La radio

La radio (radiofonía o radiodifusión) es un medio de comunicación que se basa en el envío de señales de audio a través de ondas de radio, el término se usa también para otras formas de envío de audio a distancia como la radio por Internet que se realiza a través de ondas o de cable.

La radio es un medio de comunicación que se caracteriza por su profundo impacto social y por su variedad de lenguaje. Es el medio de lo invisible, ya que el oyente no cuenta con el apoyo visual para comprender el mensaje, por lo que hay que buscar la llamada "imagen sonora", la creación de evocaciones en la mente del que escucha.

La radiocomunicación es la tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación (de su frecuencia o amplitud) de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse a través del vacío.

Una onda de radio se origina cuando una partícula cargada (por ejemplo, un electrón) se excita a una frecuencia situada en la zona de radiofrecuencia (RF) del espectro electromagnético (*). Cuando la onda de radio actúa sobre un conductor eléctrico (la antena receptora), induce en un movimiento de la carga eléctrica (corriente eléctrica) que puede ser transformado en señales de audio u otro tipo de señales portadoras de información.
https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20190214/46410737753/radio-como-funciona-marconi-campo-electromagnetico-ciencia.html

Breve historia de la radio

La comunicación radiofónica tiene su origen en las investigaciones que, acerca de la transmisión a distancia de los sonidos, realizaron numerosos investigadores y científicos a lo largo del siglo XIX. En 1909 la unión de dos inventos (el teléfono y la telegrafía sin hilos) en un único aparato hizo posible la radiodifusión. Guglielmo Marconi fue un inventor italiano, al cual se le atribuyó en un principio la invención de la radio. Envió y recibió su primera señal de radio en Italia en 1895. El 12 de diciembre de 1901 consiguió conectar por primera vez Europa y América por medio de una señal radiotelegráfica. Presentó la patente en 1904 y en 1909 ganó el Premio Nobel de Física. Pero poco después se demostró que había usado 17 de las patentes del croata Nikola Tesla, el cual ya en 1894 había hecho su primera demostración en público de una transmisión de radio. En 1943, por votación de la Corte Suprema de los Estados Unidos, retiró la patente a Marconi y adjudicó la invención de la radio a Nikola Tesla.

Las primeras transmisiones para entretenimiento regulares, comenzaron en 1920 en Argentina, la Sociedad Radio Argentina transmitió la ópera *Parsifal* de Richard Wagner. También en 1920 se instala la primera estación regular de radio en EE.UU., mientras que en España la primera emisión se realiza en 1924, difundiéndose en la década de 1930.

En 1933 Edwin Armstrong describe un sistema de radio de alta calidad, menos sensible a los parásitos radioeléctricos que la onda media (AM), utilizando la modulación de frecuencia (FM). A finales de la década este procedimiento se establece de forma comercial, al crear el propio Armstrong una emisora con este sistema. Durante la II Guerra Mundial y en los posteriores años 50 la tecnología radiofónica experimentó un gran número de mejoras que se tradujeron en la generalización del uso del transistor. Otras mejoras, como el magnetófono o la estereofonía aumentaron su calidad y ligereza, y por tanto su difusión.

En 2007 se crea la radio digital DAB+ que es el más significativo avance en tecnología de radio desde la introducción del FM estéreo. La radio del futuro está centrando su esfuerzo en mejorar la calidad del sonido mediante el uso de la tecnología digital, en lograr un mayor alcance a través de Internet y en la interacción con el oyente.

En resumen, originariamente el proceso de transmisión radiofónica tenía estos elementos: la voz humana; ésta emite unas ondas sonoras que son captadas por un micrófono, estas ondas son moduladas y amplificadas hasta producir una oscilación electromagnética en la antena emisora. Después la oscilación, en forma de onda, es captada por la antena del radiorreceptor que realiza el proceso de reconversión de la onda en sonido audible a través de un altavoz.

https://www.businessinsider.es/dia-mundial-radio-repaso-historia-nuestras-ondas-190420

Las emisoras radiofónicas

Para analizar cómo son las emisoras de radio comenzaremos por una clasificación en función de su funcionamiento y estructura tradicional.

Según su cobertura	**FM (Modulación de frecuencia)**	· Trabajan con medios relativamente sencillos y una cobertura espacial limitada. · Permiten la emisión de sonidos con mayor calidad. · Estas ondas se propagan en línea recta por lo que su área de recepción queda limitada, ya que la curvatura de la Tierra impide que la recepción llegue más allá del horizonte.
	AM (Modalidad de amplitud)	· Poseen medios técnicos más costosos y emiten en onda media y larga.
	DAB (Digital Audio Broadcasting))	· Difusión por satélite.
Según su titularidad	**Pública**	· Pertenece al Estado o a alguna otra institución oficial. Algunas no cuentan con publicidad y se financian exclusivamente del presupuesto asignado por el organismo al que pertenecen.
	Privada	· Sus propietarios son particulares o empresas y se financia únicamente a través de la publicidad.
Según su contenido	**Generalista o convencional**	· Presenta una programación variada que satisface a un gran número de personas.
	Temática o especializada	· Se dirige a un público determinado ofreciéndole un tipo de mensaje concreto.

Las emisoras de carácter comercial (privadas) son aquellas que programan sus contenidos creando espacios radiofónicos que se sustentan económicamente a través de la publicidad. Es el coste publicitario, por parte de las empresas que se anuncian, el que financia la posibilidad de contar con los medios humanos y técnicos necesarios para realizar una programación. Dentro de las radios comerciales encontramos emisoras generalistas y las radiofórmulas (sobre todo musicales, que programan a través de locutores-pinchadiscos que conocen los gustos de la audiencia). En las radios comerciales tiene espacial importancia el departamento dedicado a conseguir anunciantes y a elaborar cuñas publicitarias, patrocinios y publicidad indirecta que tiene que ver con el contenido de un programa concreto. El oyente conoce esta realidad y acepta, o no esta información publicitaria.

Las emisoras de carácter público tienen como principal objetivo atender tanto a las preferencias mayoritarias como a las minoritarias de diferentes y variados colectivos interesados en aspectos culturales y educativos poco generalizados. Lo más habitual es encontrar una emisora de radio pública en cada país, sostenida económicamente por los Presupuestos Generales del Estado, que a su vez, cuenta con diferentes frecuencias que permiten atender a diferentes demandas de la audiencia menos cubiertas por las radios comerciales. Las emisoras de carácter público pueden ser estatales o gubernamentales dependientes del Estado, regionales o autonómicas si dependen de los gobiernos regionales y municipales o locales si dependen de los ayuntamientos.

http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque6/pag2.html

La configuración de la emisora

Una emisora radiofónica estándar se configura en dos espacios diferenciados y enfrentados separados por un cristal; el locutorio y el control.

Locutorio. Es una sala insonorizada donde se producen los mensajes orales y que está en permanente contacto visual con el control. Aquí están dispuestos los micrófonos alrededor de una mesa y en bastantes casos se sitúa también un pequeño espacio para actuaciones acústicas con poca instrumentación. En el locutorio se encontrarán los locutores, invitados, entrevistados, etc. La figura clave es el locutor que, en general, dirige el programa y al que se imita tanto más cuanto mayor es su prestigio. Un buen locutor debe poseer las siguientes cualidades:

· Tener capacidad de comunicación, de credibilidad en lo que cuenta.

· Buen nivel de lectura.

· Una espléndida dicción, riqueza de tonos y una bonita voz.

· Buenas dotes de improvisación.

· Alto nivel cultural.

Control. Es la sala desde donde se controlan las mezclas de sonidos y la calidad de los mensajes que se emiten. También se controlan el locutorio, las conexiones exteriores, llamadas telefónicas, etc. Aquí se encuentran los técnicos especializados que manipulan las señales que conforman el programa (micrófonos, músicas, conexiones vía telefónica, etc.) y en programa complejos el realizador, el productor, el montado musical y el técnico de efectos especiales.

En el control, el técnico tradicional contaba con diferentes dispositivos como reproductores de audio, editores de sonido, cartucheras, plato de tocadiscos, reproductor de compact disc, etc. y por supuesto una mesa de mezclas. Los controles actuales digitales están sustituyendo lo anterior por ordenadores dotados de programas de edición de sonido que realizan las funciones necesarias con mucha mayor eficacia y operatividad.

Además de locutorio y control las emisoras pueden tener también:

Discoteca. Archivo ordenado de discos, cintas y compactos de que dispone la emisora. Actualmente ha sido sustituido en la mayoría de los casos por servidores con almacenamiento digital, peor por supuesto siguen existiendo emisoras fieles a los soportes analógicos.

Sala de redacción. Lugar en el que se elaboran por escrito los mensajes que serán emitidos. Dependiendo de la emisora esta parte puede tener una mayor o menor importancia.

Espacios de gestión y coordinación. Como cualquier empresa u organismo, dependiendo de su medida puede contar con otros espacios para administración, contabilidad, salas de reuniones, despachos, etc.

Características de la radio

· Hace posible la creación de un ámbito privado en cualquier lugar, debido a su reducido tamaño.

· La variedad de emisoras y de programas permite satisfacer todas las necesidades informativas y recreativas del individuo, es decir informar y entretener.

· Requiere una menor concentración, ya que la percepción exclusivamente auditiva hace este medio compatible con otras actividades simultáneas, sobre todo manuales.

· Permite la participación del oyente, que interviene de forma activa en el diálogo continuo que se establece entre el locutor y los que escuchan a través de la línea telefónica.

· Rapidez e instantaneidad. Las noticias nos llegan con enorme rapidez, muchas veces en el mismo instante en el que están ocurriendo.

· Fugacidad del mensaje. Se percibe únicamente con el oído y nuestra capacidad de retención auditiva es muy inferior a la visual, por lo que la permanencia del mensaje en el tiempo es mínima.

· Potencia la imaginación. A partir de la palabra, el oyente, mediante su imaginación recrea su propia realidad.

· Su utilización se reduce a la simple audición de la programación ofrecida por el medio, excepto con la retransmisión a través de internet al incorporar imagen y otras informaciones.

El lenguaje radiofónico

Combinar palabra, música, recursos sonoros y silencio –signos de que consta el código radiofónico– de modo creativo es el objetivo para conseguir un programa diferente y una buena respuesta de la audiencia.

La voz y la palabra

La palabra es el instrumento habitual de comunicación del ser humano, es la transmisión del lenguaje que permite la comunicación social y, por tanto, la socialización. La palabra en la radio es voz, voz que debemos adecuar tanto en el proceso previo de escritura como a la hora de hablar al oído humano receptor, que no nos ve, y que es el oyente.

La voz del locutor se convierte en una especie de retrato sonoro que oímos. Para ello se hace imprescindible que la voz sea clara, que la palabra esté bien pronunciada, que controlemos los diferentes tonos (graves o agudos) que nos permiten transmitir unos u otros estados de ánimo ante la información (seriedad, tensión, diversión…) que hagamos uso oportuno de la intensidad de la voz (alta o baja, fuerte o débil) porque ello permite que el timbre de la voz se convierta en un elemento importante a la hora de "imaginar" y asociar dicha voz a una serie de características que no podemos ver pero que representamos mentalmente. Es habitual que los oyentes "pongan" rostro a las voces que escuchan de forma regular y que cuando conocen personalmente al dueño de la voz, manifiesten que el rostro imaginado no coincide en absoluto con el rostro real. Algunos locutores deciden no ser visibles públicamente para acrecentar ese misterio y magia de la radio.

El mensaje que transmite la palabra en la radio debe ser los más transparente posible, ya que es fugaz y desaparece rápidamente, impidiendo al oyente volver atrás como haría con las páginas de un periódico. Conviene evitar las frases complejas, las subordinadas, las formas verbales compuestas, la enumeración exagerada de datos y el ritmo aburrido o falta de agilidad. Es decir, el mensaje radiofónico tiene que estar adaptado a su medio para que la palabra cumpla su función comunicativa. Recordemos que en la radio no existe el *feedback* inmediato, esa respuesta de la persona receptora que llega a la persona emisora de la información.

La palabra radiofónica se vale tanto del texto escrito como de la improvisación, que requiere cierto entrenamiento o facilidad. En este sentido, es aconsejable huir del texto que parece leído, aunque en realidad sea así, apartando todos los recursos profesionales para hacerlo parecer un texto sonoro convencional. En cuanto a la habilidad de la improvisación, diremos que existen una serie de normas no escritas que la favorecen, como evitar hablar de lo que desconocemos, no abandonar los límites del tema tratado (pues dificulta el hilo narrativo a la hora de recuperar el sentido de la "conversación") y estar en posesión de técnicas que nos permitan respirar y sentirnos relajados ante el micrófono.

Como nuestra capacidad de retención auditiva no es muy grande, el lenguaje radiofónico tiende a simplificar:

· No conviene emplear pasajes demasiado largos ni cargados de datos o expresiones complicadas, porque se pierde la atención del oyente.

· Se repiten los asuntos esenciales de la información para que el oyente pueda tener claro lo más importante, y lo retenga.

· Se usan palabras claras y de fácil comprensión.

· Se redondean las cifras (es mejor decir 139.000 o más de 139.000, que 139.452).

Para escribir un buen texto radiofónico hay que huir de determinados recursos que dificultan la comprensión:

· La elipsis. Hay que evitar la supresión de un elemento de la frase que se da por sobrentendido.

· La perífrasis. Emplear un rodeo para no repetir una palabra.

· El hipérbaton. Alterar el orden lógico de la oración.

El lenguaje radiofónico debe emplear recursos que potencian la repetición, pero sin cansar:

· La redundancia de los datos y de las palabras más importantes de un texto.

· Acentuar y multiplicar las pausas mediante los signos de puntuación haciendo que las oraciones subordinadas se transformen en oraciones simples para facilitar su comprensión.

Recursos lingüísticos

· Los adjetivos permiten detallar, especificar la realidad para que el oyente pueda imaginar a partir de nuestras palabras.

· La comparación y la metáfora ayudan a evocar imágenes en la mente del que escucha.

· Buena entonación, pronunciación correcta y viveza expresiva para hacer comprensible el mensaje y captar la atención del receptor.

· Ritmo de elocución variado, combinando el ritmo rápido con el lento para evitar la monotonía, que provoca aburrimiento.

· Lenguaje coloquial. El lenguaje debe ser comprensible para la gran masa de oyentes de diferentes niveles culturales que componen la audiencia.

· En la radio se escribe para que no se note, tratando de dar la impresión de que aquello que se dice surge con espontaneidad, sin papeles. Es decir, se escribe para leer como si se hablara, pero hay que evitar "la estética del error", que iguala a veces torpeza o simpatía.

· El lenguaje radiofónico se caracteriza también por el empleo de extranjerismos innecesarios y la abundancia de eufemismos.

La música

Tiene la misión de aportar sensaciones. Aparece como protagonista absoluta de muchos programas, en los que la palabra sirve únicamente como apoyo y entrada a las composiciones musicales.

Aunque hay emisoras donde la música es la gran protagonista (radio-fórmulas musicales), lo cierto es que la música ocupa el segundo lugar tras la palabra, ya que tiene el poder de facilitar una gran cantidad de sensaciones. La música está presente en todo tipo de programas, de forma absoluta. Está por crear el espacio radiofónico sin música y que cumpla las funciones de información, formación, orientación y entretenimiento.

En los inicios históricos de las emisiones regulares de la radio, las emisoras carecían de reproductores de música. De esta forma, la música tenía presencia cuando la radio se desplazaba para realizar sus emisiones a salas de conciertos, de espectáculos, de baile, de teatro... o cuando los cantantes, músicos u orquestas visitaban los estudios de radio e interpretaban in situ.

Posteriormente con el desarrollo de la industria fonográfica permite que las emisoras reproduzcan en los estudios los discos de vinilo o pizarra, incorporando así la música a su programación como elemento indispensable.

La música comienza a formar parte esencial del lenguaje radiofónico. Con el tiempo, se fue creando incluso una música especialmente concebida para el medio radio.

La música cumple diferentes funciones:

· Puede ser música descriptiva, que cumple la función de evocar tiempos y lugares de cualquier época histórica, lo que convierte a la radio en un escenario barato y asequible, pues la construcción de "decorados" sonoros es mucho más fácil que la de cine o la televisión.

· La música puede ser también expresiva, es decir, tiene la capacidad de crear ambientes emocionales, estados de conciencia, predisposición a un género u otro.

· La música ambiental es esa música de fondo que nos sitúa permanentemente en un contexto mental casi sin darnos cuenta.

· La música cumple una función gramatical, ya que ayuda poderosamente a diferenciar las diferentes escenas, la variedad de espacios en que se sitúa la acción radiofónica o el salto temporal de una época a otra. Incluso si es un sueño o es realidad.

· Por último cumple con una función reflexiva, ya que permite que el oyente reflexione sobre el mensaje oído.

Los recursos sonoros

Contribuyen a representar la imagen que se pretende crear en el oyente. Son al programa radiofónico lo que el decorado al espectáculo visual. Es el conjunto de sonidos, naturales o artificiales, que sustituyen a la realidad para definir un contexto o paisaje y visualizar un ambiente espacio-temporal concreto. Acompañan a la acción y proporcionan matices y detalles a través de fuentes sonoras como la música, grabación de fragmentos de la realidad o recreación en estudio de los mismos para crear la sensación de que aquello tiene lugar en este

momento, donde se encuentran los locutores o actores de radio. El archivo de efectos sonoros, que incluye los efectos especiales, se le llama “biblioteca de efectos”. Hasta los años noventa existía en las grandes emisoras el técnico de efectos especiales, que contaba con una serie de instrumentos y artefactos en la emisora para crear los efectos en el momento. En la actualidad, algunos locutores, realizadores y periodistas suelen incorporar a sus intervenciones efectos sencillos que son fragmentos pregrabados que se reproducen a partir de archivos digitales simplemente haciendo clic en un ordenador.

Se clasifican en:

Efectos sonoros. Tienen por objetivo reconstruir sonoramente la realidad imitando su composición sonora.

Planos sonoros. Tienen como principal cometido localizar acciones y personajes desde un punto de vista espacial.

Plano espacial de narración, se utiliza para articular la expresión sonora, para proporcionarle espacialidad. Como su propio nombre indica, son planos que denotan el lugar donde se produce la acción y si hay movimiento de un lugar a otro. Por ejemplo, el piar de los pájaros, puede situarnos ante una imagen sonora campestre; en cambio, el redoblar de los tambores unido a unos disparos proporciona la imagen sonora de una ejecución, etc.

Los planos de presencia son planos sonoros que indican la distancia aparente (cercanía o lejanía) del sonido con respecto al oyente, situando a éste en lo que llamamos plano principal. Los planos de presencia son esenciales para conferir espacialidad al sonido, creando profundidad en el sonido, por tanto, desempeñan un papel clave a la hora de construir la llamada perspectiva sonora.

La distancia "supuesta" entre la fuente sonora y el oyente establecen cuatro escalones:

- Primer plano: La fuente sonora está junto al oyente. Algunos autores también llaman al primer plano plano íntimo o primerísimo plano para expresar su fuerza dramática.

- Plano medio o normal: Sitúa, en profundidad sobre un plano imaginario, a la fuente sonora a una distancia prudente de la oyente. Así, el sonido resultante se percibirá como cercano al oyente. Es decir, la fuente está cercana al plano principal, aunque no en él, como en primer plano.

- Plano lejano o general: La fuente sonora se halla a cierta distancia de la toma de sonido y, por tanto, del oyente. Crea sensación de profundidad.

- Plano de fondo sonoro o segundo plano: Es un plano sonoro generado por varios sonidos distribuidos de modo que unos suenan siempre en la lejanía, con respecto a otros situados en primer término. Acentúa la sensación de profundidad con respecto al plano general.

Plano temporal de narración es un plano sonoro que permite contextualizar una determinada acción. Un sonido o la combinación de varios pueden situar al espectador en el tiempo: (pasado, presente, futuro). Incluso, intemporalidad (tiempo no definido) y atemporalidad (fuera del tiempo). En las ambientaciones futuristas casi siempre se recurre a músicas y efectos sonoros electrónicos. En una dramatización, mientras dos actores conversan, de fondo se oye un comunicado radiofónico: "Españoles, Franco ha muerto". Aunque los actores no hagan referencia alguna al comunicado y sigan hablando se da una referencia temporal definida.

El plano de intención, como su propio nombre señala, es un plano sonoro que tiene una intencionalidad concreta, es decir, quiere remarcar algo. Los planos de intención, normalmente, suelen situar al oyente ante una introspección por ejemplo una incursión en el sueño o en la fantasía, etc. Por ejemplo, en muchos dramáticos (en la época en que aún no había televisión y la gente estaba enganchada a la radionovela), para indicar que un determinado personaje se sumergía en una recreación onírica; se utilizaba un desvanecimento del sonido y algún efecto (unas campanillas o un cascabel). Cuando el sueño había terminado, el sonido volvía a desvanecerse y se escuchaba al personaje/actor desperezarse.

Paisajes sonoros. Combinación de sonidos que conforman un entorno específico aportan datos esenciales para la comprensión del ambiente.

Los efectos sonoros cumplen también una serie de funciones:

- Función descriptiva ambiental: es la que proporciona un espacio visual, es decir, localiza la acción y contribuye a hacer más o menos creíble lo que allí sucede. Define el espacio determinando la distancia, la

dirección del movimiento y la posición. Acciona rápidamente el mecanismo de imaginación sin esfuerzo. Por ejemplo, si oímos balidos de ovejas, el balido denota la presencia de un rebaño de ovejas.

- Función expresiva: es la que nos coloca en un determinado estado de ánimo. El efecto representa una realidad subjetiva y transmite un estado de ánimo o movimiento afectivo que se produce en un personaje o una escena. Si oímos lluvia nos sitúa en un estado de nostalgia, de apuro incluso.

- Función narrativa: se pone énfasis en algo de forma rápida y permite emplazar al oyente en un espacio o tiempo determinados. El efecto marca transiciones de espacio y tiempo, colabora en la construcción de la continuidad dramática o narrativa, actuando como nexo entre dos realidades temáticas, dos espacios, dos momentos, dos acciones o secuencias. Por ejemplo, una suave ráfaga musical que desciende en sus notas nos puede in formar de qué entramos en un sueño o un recuerdo, o en el caso de un reloj nos lleva a "sentir" el tiempo.

- Función estética: enriquece un momento concreto. Por ejemplo, un sonido que siendo prescindible aumenta el valor narrativo.

- Función referencial, expositiva u ornamental. Evoca un sonido natural recreado a fin de reforzar una acción o exagerarla, sin ser imprescindible. Función redundante.

- Función programática. Evoca un sonido de significante adquirido en el contexto de la producción radiofónica, necesita un aprendizaje previo para comprender y asimilar su significado.

El silencio

Aunque resulte paradójico, el silencio tiene una fuerza comunicativa rotunda. El silencio es una pausa intencionada capaz de narrar, expresar, describir... gracias a su ubicación entre los elementos que van antes y después de él. El silencio es especialmente útil para recalcar el estado emocional del que habla (no es lo mismo tomarse tiempo que ir rápido, expresar miedo, cólera, sorpresa, amor..), invita a reflexionar sobre lo que se ha dicho, marca tiempos a través de la pausa, recalca el recelo, la suspicacia, la duda o la desconfianza al no terminar una frase y da más énfasis a un discurso.

El silencio contribuye a crear determinados ritmos y se suele utilizar con la intención de provocar advertencias dramáticas, reflexivas, emocionales, etc. en el oyente. Permite realizar transiciones de distancias y espacios entre lugares y personajes.

El silencio puede convertirse en la marca profesional de un locutor, si lo maneja con dominio y sin abuso, o incluso ser un poderoso recurso en publicidad, por lo disruptivo que supone con respecto al uso habitual de la música y la palabra.

En España, el precursor del uso del silencio como recurso en la palabra radiofónica fue Jesús Quintero, durante los años ochenta, en su programa *El loco de la colina*. Los silencios de Jesús Quintero (también con posterioridad en televisión: *El perro verde, Ratones coloraos*) confirieron al periodista un ritmo personal y un estilo único.

La programación radiofónica

La programación es la previsión de los espacios que van a ser emitidos durante un tiempo determinado, a través de una emisora. Cada programa requiere un tratamiento distinto, tanto en la forma como en el contenido. Según las franjas horarias, la radio generalista suele presentar esta división:

- Por las mañanas, programas más informativos: tono más frío, más serio.
- Por las tardes, programas de carácter más distendido (magacines): tono amistoso, dialogante.
- Por las noches, programas más íntimos, más evocadores: tono más cálido.

Los programas suelen dividirse en partes llamadas secciones, que tienen unidad temática y pueden llevar título y sintonía propios, diferentes del programa en que se insertan, al tiempo que pueden ser fijas u ocasionales.

http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque6/pag2.html

Tipos de programas de radio

La tipología de programas radiofónicos admite distintas formas de clasificación, una de las más habituales es la siguiente:

Informativos

Boletín. Bloque escueto de noticias breves ceñido a a actualidad informativa. Se emiten cada hora, coincidiendo con las señales horarias de una emisora, y dura de tres a cinco minutos.

Diario hablado. Constituye el principal servicio de noticias de una emisora, especialmente en una radio generalista. Suele emitirse, actualizado, tres veces al día, con una extensión de media hora o una hora.

Avance. Se trata de una noticia que debido a su relevancia se introduce en la programación, rompiendo el orden prefijado en ocasiones, y en otras para adelantar contenidos. Suele ser breve y se ampliará con más detalles en boletines y diarios hablados.

Crónica. Transmite un hecho trascendente a la vez que analiza y aporta un punto de vista. Este género conlleva que el autor de la crónica sea un experto o goce de la confianza de la audiencia.

Reportaje. Se trata del relato sobre un hecho de interés humano, tratado en profundidad y que aporta distintos enfoques sobre este hecho, con variedad de recursos sonoros diferenciados (voz de los protagonistas, voz de expertos, sonido ambiente de los hechos, etc.). Puede plantear incógnitas.

Magazine informativo. Programa generalmente semanal, que incluye varios géneros periodísticos más extensos que la noticia: entrevistas, reportajes, debates. El magazine informativo trata uno o varios temas con cierta profundidad y estudio analítico.

Resumen de noticias. Se añade al final del diario hablado. Contiene un breve resumen de las principales noticias del día. Su redacción incluye tiempos verbales distintos al avance de noticias, que mantiene otra estructura destinada a crear expectación.

Entrevista. El periodista encargado de la locución de la entrevista elabora la información a través de una introducción en el tema a tratar y una serie de preguntas (previstas o improvisadas) que realiza a uno o varios sujetos relacionados con el aspecto a profundizar. El periodista debe mantener la objetividad (libre de opinión), facilitar la comunicación interactiva, repreguntar o incidir en el tema y mantener el interés de diálogo.

Radiofórmula informativa. Consiste en una programación repetitiva y completa (de 24 horas) de la emisora basada en la emisión continuada e ininterrumpida de noticias, breves reportajes y comentarios de actualidad. Ofrece información de interés general también información sobre el tráfico, el tiempo, premios lotería y apuestas, etc.

De opinión

Crítica. Género que ofrece información unida a un juicio de valor, argumentado, sobre aspectos culturales (libros, películas de cine o televisión, obras de arte, etc.). Se inicia con una exposición de datos objetivos a modo de ficha informativa y continúa con detalles razonados basados en hechos fiables.

Tertulia. Los protagonistas de la tertulia son los *tertulianos* o *contertulios*. La tertulia radiofónica añade al periodista, coordinador y encargado de mantener un cierto turno de palabra para que el sonido sea audible y no confuso. Las tertulias giran en torno a un tema como punto de partida que puede desembocar en otros aspectos relacionados con dicho tema. El alma de una tertulia es aportar, además de poco conocidos, la visión personal y enriquecedora de los participantes. Las tertulias radiofónicas suelen plantear aspectos de la actualidad política, las constituyen sobre todo periodistas y crean corrientes de opinión.

Debate. Modalidad del periodismo organizada en torno a un público y un moderador. Los asistentes exponen sus argumentos sobre un tema predefinido. En un debate es fundamental respetar el turno de palabra, las opiniones ajenas y hacer uso de una postura de tolerancia.

Comentario. Se realiza desde el lugar donde se ha originado la información y su locución y firma corre a cargo de un experto o especialista del tema a tratar, responsable del análisis e interpretación de la pieza, que dura entre uno o dos minutos.

Editorial. Género no firmado pero que resume la opinión generalizada del medio que lo emite, en torno a un hecho de especial relevancia. Su objetivo es explicar su postura y los hechos valorados de cara a una

respuesta de su audiencia. Así el oyente descifra la ideología de cada emisora. Suele incluirse al final del informativo, cuya línea controla el director de informativos.

Deportivos

Magazine deportivo. Contenedor de información y piezas de entretenimiento que giran exclusivamente en torno a todo lo relacionado con el deporte, especialmente en el mundo del fútbol. Los responsables de la locución y diseño del magazine deportivo combinan como fórmula satisfactoria la información deportiva con el humor, lo que se traduce en comentarios que dan agilidad y procuran entretenimiento al oyente.

Retransmisión eventos deportivos. La emisión en directo de un acontecimiento deportivo de interés general, a cargo de uno o varios comentaristas especializados, se ha convertido en uno de los formatos radiofónicos que gozan de mayor fidelidad en el tiempo. A ello contribuye la especial confidencia que se produce entre el particular estilo del comentarista y el oyente, a través de un código personal de expresiones. Además, el locutor convierte su voz en un instrumento moldeable y cargado de guiños e intenciones en cada uno de los comentarios improvisados sobre el desarrollo del evento deportivo.

Musicales

Programa musical especializado. Existen varios formatos de programas musicales especializados. En todo caso, se trata de formatos diseñados en función de un estilo particular de música y donde se improvisa, con comentarios, en torno a una recopilación de datos objetivos sobre la música programada.

Magazine musical. Se podría decir que parten de la idea anterior, incluyendo la entrevista como pieza fundamenta de la emisión, en directo o grabada, los "acústicos", donde los músicos interpretan con los medios del estudio sus canciones, y fragmentos de retransmisiones musicales que merecen emitirse, especial atención merecen os programas musicales de autor, donde el DJ (*disc jockey* o pincha-discos) selecciona la música en función del conocimiento derivado de su propia trayectoria personal en un estilo dado.

Radiofórmula musical. Se trata de uno de los géneros más legendarios. Conocidos como listas de éxitos o musicales que emiten de forma repetitiva una selección musical prefijada. Están las radiofórmulas musicales comerciales y alguna especializada en música clásica. Todas ellas destinadas a abarcar las 24 horas de emisión.

Retransmisión de conciertos. Cumplen el cometido de divulgar las interpretaciones de obras de música que, por la relevancia o por la calidad o fama de los artistas invitados, sean de interés o una novedad para los aficionados.

De entretenimiento

Magazine. Es un programa que suele durar de tres a cuatro horas y que constituye un contenedor de diversos géneros radiofónicos, destinados a entretener tras los informativos previos de la emisora. Es habitual que una emisora programe un magazine o contenedor de mañana y otro de tarde, donde el locutor se convierte en la imagen del programa e, incluso, de la emisora. Aunque está considerado como entretenimiento suele rayar la frontera con lo informativo y, sobre todo, con la opinión. Requiere de un amplio equipo de redacción y documentación.

Programas de humor. Suelen estar ligados al humor político con la colaboración de actores radiofónicos que interpretan a personales basados en personas reales relevantes de la información política o cultural de un país, aprovechando y exagerando las peculiaridades de dichas personas. Es habitual que adopten las líneas generales de programas de entrevistas ficticias, debates ficticios o *talk shows*, e incluso la realización de reportajes a cargo del personaje elegido para tratar la actualidad. También recurren al chiste, la broma, la burla, la ocurrencia o el chascarrillo. Requieren una gran dosis de ingenio y sutileza, a un ritmo ligero y sin vacíos.

Concursos. Se utilizan para dar agilidad al ritmo del programa e invitar a la participación del oyente a través de la línea telefónica, el correo escrito (ya casi en desuso), el correo electrónico o los blogs. El locutor invita al oyente a colaborar en un concurso donde, si acierta a las premisas definidas previamente, obtendrá un beneficio o premio. Adivinanzas, trabalenguas, identificación de voces grabadas, reconocimiento de temas musicales o alguno de sus aspectos, interpretación de una canción, etc. forman parte habitual de los concursos. Tienen más presencia en épocas vacacionales donde el equipo de redacción y producción ha menguado. El género ha perdido popularidad con el transcurso de los años, aunque fue un

Ficción

Radioteatro. Género estrella durante las primeras décadas de la radio, hoy casi desaparecido aunque algunas emisoras generalistas tratan de recuperarlo con cierta frecuencia. Su utilización permite aprovechar al máximo los recursos narrativos del medio radiofónico, que históricamente contaba con un prestigioso cuadro de actores, un equipo de técnicos especialistas en efectos sonoros en directo, un ambientador musical y un realizador de actores y de estudio. Además de ser escuchados a través de las ondas, los radioteatros concitan a espectadores en directo ya que el espectáculo está garantizado.

Pero parece que se evidencia en las grandes cadenas la voluntad de recuperar la ficción radiofónica, aunque solo sea como "género de culto". Así viene ocurriendo con la radio pública estatal. Los programas *Sobrenatural* (1994-96) e *Historias* (marzo-octubre, 1995) supusieron un renacer de este género. Luego Radio 3 con la programación habitual de espacios dramatizados entre 1999 y 2003, y en 2011 el teatro radiofónico volvió a Radio Nacional de España con una colaboración con la Fundación Autor, con obras cortas de autores españoles. También desde la radio privada se hacen guiños al radioteatro en los últimos años. Por ejemplo *Negra y criminal* y las tres temporadas del *Cuento de Navidad* en la Cadena Ser, que estrenó recientemente la obra *¡Qué bello es vivir!* (2015). Hoy las web de la Cadena Ser y de Radio Nacional de España ofrecen los podcast de muchas de estas producciones emblemáticas con la digitalización de los archivos de las cadenas radiofónicas.

Adaptación literaria a radio. Se trata de la inclusión de pequeñas piezas donde destaca el texto elegido y a voz del locutor o actor radiofónico. El texto literario, creado para la ocasión u obtenido de la literatura universal, debe adaptarse conforme a las características de la radio en cuanto a pausas, pronunciación, formas dialogadas, narración, efectos sonoros, etc. No debe ser muy extenso y requiere pulcritud en su elaboración.

Culturales. Son programas sobre temas de interés general que, sin hacerlo notar, transmiten un amplio rango de conocimientos a sus oyentes. En otros casos son programas monográficos especializados que pueden formar parte de la programación de emisoras generalistas o temáticas.

Consultorios. El receptor resuelve todo tipo de dudas participando directamente en la emisión: médico, sexual, jurídico...

Publicidad. Espacios cortos y atractivos, habitualmente llamados cuñas publicitarias que contienen un claro mensaje exhortativo.

Dentro de la clasificación anterior hay que destacar los programas informativos que también se suelen llamar periodísticos. La radio es el medio en el que algunos géneros del periodismo clásico alcanzan su máxima expresión. La adaptación de los géneros periodísticos a la radio se caracteriza por la riqueza expresiva y el carácter personal que se incorpora al mensaje transmitido. Las claves para una buena comunicación son contenidos concisos, claros y directos. De esta manera se producirá un mayor efecto de atracción sobre la audiencia.

Los géneros informativos radiofónicos suelen estar dirigidos y realizados por periodistas, que en el desarrollo de su labor combinan información y opinión.

· Dentro de la información encontramos el reportaje, la crónica, la entrevista, la tertulia y el debate.

· Dentro de la opinión encontramos la crítica, el comentario y el editorial.

Estos géneros se distinguen por solicitar opinión, tratar de generar comentarios en los radioescuchas a través de argumentos con los que el auditorio puede identificarse. No existen características claras para este tipo de géneros ya que en muchos casos se mezclan o combinan y por otra se encuentran en constante evolución lo que impide una clasificación.

La entrevista

La entrevista es uno de los géneros periodísticos que mejor se adapta al medio radiofónico y uno de los más eficaces para dar a conocer la información. Es un género muy utilizado en la radio, ya que, a través del montaje, ofrece múltiples posibilidades expresivas. La entrevista podemos encontrarla en cualquier tipo de programa. Desde el punto de vista del guion encontramos tres formatos de entrevista:

Entrevista en directo: no existe un guion como tal, aunque sí es frecuente que el entrevistador disponga, como instrumento de realización, de una escaleta con una batería de preguntas posibles. En este caso, el

control del ritmo interno y de las frecuencias expresivas, así como el control del tiempo, deben ser tenidos en cuenta por el periodista.

Entrevista en diferido: nos permite pulir pequeños errores, entresacar las declaraciones que más interesan, modificar el orden de las preguntas y respuestas, etc. durante el montaje. Es frecuente la utilización de un guion de montaje, que servirá de pauta tanto al entrevistador como al montador de sonido.

Entrevista de carácter: entrevista en la que importa reflejar la personalidad del entrevistado. El guionista o entrevistador debe tener en cuenta deberá crear un clima comunicativo a la expresividad y la espontaneidad, sobre todo para controlar su duración final. En determinados casos, el entrevistador locutor puede cobrar demasiado protagonismo.

Es indispensable para el entrevistador una buena preparación y documentación sobre el personaje y sus circunstancias antes de iniciar la entrevista.

Radio digital e internet. Radio interactiva

El apagón analógico de la televisión no ha sido posible en la radio. La zona de comodidad que representa la FM es demasiado grande y genera demasiado dinero a las grandes radios. En España el sistema de emisión DAB (Digital Audio Broadcasting) era el sucesor natural de la FM. Mejor calidad, mejor cobertura y más variedad de información recibida. Pero no hubo voluntad política y mucho menos ganas de introducirlo en la Agenda Digital Española y por lo tanto seguimos esperando el cambio tecnológico.

Mientras el DAB llegaba a Europa, España se quedó anclada en la radio analógica. Lo hizo gracias al EGM y todo lo que este representa en el estudio de audiencias en la cultura radiofónica desde hace 50 años (sin apenas cambios en su modelo de encuesta). El reparto publicitario depende de esos datos cuatrimestrales y ninguna emisora esta dispuesta a arriesgar su cuenta de resultados por unos datos de audiencia más reales. Conocer qué escucha cada español cada 120 días y que eso dependa de la memoria de lo que escuchó la víspera no parece un método ni fiable ni muy válido en la era de las audiencias rápidas. La tecnología permite conocer gran cantidad de información sobre los hábitos de uso y consumo al instante, pero la radio aún no lo ha asumido y sigue reproduciendo mismo modelo, con pocos cambios, desde hace décadas.

Noruega completó en 2017 su paso al DAB+ (la misma tecnología pero mejorada). Y 26 países de la Unión Europea de Radiodifusión tienen implantado el DAB o el DAB+ desde hace años. España sigue emitiendo incluso en AM, las concesiones dependen de interminables procesos burocráticos, siguen existiendo emisoras en un vacío legal. Escuchamos mucho la radio en el coche y en el momento que sea el apagón analógico tendremos que cambiar todas las radios de nuestros vehículos.

Por otro lado la existencia de Internet representa un cambio significativo en el modo de transmisión de la radio y ha propiciado, incluso, el nacimiento de estaciones que emiten exclusivamente a través de la red. No es realmente radio pero funciona como si lo fuera, pero sin emisión ni recepción por antena tradicional.

La presencia del medio radiofónico en Internet es bastante desigual. Así por ejemplo, algunas emisoras que tienen página web se limitan a colocar en ella datos sobre la estación y la programación, informar al usuario acerca de la localidad desde donde emiten, la agenda cultural y actividades diversas. Otras dedican más recursos a su *website* y además de posibilitar la escucha en directo de sus programas, ofrecen otros servicios adicionales, como la denominada “radio a la carta” mediante la cual el oyente puede escoger los contenidos que quiere escuchar, el orden que desea y a la hora que más le apetezca. Además, algunas emisoras incorporan los chats, así como materiales informativos complementarios acompañados de imágenes fijas y/o en movimiento.

Sin embargo, independientemente de todas ventajas que ofrece la red, muchas estaciones radiofónicas deciden su presencia en Internet como una cuestión de prestigio, de imagen, para de este modo, mantener su credibilidad como empresa.

La radio se ha volcado tanto hacia Internet básicamente porque gracias a sus diferentes servicios (*World Wide Web*, correo electrónico, *news*, chat, Twitter, Facebook, *Podcasting*, Blogs, *Streaming*, etc.), es posible experimentar con otras formas de información y expresión que van más allá del sonido radiofónico e incorporar, por tanto, nuevos contenidos. Además, también es factible generar nuevas formas de consumo y de relación del medio con el oyente.

La radio ha tenido tradicionalmente una serie de características que, en algunos casos, se han convertido en limitaciones:

1. No puede emitir imágenes.
2. Sus mensajes son fugaces, es decir, no hay posibilidad de volver a escucharlos a no ser que se graben.
3. Sus emisiones son secuenciales, lo que significa que deben escucharse en el orden en que se programen.

Con Internet todas estas limitaciones han sido neutralizadas, emite imágenes, podemos volver a escuchar los programas y podemos seleccionar qué y cuándo lo escuchamos. La radio ha cambiado y funciona de forma dual, por un lado sigue emitiendo por ondas como desde su nacimiento y por otro se ha adaptado a los modos de comunicación y entretenimiento actuales. El concepto de programación sigue existiendo, el oyente tradicional sigue escuchando la radio como se hizo siempre pero a la vez existe el oyente "a la carta", aquel que se hace su propia radio.

La limitación que suponía la captación de la señal a través de las antenas ha desaparecido. Podemos escuchar emisoras de cualquier lugar del planeta, las localizamos por su temática, tenemos acceso a imágenes y datos, nos relacionamos con el propio medio por medio de las redes sociales convirtiendo a este medio que se basaba en emisor-receptor en un sistema interactivo y mucho más dinámico.

radiosdigitales.es/donde-escuchar-radio-dab-en-espana/

https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2019-09-21/europa-apaga-emisores-fm-espana-no-da-salto-dab_2187135/

(*) Se denomina espectro electromagnético a la distribución energética del conjunto de las ondas electromagnéticas. El espectro electromagnético se extiende desde la radiación de menor longitud de onda, como los rayos cósmicos, rayos gamma y los rayos X, pasando por la radiación ultravioleta, la luz visible y la radiación infrarroja, hasta las ondas electromagnéticas de mayor longitud de onda, como son las ondas de radio.

http://e-ducativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/3000/3233/html/2_espectro_electromagntico.html