ana Lozano. A las nueve de la mañana era el turno del magacín 'Radiomañana', con José María Íñigo, muy popular por su trabajo en Televisión Española, aunque en sus comienzos había sido locutor de 'Los 40 principales' de la Cadena SER. A mediodía comenzaba 'A nuestro aire', que se prolongaba hasta las cuatro de la tarde. Por él desfilaban Pedro Meyer, Juan Antonio Fernández Abajo, José Ángel de la Casa y María Eugenia Díez, en su mayoría, procedentes de RTVE. Entre las cuatro y las seis de la tarde, Ana Rosa Quintana se ponía al frente de un programa sobre «la vida de cada día desde una óptica femenina». Entre las seis y las ocho de la tarde, había hueco para la música con 'Canguro', espacio conducido por José Ramón Pardo, con una significativa trayectoria en *ABC* y Radio Peninsular.

Tras la información y el deporte, llegaría la hora de 'Mundo 80' y, tras otro bloque informativo y deportivo, música con 'Luna Nueva', a cargo de Cristina García Ramos. La franja restante hasta el amanecer era cosa de 'Al ritmo de la madrugada', dirigido por Adolfo Sobenes. Los responsables de las distintas áreas eran Pedro Meyer (Programas Generales), José Ramón Pardo (Programas Musicales), Juan Antonio Fernández Abajo (Programas Deportivos) y Francisco Fernández Oria (Programas Informativos).

En sus informaciones, *El País* (1982) hizo especial énfasis en la «preocupación» que había causado en RTVE que tantos profesionales de la nueva cadena procedieran de sus filas, cada uno de ellos en distinta situación contractual con la radio o con la televisión estatal. Otras peculiaridades de la programación de Radio 80 eran el rezo del Ángelus a mediodía y el comienzo de los boletines a menos tres minutos. Uno de los principales hitos de sus primeros meses fue la cobertura informativa de la visita a España de Juan Pablo

II. Recuerda Gallardo que «fue memorable, se llegó a emplear hasta un helicóptero» (Legorburu 2010: 297).

Sin embargo, este modelo da síntomas muy tempranos de no funcionar. Nada más producirse la sustitución de Gallardo por José Ramón Pardo al frente de la Dirección de Programas y Emisiones, en febrero de 1983, abandonan la emisora la mayoría de los profesionales ligados a RTVE, al declararse la incompatibilidad de sus excedencias. De la Viuda (2020) admite «algunos errores en la composición de esa primera nómina de voces». Por eso, cuando años después participó en la formación de la plantilla de Antena 3 TV, decidió «no incorporar apenas profesionales de RTVE» (De la Viuda, 2020).

En cualquier caso, aquella primera oferta de programas, según reconoce De la Viuda (2020), «era poco comercial». La incorporación de Pardo a un puesto directivo buscaba reconducirse con ese criterio. La apuesta por este perfil supone virar a un enfoque menos generalista y más musical. Pardo lo resume así:

Cada emisora, por aquel entonces, tenía una especialidad. Los informativos, además de Radio Nacional de España, los manejaba fundamentalmente la Cadena SER. El deporte, José María García, que acababa de empezar en *Antena 3 Radio*. Nosotros nos quisimos especializar en música, que era una parte más abandonada, pero en la cual éramos fuertes (Pardo, 2020).

Así, se toman decisiones como la retransmisión en directo de un concierto de Julio Iglesias, y se incorpora un nuevo elenco de voces y programas. Entre ellas, Mara Colás —procedente de Radio Intercontinental— para realizar dos espacios musicales (uno de ellos, ‘Mara-ton-Mara’, de nueve horas de duración). José Luis Arriaza —de la Cadena SER— conduciría ‘El bus de las ocho y media’ por las mañanas. La idea era realizar el programa desde un autobús británico de dos plantas que recorriese España, siguiendo las indicaciones del Departamento Comercial. Jorge Prádanos se ocuparía tanto de ‘El Escaparate’, entre semana como del ‘Magacín fin de semana’, los sábados por la mañana. Además, José María Requena asumía ‘Para empezar’ y se sumaban ‘Ochenta años de jazz’, con José María García Martínez, los sábados por la noche; y ‘Un rincón para la naturaleza’ con Miguel del Pino (*El País*, 1983).

La falta de resultados inmediatos tensa la relación con los accionistas y acrecienta su desconfianza en el proyecto. Si bien cubrieron una ampliación de capital por importe de 500 millones de pesetas (3 millones de euros), tanto De la Viuda (2020) como Pardo (2020) coinciden en señalar que «solo Sánchez Asiaín defendió la continuidad de la cadena ante el resto de las entidades inversoras». Cálculos presupuestarios poco realistas que no habían tenido en

cuenta, por ejemplo, los costes reales para instalar una emisora, que pasaban en ocasiones por tener que adquirir un terreno para ubicar la antena.

Al mismo tiempo, en mayo de 1984, surge una importante tensión con los asociados catalanes. La sociedad Editora Catalana de Televisión y Radio S.A., concesionaria de la cadena regional Catalunya 80, asociada a Radio 80, amplía capital y decide vender las nuevas acciones a COPE (Ferrada, 2001). Esto provoca una disputa judicial entre Radio 80 y los que habían sido sus socios en esta comunidad autónoma (Legorburu, 2010).

3.2. Antena 3 Radio compra Radio 80 (1984)

La precipitada situación de inviabilidad económica de Radio 80 obliga a una búsqueda urgente de soluciones. Ni los bancos ni EDICA «podían ni querían afrontar una nueva ampliación de capital o abordar por su cuenta la adquisición de las emisoras de otra cadena» (De la Viuda, 2020). De modo que, pese al establecimiento de algunas conversaciones con la Cadena SER —opción que para José Ramón Pardo (2020) hubiese supuesto «un total monopolio»— y la Cadena COPE (*La Vanguardia*, 1984), la negociación se encarrila con Antena 3 Radio (Cañas, 1984a), no sin dificultades, sobre todo, debidas al desacuerdo de los bancos en resarcirse de su frustrada inversión mediante la emisión de publicidad (Dobón, 2017).

El proyecto de Antena 3 Radio era un muy parejo al de Radio 80. También surgió de un consorcio formado con la idea prioritaria de la televisión privada. Sus principales impulsores fueron distintos grupos editores —Godó, Prensa Española, Zeta— y personas de larga trayectoria en el mundo del periodismo y el derecho: Manuel Martín Ferrand y los hermanos Rafael y Manuel Jiménez de Parga (Dobón, 2017). Pero, al contrario que Radio 80, Antena 3 Radio obtuvo el éxito desde el primer momento. El tirón en la audiencia del periodista deportivo José María García, que recaló en la nueva emisora tras una década de éxito fulgurante en la Cadena SER (Ferrer, 2016), se unió a la buena acogida de otros comunicadores y programas. Sin embargo, el proyecto de Antena 3 Radio estaba limitado por su reducida red de emisoras. Justamente, una operación de estas características le permitiría ampliarla.

El primer paso se plasma en un acuerdo de colaboración suscrito en la primavera de 1984, basado en el intercambio de algunos espacios de sus programaciones (Cañas, 1984b). De este modo, ‘Supergarcía’ (Antena 3 Radio), ‘Rock alrededor del reloj’ y ‘Barbacoa’ (Radio 80) pasaron a difundirse simultáneamente por las dos cadenas (Pardo, 2020). A estos programas se suman determinadas programaciones especiales, como la Eurocopa de Fútbol de Francia y los Juegos Olímpicos de Los Ángeles, junto con la retransmisión de algunos conciertos. Martín Ferrand lo presenta como el primer peldaño hacia

una cooperación mucho más estrecha, si bien, por el momento, no se produce ninguna variación en el accionariado.

En cualquier caso, De la Viuda (2020) tenía claro que la compra de Radio 80 por parte de Antena 3 Radio era «única solución posible». De esta forma, el 4 de diciembre de 1984 se consuma la operación (Cañas, 1984c). Como relata Bonet (1995), Antena 3 de Radio S.A. adquiere la totalidad de las acciones de Promotora de Televisión y Radio S.A., lo que supuso un desembolso de 126 millones de pesetas (757.275 euros) y la asunción de las deudas, que ascendían a 1.200 millones de pesetas (7.212.145 euros).

Una vez producida la fusión (Cañas, 1984c), la idea inicial pasa por aprovechar parte de las nuevas emisoras para mejorar la cobertura de Antena 3 Radio y emplear el resto bajo la marca Radio 80, que funcionaría como una filial, aunque con otra orientación programática. Así, el movimiento permite a Antena 3 Radio pasar de inmediato de 68 a 79 emisoras, la mayor cobertura de una empresa radiofónica totalmente privada en España, puesto que las demás emisoras comerciales seguían teniendo participación del Estado (Iglesias, 2005). Manuel Martín Ferrand resume sus impresiones sobre el desarrollo de Radio 80 y la operación de compra:

Antena 3 partía del principio empresarial de especialización del capital; y Radio 80 —que era un proyecto profesional magnífico, yo diría que excelente, debido al diseño creador de su director, entonces Luis Ángel de la Viuda (...)— tenía una servidumbre muy grande y es que sus cinco propietarios eran [bancos] y esto es demasiado para cualquier empresa informativa (...) Lo que podría haber sido una triunfante operación de radio fue un rotundo fracaso en audiencia y en explotación económica (...) Eso nos permitió cerrar más rápido de lo previsto el ciclo de Antena 3 (...) se cerró nuestra cobertura nacional alcanzando así las 79 emisoras actuales de Antena 3 (Martín Ferrand, 1991: 27).

3.3. Radio 80 Serie Oro: una emisora temática musical de éxito (1984-1993)

Como se ha mencionado, Antena 3 Radio pudo engrosar significativamente su red gracias a la absorción de Radio 80. A partir de ahí, el compromiso de mantener la marca como cadena filial venía justificado, entre otros factores, por las duplicidades de frecuencias. Antena 3 Radio sumaba dos concesiones en algunas poblaciones: Alicante, Ávila, Barcelona, Burgos, Coruña, León, Madrid, Palencia, Palma de Mallorca, Segovia, Sevilla, Toledo, Valencia, Valladolid y Zaragoza (Dobón, 2017). Esta red se incrementaría a 16 en 1985, 19 en 1988 y, finalmente, 23.

Concretamente, el nuevo proyecto parte de la base de que prácticamente todas las cadenas temáticas musicales españolas imitaban el modelo de 'Los 40

principales'. En este contexto y con la idea de aprovechar la penetración que Antena 3 Radio había conseguido en una audiencia de alto nivel socioeconómico, que podía considerar esa fórmula un tanto anquilosada, se plantea hacer una propuesta diferente, una *radiofórmula* musical basada en grandes éxitos, en línea con el formato norteamericano *Oldies* o *Gold* (de ahí la coletilla «Serie Oro» que se añadirá a Radio 80).

Pardo recibe el encargo de confeccionar una lista de 1000 canciones populares —en su mayoría, temas clásicos del pop que fueron éxitos de ventas hace diez, veinte o treinta años (Balsebre, 1999: 108)— de entre su propia colección de vinilos (Pedrero, 2000). Lo hace en paralelo al lanzamiento del nuevo nombre de la cadena: Radio 80 Serie Oro; y al anuncio de que estaría dirigida por Jesús Hermida. La primera parrilla, que empezó a emitirse el 21 de enero de 1985 (*La Vanguardia*, 1985a), incluía un programa despertador en la franja matinal presentado en inglés por los locutores Douglas Boyd, Margaret Kelly y James Traynor. Tras su primer trimestre de vida, el 11 de abril de 1985, con el eslogan «La radio musical bien hecha» (versión del de Antena 3 Radio: «La radio comercial bien hecha»), la nueva cadena celebra una fiesta de lanzamiento en Madrid (*La Vanguardia*, 1985b).

Pardo explica cuál era el papel que desempeñó Hermida: «era una forma de recurrir a un prescriptor que no era un experto en música, aunque todos tengamos nuestras ideas de música». Entre tanto, Pardo, que ya había terminado su tarea, abandonó la cadena, aunque, transcurridos unos meses, recibía el encargo de añadir a la lista otras 500 canciones. Cuando exige una contraprestación económica, la dirección de Antena 3 Radio se sorprende, pero Pardo (2020) aduce que en la anterior ocasión no pidió dinero, «porque se encontraba en nómina de la empresa». Su caso da idea de cómo Antena 3 Radio procuró, en la medida de lo posible, ir incorporando a la plantilla de la antigua Radio 80, como explica De la Viuda:

Nos echaron a todos... Y nos ficharon a todos. Nos fuimos todos y, poco a poco, se fueron reincorporando: José Ramón, Ana Rosa [Quintana], yo mismo (...) En principio, fue una fusión en la que no se compró más que la maquinaria. Y después, se dieron cuenta de que la gente que había allí era valiosa (De la Viuda, 2020).

Es entonces, explica Pardo, cuando Manuel Martín Ferrand, que no acababa de confiar en el primer enfoque de la nueva emisora, le ofrece dirigir Radio 80 Serie Oro:

[Martín Ferrand] no creía en las [canciones] nuevas. Cosa lógica. No porque fueran malas, sino porque eran muy de otro nivel (...) Jesús Hermida tenía muy buen gusto musical, pero tenía un problema: estaba

muy influenciado por los que se escuchaba en EE. UU., por todos los años que estuvo viniendo allí como corresponsal de TVE (Pardo, 2020).

Así, en septiembre de 1986, se introducen cambios en el organigrama de la cadena, que pasan por el nombramiento de Fulgencio Sánchez como director gerente y por un formato cerrado con un contenido consistente, que, según explica Pardo (2020), se fundamenta en «un canon de la música de calidad. Si nosotros poníamos dos canciones de Dire Straits, son las que se siguen poniendo. Había otras buenas, pero la gente se educó con esa música». Martín Ferrand lo explica en estos términos:

Es música de hace varios años, pero de gran calidad; una fórmula radiofónica muy establecida en el mundo buscando audiencia entre los 30 y los 50 años. No se escuchan en Radio 80 canciones que tengan menos de ocho años de vida. Y son siempre temas musicales que han sido grandes éxitos de lo que se dio en llamar en su momento civilización del microsuro. Es decir, más de ocho años, pero solo desde el nacimiento del microsuro, con una canción de Billy Halley (sic) que se llamaba el *Rock del reloj* (Martín Ferrand, 1991: 27-28).

Abundando en esta cuestión, Pardo apunta cuál pudo ser uno de los secretos del éxito:

Tengo una teoría: no pasa nada porque falte una canción. Nadie te va a decir “no está *Thriller*” o “no está *Yesterday*”, porque la gente no oye 24 horas al día todos los días; no sabe si está o no. Pero basta con que pongas una mala para que se vayan. Si nunca pongo *Yesterday*, no pasa nada. Pero como pongas una sola vez *Juanita Banana*, me he cargado la radio. Y ése es un poco el argumento con el que funcionamos. Y nos salió bien (Pardo, 2020).

Uno de los aspectos que también distinguieron el planteamiento de Radio 80 Serie Oro con respecto a las cadenas que la sucedieron dentro de ese espectro fue no descuidar las novedades discográficas de aquellos intérpretes que encajaban con su *playlist*:

Al final se ha cometido un error: todas las radios musicales adultas son de nostalgia. No es posible que Perales saque nuevo disco y no se lo pinchen en esas radios, que sigan poniendo *Un velero llamado libertad* y *Cómo es él*. El adulto contemporáneo incluye las novedades. Radio 80 Serie Oro programaba también novedades que pudieran editar artistas clásicos, como Frank Sinatra (Pardo, 2020).

En lo que se refiere al estilo de presentación, los locutores tenían la instrucción de no dar apenas información sobre la canción a la que estaban dando paso, como explica Pardo:

Era la mejor opción, dada la alta frecuencia de repetición de los temas (...) Entre los posibles datos curiosos que se pueden ofrecer a los oyentes

sobre, por ejemplo, la canción *Yesterday*, de The Beatles, figura que toca un cuarteto de cuerda y vas a poner esto a lo largo del año unas doscientas veces. Prefería que la gente dijera “no dice nada” a que “ahora me va a soltar el rollo del cuarteto de cuerda (Pardo y Revert, 2011: 15).

Junto a la música, se insertaron a la hora en punto y a y media brevísimas *ventanas* para noticias e información meteorológica. La programación de formato cerrado apenas se vio alterada, salvo los sábados por la mañana con el programa ‘La hora h’, que, entre otros, presentaron Pepe Navarro y Jesús Hermida; y, en algunas ocasiones excepcionales relacionadas con efemérides, para los que se apostó por los programas especiales. Fue el caso, por ejemplo, del décimo aniversario del asesinato de John Lennon (8 de diciembre de 1990), el 50 cumpleaños de Paul McCartney (18 de junio de 1992) o la emisión ininterrumpida durante veinticuatro horas de canciones de The Beatles (10 de octubre de 1992).

El éxito de audiencia de Radio 80 Serie Oro fue rápido y la progresión en el aumento del número de oyentes se mantuvo constante a lo largo de sus años de emisión, como reflejan los datos del Estudio General de Medios (EGM), la encuesta sobre consumo de medios de comunicación que se realiza tres veces al año la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). Por citar solo algunas olas, en la tercera de 1984 ya contaba con 175.000 oyentes (Amela, 1984), con 529.000 en la última de 1991 y con 560.000 en la primera de 1992 (*El País*, 1992).

3.4. El Grupo PRISA compra Antena 3 Radio y crea M80 Radio (1993-2018)

Antena 3 Radio alcanza el liderazgo de la radio generalista en la segunda ola del EGM de 1992. En ese mismo año, crece la tensión dentro de su Consejo de Administración, concretamente, entre el propietario mayoritario, Javier de Godó, y el máximo responsable de la gestión, Manuel Martín Ferrand (Dobón, 2017). Paralelamente, Antena 3 TV, el canal privado de televisión que el grupo consigue poner en emisión el 25 de enero de 1990, experimenta un profundo cambio en su composición accionarial, con la entrada del Grupo Zeta, Banesto y Rupert Murdoch (Dobón, 2017). Tras numerosas disputas, Godó resuelve la pugna por el control de la radio alcanzando un acuerdo con el Grupo PRISA (Dobón, 2017). Este consorcio de empresas periodísticas pasó a formar parte del accionariado de TISA, la empresa a través de la cual Godó gestionaba Antena 3 Radio (Iglesias, 2005). De este modo, el Grupo PRISA, propietario mayoritario de la Cadena SER, pasó a controlar las dos emisoras de radio generalista de mayor audiencia en España.

El plan inicial era mantener Antena 3 Radio sin demasiados cambios, lo que, efectivamente, ocurrió durante las dos siguientes temporadas radiofónicas. En cambio, en el caso de Radio 80 Serie Oro, enseguida se detectan duplicidades con una de las emisoras musicales vinculadas a la Cadena SER. Se trataba de la Cadena Minuto, una fórmula que había experimentado numerosos cambios en apenas una década de emisiones. Pedrero resume así sus inicios:

El origen de Radio Minuto se localiza en una emisora barcelonesa participada por la Cadena SER y dirigida por el antiguo responsable de Radio Miramar, Marcelino Rodríguez de Castro, quien había probado con éxito la fórmula basada en la yuxtaposición disco-noticia-disco orientada hacia un público urbano (Pedrero, 2000: 71).

El Grupo 16 —editor de *Diario 16* y *Cambio 16*— aplicó el formato en las emisoras de FM que le fueron concedidas en 1982 (Madrid, Sevilla y Valencia; y más tarde, también Alicante y Zaragoza) bajo la dirección de Iñaki Gabilondo (Legorburu, 2017). En 1983, alcanzó un acuerdo con la Cadena SER, en la que todavía no había desembarcado el Grupo PRISA, con el fin de explotar la Cadena Minuto —conocida en algunas etapas como Radio Minuto-Cadena 16—, que estaba basada en la mezcla de música y noticias (Bonet, 1995). De hecho, su eslogan era «288 canciones, 288 noticias, 24 horas al día». La nueva marca salió al aire el 20 de junio de 1983, sumando 9 emisoras en 1985 y creciendo hasta 28 en 1992. Pedrero (2000) considera que se trata del primer ejemplo español del formato norteamericano *Adult Contemporary* (AC).

Entre tanto, y antes de hacerse con el control accionario de la Cadena SER, el 14 de junio de 1983, el Grupo PRISA había lanzado Radio *El País*. Este proyecto elitista, que buscaba ser un reflejo en la radio del periódico y competir por la audiencia de Radio 3 (Pedrero, 2000), nunca gozó del respaldo de la audiencia. Es por eso por lo que el Grupo PRISA decidió integrarla en 1987 en Radio Minuto, heredada al comprar la Cadena SER. Por su dirección pasaron Marcelino Rodríguez de Castro, Juan Carlos Ramírez, Javier Suárez y, finalmente, Miguel Ángel Pascual (Pedrero, 2000: 71), que reconoce que se incorporó a la misma «con la misión de acabar con ella» (Pascual, 2020).

De esta manera, el planteamiento del Grupo PRISA es fusionar Radio 80 Serie Oro con Cadena Minuto. Los nuevos propietarios consideran que la radio temática musical de Antena 3 es un buen producto. El problema estaba en su denominación. Mientras el que fuera consejero delegado de Antena 3 Radio, Juan María Sainz (2020), apostaba por mantener la marca *Radio 80 Serie Oro*, Pascual (2020) asegura que «esta opción nunca se planteó, por más que se reconozca que contaba con un público consolidado y muy fiel». Pardo (2020)

coincide con este planteamiento, puesto que, a su juicio, «que el Grupo PRISA mantuviera ese nombre hubiera significado reconocer un fracaso».

En cambio, de lo que sí estaban firmemente convencidos era de la ineficacia de alternar música con noticias en Cadena Minuto, cuyo mayor logro hasta ese momento había sido experimentar, por vez primera en España, con los programas despertador: 'El minuterero' de Pedro Bernal y Ricky Romero, entre 1986 y 1989; y 'Bienvenido a la jungla' de José Antonio Abellán, entre 1989 y 1991 (Balsebre, 1999).

Nada más decidirse la fusión, se crea una nueva estructura para poner los cimientos de la cadena resultante, en la que se integran los directivos de las dos marcas. Así, Pascual será el director y Pardo el responsable de Programas, a pesar de que, inicialmente, no confiaba en su viabilidad:

Me pareció un craso error, porque Radio 80 Serie Oro tenía un público y lo seguiría teniendo, pero en cuanto se introdujeran canciones modernas se perdería parte de esa audiencia a la que no le gustaba lo moderno. Radio Minuto, por su parte, tenía una audiencia a la que le gustaba lo moderno y en cuanto empezaras a poner carrozadas, pues ya no sería de su gusto y sería muy complicado hacerse con un nuevo público (Pardo y Revert, 2011: 16).

Aun así, el proyecto echa a andar con 30 emisoras y se opta por una solución que incluye referencias a las dos marcas originales: M80. La letra «M» de Cadena Minuto y el «80» de Radio 80 Serie Oro. Más aún, durante su primera etapa, la cadena conservaría la coetilla «Serie Oro». La campaña promocional en prensa bromeaba con la unión de las cadenas, utilizando el lema «Dos estrellas de la radio deciden casarse» (Pedrero, 2000: 96). La campaña incidía en que «dos grandes de la radio se han unido para siempre y han puesto lo mejor de sí para que nazca la mejor radio. La que te ofrece la mejor música. La que tú te programarías» (Vera, 2015: 27). Finalmente, las emisiones comienzan el 18 de enero de 1993 con la canción *Hope of deliverance*, de Paul McCartney (Olivié, 1993).

A partir de ahí, los responsables de M80 Serie Oro ven la posibilidad de ensanchar el público objetivo de Radio 80 Serie Oro. Se considera que la cadena no respondía en puridad al formato AC, por lo que refuerzan el carácter de música para adultos del formato, pero con información horaria local y nacional cada treinta minutos (Balsebre, 1999). El esquema parte de un programa despertador, seguido de una selección de música actual, un área de grandes éxitos y un bloque de música de temas de los 60, 70 y 80. Lo que se persigue es darle una pátina más elitista y urbanita, como explica Miguel Ángel Pascual:

Era generar un concepto. Un perfil nuevo de oyente de radio que abandonara Los 40 y llegase a lo más top del mundo de la música (...)

Entendemos que hay un nicho, una oportunidad, que nadie estaba ocupando. Radio 80 lo podía escuchar perfectamente una señora de 55-60 años y un tipo de cuarenta y tantos. M80 no. M80 era para un público de 35 para arriba. (...) M80 quería ser en el mundo de la música una seña de identidad parecida a la que fue *El País* en su momento. Al margen de su posición editorial, hace años llevar debajo del brazo *El País* era una seña de identidad. De modernidad. La propia presentación fue una apuesta en ese sentido. Fue clave. La planteamos como una fotografía de lo que queríamos decir de nuestra música. (...) Nosotros queríamos ser la cadena que iba a ser diferente de todo el resto de cadenas. Iba dirigido a un público *aspiracional* que quería ser diferente y le gustaban cosas diferentes. La música era una excusa para llegar comercialmente a ese perfil (Pascual, 2020).

También se decide mantener, al menos durante esa temporada, el programa despertador de Cadena Minuto en ese momento, 'Arús con leche', conducido por Alfonso Arús.

Por cuestiones distintas en cada caso, ni Pascual ni Pardo permanecen demasiado tiempo en sus puestos, si bien este último considera que se consiguieron buenos resultados, a pesar de sus reticencias iniciales: «la dirigí dos años y acabé con buenas notas, sobre todo, porque la Cadena SER no partía de los datos de Radio 80 Serie Oro, sino de los de Radio Minuto, que eran muy bajos» (Pardo, 2020). Pardo recuerda las dificultades que surgieron con la nueva dirección e insiste en que, a pesar de todo, el nuevo formato dio resultado:

[Los directivos de PRISA] Eran muy cuadrículados. Yo tenía todas las limitaciones del mundo y conseguí pasar ese año de 400.000 a 800.000 oyentes [...] Por mérito de Pascual, se pasó de 600 a 850 millones. Y conseguí, sobre todo, que lo oyera la gente más mayor (Pardo, 2020).

Por su parte, Pascual reconoce que, dentro de la división de Radio del Grupo PRISA, había sus preferencias y que él también se encontró con escollos:

M80 fue un proyecto que sufrió de ser la prima hermana fea de la casa. La bonita era LOS40. Luego, Cadena Dial; y nosotros éramos un poco los hermanos pobres. Teníamos que salir adelante con mucha imaginación. Pero, estratégicamente, en el interior de la casa, tenía un valor muy importante, por lo que tiene de integración [con Antena 3 Radio] (Pascual, 2020).

Así, a partir de mayo de 1994, bajo la dirección de Javier Pons, la cadena se desprende de la coletilla «Serie Oro», pasa a denominarse M80 Radio (1998) e inicia una etapa en la que se irá liberando progresivamente del legado de Radio 80 Serie Oro.

Tras Arús (cuyo estilo, reconoce Pascual (2020), era visto como «demasiado popular» por algunos directivos), llega a la franja matinal Jordi

Casoliva con 'Levántate y anda', en el que también participaban los cantantes *Martirio* y *Ramoncín* y el dúo *Gomaespuma* (Juan Luis Cano y Guillermo Fesser). Justamente, serían Cano y Fesser los que se harían cargo del programa despertador entre 1995 y 2002, revalidando el éxito obtenido en la desaparecida Antena 3 Radio, puesto que llegaron a acumular hasta 613.000 oyentes (Balsebre, 1999).

Su sustituto en 2002 fue Pablo Motos con 'No somos nadie', un *morning show* con puntas de medio millón de oyentes (2006-2007). A partir de entonces, ninguno de los intentos por sustituirle consigue mantener el nivel de audiencia matinal, clave para el resultado global de la cadena: Celia Montalbán con 'No somos nadie' (2007-2009), Javier Penedo y Miguel Coll con 'Morning 80' (2009-2013), Sergi Más con 'Más Morning 80' (2013-2014), José Antonio Ponseti con '80 y la madre' (2014-2016) y 'Arriba España' con Juan Luis Cano (2016-2017), que había venido presentando por las tardes el espacio 'Ya veremos'.

A lo largo de esos años, junto con los programas despertador, M80 Radio fue cimentando su identidad, incorporando a su parrilla distintos programas musicales como, entre otros, el veterano 'Vuelo 605' de Ángel Álvarez, que había comenzado su emisión en 1963 en Radio Peninsular y que siguió en antena hasta 2004 (Balsebre, 1999); 'Disco 80' y 'Jukebox-La Gramola' (1995-2004), con Joaquín Guzmán, siendo este último espacio una versión actualizada de las peticiones del oyente, de gran éxito. También 'Música privada' de Jorge Flo, un espacio procedente de Radio *El País*; 'Plásticos y decibelios' de Julián Ruiz, que salió al aire por primera vez en 1977 en la Cadena SER FM; 'Jazztamos aquí', de Rafael Fuentes; 'Supersonido', de Mario Pérez; 'Banda sonora', de Joaquín Luqui; 'Área *Classic*', 'Los clásicos' y 'La música que viene', ambos de Rafael Abitbol; 'Rock satélite' y 'Delicatessen', de Santiago Alcanda; 'M80 Sound' de Ana Canora, etc. (Vera, 2015).

Estos y otros programas se mantendrían en la programación hasta la temporada 2011-2012, momento en el que la mayor parte fueron cancelados, extendiéndose la *radiofórmula* y las repeticiones en sus horarios y suprimiéndose la información. Lo cierto es que, desde tiempo antes, el formato ya venía dando muestras de desgaste, con cambios de rumbo muy pronunciados en su formato. Hasta la temporada 2003-2004 se radiaban temas en español y en inglés, pero a partir de ese momento se decidió emplear solo *oldies* en lengua extranjera, para, en 2011, volver de nuevo a incluir en la *playlist* canciones en español. De la misma manera, los programas volverían a la parrilla de M80 Radio, como es el caso de, entre otros, 'Selección M80' de Mónica Ordóñez, 'El año del vinilo' de Agustín García, 'Classic box' y 'The box' de Javier Penedo (2016-2018), 'El *rookie* del mes' o 'Los residentes' (Vera, 2015).

A lo largo de dos décadas, todas estas circunstancias se van reflejando en los resultados de audiencia, que desciende paulatinamente. Vera (2015: 218) afirma que «M80 se convirtió en una radio de tienda. De haber llegado a ser la tercera radio musical del país (...), pasó a ser una radio cuya audiencia desaparecía a las 20 horas». Aunque en 1993 M80 Radio arrancaba con 794.000 oyentes y conseguía sobrepasar el millón en 1999 gracias a la mencionada incorporación de *Gomaespuma*, nunca más volvería a repetir ese dato. Estuvo cerca en distintas ocasiones, sobre todo gracias al *morning show* de Pablo Motos, pero, a partir de su salida camino de la televisión, la audiencia fue languideciendo de forma constante (Legorburu, 2018), lo que redundó en una cuenta de resultados que ya se había visto muy mermada por la crisis económica.

Finalmente, PRISA Radio anuncia que M80 Radio pasará a denominarse LOS40 Classic. Es el comienzo de una nueva estrategia que pasa por agrupar la mayor parte de sus formatos musicales bajo la marca LOS40. La nueva cadena, cuyo formato no varía apenas del de M80 Radio, comienza sus emisiones en la tarde del 21 de noviembre de 2018 con la canción *Show must go on* de Queen, poniendo punto final a 25 años de historia.

4. Conclusiones

A lo largo de sus 36 años de historia, Radio 80, luego M80 Radio, constituye un ejemplo de cómo un medio de comunicación puede no encontrar un hueco en el mercado en un primer planteamiento, pero sí alcanzar el éxito acertando con una primera reformulación.

Conforme al primer objetivo de esta investigación, se puede afirmar que el primer proyecto de Radio 80 nace como una alternativa al propósito inicial de sus impulsores, que era un canal comercial que pusiera los cimientos de una televisión privada. Como se vería en el caso de Antena 3 Radio, esto no tendría por qué ser un impedimento para el éxito. Pero el mercado de la radio generalista en la incipiente banda de la Frecuencia Modulada de la década de los 80 no podía absorber dos productos tan parecidos. Por otra parte, la estructura accionarial de Radio 80 careció de la paciencia necesaria para consolidar la marca.

Ante esa situación de incertidumbre, la cadena acierta al elegir a Antena 3 Radio como socio para su nueva etapa, frente al interés de dos empresas mucho más consolidadas, la Cadena SER y COPE. Bajo el manto de la emisora gestionada por Manuel Martín Ferrand, consigue redimensionarse y, bajo la guía de un experto periodista musical, José Ramón Pardo, ofrecer un producto que sí despierta el interés de los oyentes.

La selección de las canciones que se radian en su programación tiene el mérito de entroncar con el gusto de la audiencia española, gracias al conocimiento que Pardo tiene de ella. Su punto de vista determinó la forma de componer las *playlist* de muchas otras radios musicales creadas años más tarde. Del impacto de Radio 80 Serie Oro en la cultura popular de los años 80 dan idea detalles como, por ejemplo, su presencia, radiando la canción *Eres Tú*, interpretada por Mocedades, en una secuencia clave de la serie de televisión *Patria* (HBO, 2020).

La siguiente metamorfosis tiene que ver con un movimiento empresarial en principio exógeno a Radio 80 Serie Oro. La fusión que orquesta su nuevo propietario, el Grupo PRISA, con Cadena Minuto, se traduce en un proyecto que arranca como un híbrido entre algo nuevo y la fórmula Serie Oro, pero que no tarda en iniciar un progresivo alejamiento hacia un modelo distinto. M80 Radio terminará basando buena parte de su programación en la presencia de un *morning show* en su parrilla. Cuando éste funciona (*Gomaespuma*, Pablo Motos), la cadena entera se beneficia. Cuando no es así, lastra todo su resultado global. Todas estas decisiones entroncan con el propósito de los nuevos gestores de rejuvenecer la audiencia. De ahí que, en 2018, PRISA Radio decida iniciar un aglutinamiento de sus fórmulas musicales de menor peso específico bajo la marca LOS40, de la que formarían filiales especiales. La primera es M80 Radio, que acaba convertida en LOS40 Classic. La cadena musical que en sus orígenes se había planteado como la alternativa a 'Los 40 Principales' ha terminado bajo su manto.

Pese a su gran importancia marcando el camino para las cadenas musicales apoyadas en la nostalgia, no hay un equivalente absoluto a Radio 80 Serie Oro en el panorama radiofónico nacional actual. Pese a la elevada edad media de la audiencia de radio (47,5 años en 2020, según la AIMC), ninguna cadena dentro de los grandes grupos radia éxitos anteriores a la década de los 80. Tampoco contemplan las novedades que lanzan al mercado discográfico artistas que encajarían en ese perfil, de modo que puede existir un nicho por explotar.

Referencias bibliográficas

- AMELA, V.M. (1984, 30 de diciembre). Antena 3 registra el mayor incremento de audiencia de la radio española en 1984. *La Vanguardia*.
- BALSEBRE, A. (1999). *En el aire. 75 años de radio en España*. Promotora General de Revistas.
- BALSEBRE, A. (2002). *Historia de la radio en España, Vol. II (1939-1985)*. Cátedra.

- BONET, M. (1995). *A rádio española en el context dels grups de comunicació. Evolució de la indústria radiofónica (1924-1994)*. Unpublished doctoral dissertation. Universidad Autónoma de Barcelona.
- CAÑAS, G. (1984a, 18 de febrero). Antena 3 emprende negociaciones para adquirir la cadena de emisoras Radio 80. *El País*.
<https://tinyurl.com/x8eh8kb6>
- CAÑAS, G. (1984b, 19 de abril). El acuerdo de Antena 3 y Radio 80 es un primer paso de la futura fusión, según Martín Ferrand: *El País*.
<https://tinyurl.com/5c9k6wa5>
- CAÑAS, G. (1984c, 5 de diciembre). Antena 3 compra Radio 80: *El País*.
<https://tinyurl.com/2xntjc65>
- CASTILLO, J. del (1982, 18 de julio). Radio 80 quiere ser una alternativa a lo que hay ahora mismo: *Ya*.
- DÍAZ, L. (1997). *La radio en España (1923-1997)*. Alianza.
- DOBÓN, P. (2017). Historia de Antena 3 Radio (1982-1994). Unpublished doctoral dissertation: Universidad de Navarra.
- EL PAÍS (1982a, 8 de septiembre). La cadena Radio 80 comenzó a emitir ayer a título de prueba: *El País*. **<https://tinyurl.com/ynkjptcw>**
- EL PAÍS (1982b, 13 de septiembre). Radio 80 comienza a emitir, “como una emisora tranquila, que no sobresalte a nadie”: *El País*.
<https://tinyurl.com/ykjzuzvh>
- EL PAÍS (1983, 13 de febrero). Nuevos títulos en Radio 80: *El País*.
<https://tinyurl.com/7csmaez>
- EL PAÍS (1992, 25 de noviembre). La Cadena SER ocupa el liderazgo en programación convencional y fórmula: *El País*.
<https://tinyurl.com/y3r79zrv>
- EL PAÍS (2018, 29 de noviembre). M80 se transforma en LOS40 Classic, la emisora que rinde tributo a los nº1: *El País*.
<https://tinyurl.com/2u6tbvc6>
- FERRADA, S. (2001). *Radio Sabadell EAJ-20 (1933-1995)*. Radio Sabadell.
- FERRER, V. (2016). *Buenas noches y saludos cordiales. José María García, historia de un periodista irrepitible*. Corner.
- IGLESIAS, F. (2005). *Concentración y pluralismo en la radio española*. EUNSA.
- LA VANGUARDIA (1984, 9 de febrero). Primeros contactos para fusionar Radio 80 y COPE. *La Vanguardia*.
- LA VANGUARDIA (1985a, 16 de enero). Radio 80 Serie Oro empieza sus emisiones el lunes próximo. *La Vanguardia*.
- LA VANGUARDIA (1985b, 11 de abril). Hoy, presentación oficial de Radio-80 Serie Oro. *La Vanguardia*.

- LEGORBURU, J.M. (2010). EDICA, los propagandistas y la radio. En J. CANTAVELLA & J.F. SERRANO (Coords.), *Presencia e influencia de la Editorial Católica* (pp.277-320). EDIBESA.
- LEGORBURU, J.M. (2013). La concentración en la radio española. De las pequeñas emisoras a las grandes cadenas. En J. M. LEGORBURU (Ed.), *Modelos de convergencia de medios en España I: digitalización, concentración y nuevos soportes* (pp. 301-368). CEU Ediciones.
- LEGORBURU, J.M. (2017, 20 de septiembre). La historia de Radio 16. El sueño de la liberalización de la televisión en España *El Debate de Hoy*.
<https://tinyurl.com/fjk44rr9>
- LEGORBURU, J.M. (2018, 21 de noviembre). M80 Radio ha muerto... ¡Larga vida a LOS40 Classic! *El Debate de Hoy*. **<https://tinyurl.com/yt8v42re>**
- MARTÍN FERRAND, M. (1991). Presente y futuro de Antena 3. En A. FAUS (Ed.), *Radio y universidad: treinta años de radio en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra* (pp. 21-45). Universidad de Navarra.
- OLIVIÉ, A. (1993, 14 de enero). Minuto y Radio 80 se fusionan en M-80 Serie Oro: *ABC*.
- PARDO, J.R. y REVERT, R. (2011). Recorrido histórico de la radio musical en España. En M. ALCUDIA & S. RUIZ-GÓMEZ (Eds.), *La radio musical: géneros y formatos en constante evolución* (pp. 7-21). CEU Ediciones.
- PEDRERO, L.M. (2000). *La radio musical en España. Historia y análisis*. IRTVE.
- VALLÉS, M.S. (2014). *Entrevistas cualitativas*. CIS.
- VERA, F. (2015). *Radiografía española. Historia de la radio que mola*. Plan B.