

RADIO

TEMA 2 – LA INDUSTRIA RADIOFÓNICA.

• Introducción.

Un programa de radio parte de una idea, que luego se convertirá en un guión. Según este guión, se va a desglosar los medios a emplear (discos, micros equipos...) es decir, los requerimientos técnicos, luego el realizador pondrá en práctica el programa.

En un estudio de radio nos vamos a encontrar dos partes bien diferenciadas:

- Alta frecuencia: que es toda la parte de conversión y transmisión al aire (Amplificadores, osciladores, la antena...)
- Baja frecuencia: que lo forma todos los equipos de audio (mezclador, lectores, grabadores, magnetófonos...).

• El proceso de comunicación.

EMISOR MENSAJE RECEPTOR

Medio

Efectos

Entorno

Los elementos que vamos a utilizar en radio son:

- La palabra.
- La música.
- El silencio.
- Efectos o significantes análogos.

• Estructura de una emisora de radio.

Grupo económico

!

Consejo de Administración

!

Consejo de Programación

!

Publicidad

!

Asesores

!

Producción

!

Publicidad Informativos Musical

!

Control de Emisión

!

Operadores

- La estructura organizativa.

Básicamente existen dos departamentos en la radio:

- Departamento de programación.
- Departamento de producción.

El departamento de programación se encarga de hacer la programación de la cadena, para ello se valen de equipos asesores.

Entre las tareas globales de producción están:

- Recogida de materiales emitidos.
- Reciclado de material.
- Redacción de mensajes publicitarios para emisión en directo.
- Verificación del estado de los equipos del estudio y el control, y del mantenimiento.
- Control de ordenes de producción y organización de anuncios.

Nº DE SERIE ANUNCIANTE HORA EMISION CONFIRMACION

(Hoja de emisión de publicidad)

- Replicado de cintas.
- Para conservar ciertos programas.
- Por peticiones del público.
- Búsqueda de voces para la realización del programa.
- Comunicación y tráfico de materiales.
- Búsqueda de músicas, sonidos y efectos para producciones.
- Guardarlas en una base de datos:

- Música: tipos, fechas, autores...
- Efectos.

Un productor tiene el deber de saber:

- Hacer de locutor en una producción.
- Tener control sobre la emisora, el sonido y sus equipos en general.
- Controlar el sonido de la emisión.
- Capacidad de redacción.
- Organización del trabajo.
- Tiempo.
- Mecnografiado y ofimática.

Las cualidades que tiene que tener un productor son:

- Creatividad.
- Relaciones interpersonales.
- Don de gentes.
- Pasividad.
- Entusiasmo.
- Paciencia.
- Dedicación.
- Conocimiento.
- Humildad.
- Criterios objetivos.
- Responsabilidad.
- Control de mezclas.

4. Géneros radiofónicos.

- Radio convencional: fue la primera que se hizo, la más diversa y la que generalmente se hace en la mayoría de las cadenas.
- Radio – fórmula: es la programación con estructura de programa. (Todos los contenidos se repiten).
 - **Rojos**: grupo de 5 discos más el número 1. Con frecuencia de 2 horas, y el número 1 en horas pares.
 - **Verdes**: grupo de 16 discos, con una frecuencia de 6 horas.
 - **Azules**: grupo de 22 discos, con una frecuencia de 4 horas.
 - **Negros**: grupo de 32 discos, con una frecuencia de 1 vez al día.
 - **Blancos**: grupo de 16 a 22 discos con frecuencia de 1 vez diaria si el tiempo lo permite.

La radio-fórmula se originó en 1966 de la mano de Rafael Reverte con el programa Los 40 principales o El gran musical.

En 1970 los 40 Principales tenía 5 millones de audiencia, un gran éxito, aunque se le acusó de plagio a la radio norteamericana.

Características:

Necesita la presencia de un discjockey

Tipos de DJ:

- **De bajo perfil:** se limita a presentar las canciones o temas.
- **Especialista:** recopila detalles sobre grupos, conciertos...
- **Con personalidad:** Da sensación de amistad, decide que va a decir y para que tenga sustancia y confecciona trozos de material para que parezca un espectáculo.

- **La programación y la audiencia.**

La audiencia se puede definir como el conjunto de población susceptible de recibir mensajes de los medios de comunicación.

5.1 Tipos de audiencia.

- **Audiencia potencial:** parte de la población susceptible por:
 - Zona de cobertura.
 - Disponibilidad de receptor del medio.
- **Audiencia real:** persona que ha recibido al menos una vez un mensaje a través del medio.
- **Audiencia específica:** número total de personas que han recibido o reciben los mensajes de un programa o un medio. Dentro de esta está la audiencia útil, que es la audiencia específica a la que atañe un mensaje.
- **Audiencia duplicada:** número de personas que han recibido un mismo mensaje a través de varios medios.
- **Audiencia activa:** la audiencia activa participa incluso en el programa mediante teléfono, carta o cualquier otra forma.
- **Share:** porcentaje de la audiencia que escucha la radio y sintoniza una emisora determinada en un momento o en un intervalo.

5.2 Factores que influyen en la audiencia.

- **Multiplicidad de la oferta:** hay una gran oferta en todo el dial con contenidos similares incluso. Es algo a tener en cuenta al hacer radio.
- **Los factores estacionales:** la audiencia cambia radicalmente en estaciones como verano e invierno.
- **Movilidad social:** la población varía debido a que cambia de domicilio, emigra, etc.
- **Factores cronológicos:** la radio esta cada vez más fragmentada y es más selectiva, en definitiva hay más competencia. Veamos que factores influyen:
- **El factor geográfico:** programaciones a nivel local hacen que aumente la sensación de proximidad. Es más fácil potenciar la comunicación.
- **El factor edad:** la programación puede estar orientada a grupos de edades (jóvenes, ancianos...)
- **El factor sexo:**
- **El factor educacional:** los niveles de educación han de tenerse en cuenta al hacer un programa.

- **El factor cultural:**
- **Factores lingüísticos y sociales:** grupos con la misma situación social (ancianos, pensionistas, prostitutas, toxicómanos...)
- **El factor laboral:**

5.3 Términos relacionados con la audiencia.

- **Relación de proximidad:** hemos de crear un vínculo personal mediante la palabra.
- **Audiencia variable:** significa que a lo largo del programa varía el número de oyentes. Hemos de crear un vínculo con esto para que no cambien de emisora (regalar discos, entradas para conciertos...)
- **Funciones de la radio:**
- **Función mediadora:** trata de colocarse entre lo real y los oyentes.
- **Función sentenciadora:** trata de conservar, mantener y conducir el mensaje.
- **Función difusora:** facilita que el mensaje llegue a los oyentes.
- **Simplicidad técnica:** la radio es un elemento sencillo. Es fácil cambiar la emisora por lo que será difícil mantener la audiencia.
- **Persuasión, claridad y concisión:** El lenguaje en radio debe mantener estos preceptos.
- **Estimular, retener y fijar:** intención de la radio de difundir algo.
- **Mediación técnica:** utilizar los medios tecnológicos para influir en el mensaje.
- **Temperatura:** la radio es un medio frío en general, aunque luego cada programa, según como esté hecho y sus intenciones pueden ser más o menos cercanas al espectador.
- **La escucha:** estar en disposición de recibir mensajes radiofónicos.
- **Escucha activa:** el oyente muestra un gran interés de forma voluntaria y consciente.
- **Escucha pasiva:** el oyente muestra un bajo interés. Está en oposición a la anterior.

5.4 La programación: determinación de contenidos.

Mariano Cebrián define la programación como:

La planificación de una relación comunicativa entre una empresa de radio y una audiencia mediante unos contenidos sistematizados y organizados en un conjunto armónico según los criterios de selección, dosificación y ordenación. Elaborados según una duración y unos horarios condicionados por los recursos técnicos, humanos y económicos de producción y previstos para ser emitidos durante un tiempo.