

Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos

Mario Alcudia Borreguero

Editorial Fragua

Madrid, 2008

210 p

ISBN 84-7074-246-0

Mario Alcudia Borreguero es el Vicedecano de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad CEU San Pablo. Periodista y profesor de este centro, imparte las asignaturas 'Comunicación e Información Audiovisual' (Radio) y 'Programación y Realización Radiofónica'. También es miembro del claustro docente del Máster oficial en Radio de la Universidad CEU San Pablo y la Cadena COPE, emisora en la que lleva trabajando desde 1999 en el Área de Programación Socio-Religiosa. Es autor de otras publicaciones como *Los boletines horarios radiofónicos* (Fragua, 2006) y *Mis personajes al traspasar* (Edibesa, 2005).

El objetivo de este libro, que nace de la investigación de cinco profesores de la Sección de Radio del Departamento de Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías de la Universidad CEU San Pablo, es redefinir y clasificar los diferentes géneros radiofónicos. Los autores distinguen siete grandes bloques de géneros radiofónicos en función de su temática: los informativos y los deportes, escritos por Mario Alcudia Borreguero; los dramáticos y los musicales, a cargo de Miguel Ángel Nieto González; la introducción y los programas de participación de la audiencia, elaborados por José María Legorburu; el magacín, desarrollado por Consuelo

Sánchez Vicente; y la publicidad –entendida como género radiofónico–, redactado por María Julia González Conde.

La introducción sustenta y justifica los géneros radiofónicos, entendidos como categorías de programas “que se fundamentan en un acuerdo implícito entre emisores y receptores, conforme a un conjunto de reglas de producción institucionalizadas y reconocibles”. En el libro se analizan de forma amplia y minuciosa cada uno de los géneros, aportando definiciones y descripciones de los distintos subgéneros, y de los recursos técnicos y sonoros de los programas estudiados.

El segundo capítulo da las claves de los programas informativos como pilar fundamental sobre el que se sustenta la programación en toda parrilla radiofónica. Parece lógico el objetivo de las emisoras, que “tratan de convertir sus informativos en el referente fundamental para que sus oyentes estén al corriente de la actualidad”. Además se hace un breve repaso histórico de la radio informativa en nuestro país, y se analizan las características generales de los géneros informativos, así como los diferentes elementos sonoros que en ellos se emplean.

En el tercer capítulo se recoge la información deportiva como género radiofónico, ya que debido a su importancia en las parrillas de las cadenas de radio merece un análisis independiente. Se distinguen dos formatos diferentes: “los programas deportivos basados en la información deportiva a través de noticias, crónicas, entrevistas, y reportajes, y los carruseles, en los que se transmiten en directo los eventos deportivos...”, característicos de la programación de fin de semana.

El cuarto capítulo se basa en los dramáticos. Además de hacer un recorrido histórico de este género, se resalta que estos programas no son un género obsoleto, sino que “pertenecen a un género durmiente susceptible de ser despertado en cualquier momento e incluido en una parrilla de programación con grandes posibilidades de éxito.

El problema reside en conseguir los recursos económicos necesarios...”, ya que se trata de un género muy costoso de producir. Esta difícil técnica de realización y montaje de los dramáticos se plasma en este capítulo, donde, además, se describen los diferentes tipos de dramáticos de la historia de la Radio.

El quinto capítulo desarrolla el género de los musicales. Entendiendo que la música y la Radio están unidas y son complementarias desde su nacimiento. Se hace un breve recorrido histórico sobre la historia del género musical y, además, se detalla el uso de la técnica y su evolución que mejora la calidad de la realización y producción de programas musicales. También se analizan los distintos subgéneros de los musicales, desde la música de éxito, hasta la música del recuerdo, que dependerán del tipo de música que se seleccione para su posterior emisión.

El sexto capítulo trata los programas de participación de la audiencia. Tanto de manera autónoma dentro de las parrillas de programación, como parte complementaria de otros programas que incluyen participación de los oyentes. Asimismo, se explican las razones del éxito de este tipo de género radiofónico en cualquiera de sus tipologías. La participación de la audiencia aumenta la pluralidad e interactividad radiofónica, y eleva al máximo “el afán de servicio público de la Radio”; el oyente se convierte al mismo tiempo en emisor y receptor de la información y esto tiene un enorme “efecto fidelizador”.

El séptimo capítulo se basa en el género de los magazines. Entendiendo este programa de variedades como “un macrogénero flexible, abierto y de larga duración, con un horario de emisión regular, que combina la información y la opinión sobre asuntos de actualidad, con el entretenimiento y el espectáculo y que permite incorporar cualquier acontecimiento noticioso que surja durante su emisión”. Debido a su continuidad y a su importante presencia en toda la programación de las radios generalistas

españolas, “crea hábitos de escucha entre los oyentes”. También se destaca la figura del director-presentador, que aunque necesita un equipo de trabajo, es la estrella que “otorga sensación de conjunto” al magacín.

El octavo y último capítulo desarrolla la publicidad entendida como género radiofónico. No se considera a la publicidad como un género secundario, ya que se sostiene “en el poder de la palabra y en lo que ésta significa en la imaginación del oyente y en el proceso de comprensión del mensaje”. La buena utilización del lenguaje publicitario y una comunicación creativa y eficaz, atraerá la atención de los oyentes.

Asimismo, este volumen hace un repaso histórico desde los orígenes de los distintos géneros radiofónicos hasta nuestros días. Se trata de una obra que reflexiona sobre el panorama actual de los géneros radiofónicos en España que pretende servir tanto a los profesionales del medio, como a los estudiantes y a la comunidad científica.

Beatriz Martín Pérez
Universidad CEU San Pablo

¿Por qué los españoles comunicamos tan mal?

Manuel Campo Vidal

Editorial Plaza Janés

Barcelona, 2008

202 p.

ISBN: 978-84-01-37985-7

Cuando una empresa o institución pasa por un trance especial, pero cuyo mensaje (positivo o negativo) no llega al