



Comunicación y Hombre

ISSN: 1885-365X

j.conde@ufv.es

Universidad Francisco de Vitoria
España

SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, Gabriel

La información en radio. Contexto, géneros, formatos y realización. AUTORES /
AUTHOR. MARTA-LAZO, Carmen y ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel (editores).
EDITORIAL / PUBLISHING COMPANY. Editorial FRAGUA, Madrid, 2016, 235 pp. ISBN:
978-847074-721-2

Comunicación y Hombre, núm. 13, enero, 2017, pp. 247-249

Universidad Francisco de Vitoria

Pozuelo de Alarcón, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129449617019>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

FICHA DEL LIBRO / CREDITS

**La información en radio.
Contexto, géneros, formatos y realización**

AUTORES / AUTHORS

MARTA-LAZO, Carmen y ORTIZ SOBRINO, Miguel Ángel (editores)

EDITORIAL / PUBLISHING COMPANY

Editorial FRAGUA, Madrid, 2016, 235 pp. ISBN: 978-847074-721-2

La renovación tecnológica que los medios de comunicación han experimentado en los últimos diez años es cuestión que nadie discute. Los nuevos formatos, las diversas ofertas informativas, los soportes que la opinión pública utiliza a diario para recibir información puntual (otra cosa es que sea veraz) ya no los cuestiona ni el más escéptico de los periodistas. La revolución que internet supuso para la prensa escrita ha pasado a la historia, pues hoy estamos tan identificados con los medios online y los usamos con tanto desparpajo que sólo los nostálgicos se acuerdan de la linotipia y la rotativa. Y estos nuevos aires hace tiempo que entraron por las ventanas de las redacciones de los periódicos, las cadenas de televisión y las emisoras de radio. Bajo el cómodo y socorrido epígrafe de “a la carta”, podemos tener ante nuestra vista y oído todo cuanto los medios audiovisuales producen, no sólo en un día, sino durante semanas, meses, incluso años, si los archivos son muy osados, porque grandes, grandes, sí que deben de ser. El consumidor de estos productos –frescos o a la carta- se conecta, lo escucha, lo ve, lo archiva, lo guarda, lo envía a otro consumidor y el proceso comunicativo sigue su camino. Y nadie se para a indagar cómo se ha elaborado el producto que está de acá para allá, dando vueltas, colgado en nubes, rebotado a cientos de kilómetros o guardado en ese gran almacén que llamamos disco duro. Nadie se para a pensar por un momento: pero esto, ¿cómo se ha hecho?

Y hace bien el consumidor de información en no reparar en tan comprometida cuestión, pues la respuesta, si la hay, es bien sencilla: igual que siempre. El proceso comunicativo, la estructura de los géneros periodísticos, la valoración de las noticias, los formatos con los que se intenta mantener informada a la opinión pública, los criterios de redacción periodística, el proceso de jerarquización de la información, no ha variado. Soportes, proximidad en el tiempo, facilidades para el usuario, calidad del producto, ofertas informativas y de entretenimiento, manejo de herramientas, posibilidades de acceso a distintas fuentes...

todas las novedades que se deseen son aceptadas e implantadas sin ser cuestionadas, pues nadie puede poner freno al desarrollo tecnológico.

Por eso, *La información en radio*, el libro que firman Carmen Marta-Lazo y Miguel Ángel Ortiz es capaz de unir estos dos criterios, modernidad y tradición, y convierten el texto en un manual sobre cómo hacer radio en el siglo XXI, utilizando los recursos propios del medio, aplicados a las nuevas tecnologías.

El libro está dividido en cinco partes, cada una de las cuales trata de un aspecto determinado y concreto del quehacer diario en una emisora de radio, que puede ser escuchada en formato convencional –transistor, autorradio, aparato conectado a la red en cualquier estancia de la casa, el lugar de trabajo- o aprovechando las nuevas plataformas: a través del móvil, la *tablet* o el ordenador. Para un profesional de la radio, la ubicación de la emisora, tanto en el espacio como en el tiempo es lo de menos, pues el trabajo que tiene encomendado realizar es el mismo, con independencia de dónde y cómo se escuche el mensaje en el que ha participado en construir. Se trata de crear, a través del sonido, un producto de calidad para ser consumido por todo aquel que necesite información, entretenimiento, diversión, relax, formación, orientación y cuantas posibilidades brinda una programación de radio.


Entran los autores a diseccionar el panorama actual de la radio en España, en un momento especialmente dulce para este medio, que es seguido, día a día, por más de veinte millones de personas. La diversificación de ofertas y los nuevos formatos aparecen en las primeras páginas como síntoma de buena salud del medio: radios temáticas, radios fórmulas o radios informativas tratan de hacerse un hueco entre las emisoras generalistas. Incluso las radios universitarias, aquellas que realizan los futuros profesionales desde las facultades de Comunicación de las Universidades españolas, tienen en el libro un apartado, síntoma de respeto y apuesta por este tipo de emisoras. Como apuestan también por la radio web, en palabras de los autores, que indican que los nuevos formatos han producido un traspaso desde la radiofonía hertziana a la Webradio, reconfigurando los contenidos radiofónicos. “En internet, dicen los autores, la radio ha incorporado a su lenguaje nuevos componentes multimedia, ha perdido fugacidad y ha ganado en interactividad, facilitando la creación de una radio a medida del usuario. La radiofonía web se concreta en una plataforma donde convergen características del medio convencional con otras derivadas de su esencia multimedia”.

Hecho este brindis, casi más a la radio del futuro que a la actual –entre otras cosas porque el oyente de radio actual en España tiene una edad media que le hace ser “conservador” en cuanto a la forma de conectarse a la radio-, Marta-Lazo y Ortiz se adentran en el mundo de la radio convencional, dando detalles de la elaboración de parrillas de programación, pautas, escaletas, guiones y demás elementos estructurales que conforman una buena programación de radio, siempre escrita porque la improvisación no es buena consejera cuando entramos en un estudio de radio. Y de ahí, como no podía ser de otra forma, los autores repasan con una sobrada profesionalidad todos los géneros periodísticos que se dan a diario en la programa-

ción radiofónica, desde los informativos a los magazines, y sus especificidades y contenidos.

La última parte está dedicada a los aspectos técnicos, comunes a cualquier emisora de radio y que propician que el sonido se propague por donde quiera. Si no hay un estudio de radio, un micrófono, una mesa de realización y almas poseídas por el valor y la fuerza de la radio en una y en la otra parte del cristal, no hay radio. Y si no hay radio ¿de qué valen los soportes, los *podcast*, la Webradio y cuantas nuevas palabras puedan inventarse para definir lo que se puede decir con una sola?

Seguramente, y así se desprende de la lectura de la información en radio, los géneros y los programas informativos han sido los que menos han evolucionado de todo el panorama radiofónico. Y su justificación es bien sencilla: la radio está para dar noticias, cuanto antes, mejor. Y hay unos criterios básicos que no se pueden modificar: redacción de los textos, estructura del informativo, jerarquización de las noticias, los bloques temáticos, la última hora, la radio en directo (no concibo un *podcast* de un informativo que el oyente puede escuchar transcurridas unas horas desde que se puso en antena. Todo lo que oiga estará superado por los acontecimientos informativos posteriores). Y eso lo saben bien los autores, pues es a las formas de la radio informativa a las que dedican mayor atención, aunque los esquemas y gráficos que ofrecen, de elaboración propia, no sean demasiado ortodoxos ni se ajusten a la realidad. Pero es que en la radio, la realidad está sujeta siempre al hecho informativo, a la noticia, y eso no se puede prever, ni mucho menos plasmar en un esquema tipo que sirva como referencia diaria.

A tener en cuenta la abundante bibliografía que han manejado los autores, distribuida al final de cada uno de los capítulos, lo que facilita su consulta y localización en cada uno de los tramos específicos de este libro-manual, que debería ser consultado de vez en cuando, tanto por profesionales que ya están en las ondas, como por los que dentro de poco tendrán que enfrentarse a realizar programas en la Webradio o en la emisora convencional, ya sea generalista, temática o especializada, que todavía las hay, y que despiertan cada mañana a millones de oyentes desde el receptor instalado en las mesillas de sus dormitorios. 

Por SÁNCHEZ RODRÍGUEZ, Gabriel

Universidad Francisco de Vitoria
Madrid, España