

Curso:
“Cómo se hace radio”

Carlos Juan Juan
Asociación de la Prensa de Cádiz

Bienvenida

Mi nombre es Carlos Juan Juan. Os doy la bienvenida en nombre de la Asociación de la Prensa de Cádiz a los cursos de Periodismo organizados por la Universidad Abdelmalek Essaadi.

Quizá algunos ya me conocéis. Otros en cambio imagino que no. Durante el mes de junio de este año tuve el honor de clausurar el ciclo de talleres del curso 2006/2007. Hoy vuelvo a tener otro gran honor; inicio la programación de seminarios a los que podréis asistir durante los próximos meses y durante lo que resta del curso.

Mi ocupación habitual consiste en **dirigir y editar** espacios informativos— es decir, asumir la responsabilidad de lo que llega a la antena de la radio y elegir los contenidos emitidos— en la emisora **Onda Cero** en la ciudad de Cádiz. Como muchos de vosotros sabréis, Cádiz es la capital de la provincia española que está enfrente de ciudades como Tánger.

Cádiz es una ciudad bastante más pequeña que Tánger aunque su área de influencia hace aumentar el número de habitantes hasta los 600.000. Os doy este dato para que os hagáis una idea de cómo es el Periodismo y cómo es la radio que hago de forma habitual y que constituye mi principal fuente de ingresos.

Además de haber sido profesor invitado en la **Universidad Abdelmalek Essaadi** este mismo año y de haber impartido otro taller de teoría y práctica radiofónica a personas del norte de Marruecos en la sede de la **Asociación de la Prensa**, en Cádiz he sido designado por esta institución responsable de la puesta en marcha de una programación de radio en español en **Filipinas**. Las emisiones de los programas incluidos en el proyecto de difusión de este idioma y de cualificación de jóvenes periodistas filipinos ‘Radyo Manila’ se pueden seguir —por si tenéis curiosidad— en la web www.prensacadiz.org pinchando encima del enlace correspondiente.

Además, con la **Fundación Antena 3 TV** he participado durante tres semanas en un proyecto que ha consistido en cualificar en técnicas audiovisuales a miembros de las comunidades indígenas de la provincia de Riobamba, en la zona central del corredor andino ecuatoriano. Esta actividad así como el rodaje de imágenes para la elaboración de varias piezas que ahora se están editando —hoy a las 11 se presentan en Madrid— se desarrolló en agosto.

En este momento he asumido dentro de la Asociación de la Prensa de Cádiz la responsabilidad de los actos del centenario de esta institución. No obstante el proyecto que a vosotros os ‘cae’ más cerca es el intercambio de experiencias con periodistas de esta zona que la Asociación de la Prensa de Cádiz desea concretar en la edición de medios escritos, a través de internet, mediante la radio y también a través de experiencias de formación como la que vamos a desarrollar durante estos tres días.

Porque... ¿de qué vamos a hablar en este taller?

Pretendo que tengáis al menos las nociones para saber cómo se pone en marcha una radio, entendida como medio de comunicación. Esta es la tarea ‘general’ que he “prometido” enseñar en Cádiz antes de poder viajar hasta aquí: conseguir **“estar en el aire”**

A medida que os vaya contando cosas –muchas de ellas de sentido común- vais a comprobar que una radio, vista como un medio de comunicación es una realidad sometida a muchas dificultades. A veces son de tipo técnico, de relativa complejidad en lo que se necesita para comenzar a funcionar. En la mayoría de los casos los problemas más importantes son de naturaleza administrativa y son comunes –al menos que yo sepa- en las dos orillas del Estrecho.

En España el espectro radioeléctrico, el espacio físico asignado a la radiodifusión comercial o pública, se considera un bien escaso. Por este motivo a diferencia de lo que ocurre con la prensa la apertura de radios requiere la obtención de una autorización administrativa.

Mi deseo es que a todos los que estamos aquí –ni que decir tiene que estamos porque nos gusta el medio de comunicación, porque somos personas que nos caracteriza nuestra capacidad de **escuchar** tanto como nuestra capacidad de **comunicar**- recibamos algún día el encargo de poner en marcha o gestionar una emisora de radio que ya emite. De momento no es así. Mientras llega ese momento y no yo os propongo transmitiros la formación más completa que sea capaz para que si vuestras habilidades en el mundo de la radio son requeridas podáis mostrarlas con calidad.

En ese sentido os anuncio –quizá algunos ya lo conozcáis- que la intención de la colaboración iniciada entre la Asociación de la Prensa de Cádiz y la región norte de Marruecos, sobre todo con la ciudad de Tánger prevé a corto plazo la puesta en marcha de programas en español emitidos a través de algunas de las estaciones de la ciudad.

Por favor, no dudéis en hacerme cuantas preguntas estiméis necesarias o cuantos comentarios creáis oportunos. Este taller tiene razón de ser si es participativo. Además vosotros debéis enriquecer lo que yo diga puesto que solamente puedo hablaros desde el punto de vista de la orilla española del Estrecho.

Bienvenidos, por lo tanto, a la radio

Nuestro **tiempo en antena** ha comenzado. Imaginad que alguien –alguien con poder, con solvencia económica suficiente, etc- nos pide que pongamos en marcha **una radio**. Con seguridad nosotros le diríamos “¿cómo? ¿una radio?” Sí, una radio. De esas que al encender un botón y darle a una rueda o a otro botón diferente –si es un sintonizador digital- sale un “tipo” hablando. Una radio con discos de música, con llamadas, con noticias y hasta con novelas.

¡Vaya la que nos ha caído!, diríamos. Y con mucha razón, porque son muchas cosas diferentes. **Lo primero que ya ‘intuimos’ es que hacer radio es mucho más que coger un micrófono, conectarlo y comenzar a hablar.**

Y, ciertamente, así es. **Tal y como ocurre en cualquier técnica audiovisual contemporánea la improvisación no existe** en la radio profesional. Fijaos: en la TV es imposible que exista improvisación. Imposible de cualquier manera. No sólo porque hacer TV es un trabajo en equipo. Además de esto es imposible porque existe un profesional llamado **realizador** que necesita saber hasta el último detalle de lo que va a ocurrir en el programa para dar la cobertura técnica adecuada: que se **‘vea’** en la pantalla y que se **‘oiga’** en los altavoces del televisor.

Pensad un poco: Crear una radio supone –como poco, dicho para empezar-

Planificar los medios técnicos necesarios

Hacer algún tipo de esquema o de plan de trabajo con las personas que, en algún momento, van a tener el micrófono delante de su boca

Y (digo yo)

Reflexionar sobre ‘la razón de ser’ que tiene la radio que vamos a crear. Es decir, **qué queremos** con esa radio. Y tampoco estará

de más pensar **qué vamos a ofrecer** nosotros **que no ofrezcan otras estaciones.**

Amigos, este último punto es el más importante: “Vamos a crear una radio”. Muy bien. **¿Para qué?** ¿qué necesidades vamos a satisfacer con este medio de comunicación? Porque la radio, según “sirva” para una cosa o para la otra necesitará elementos diferentes, más o menos espacio físico, más o menos estudios, más o menos discos, etc, etc , etc.

Llegados a este punto os digo que **en emisión analógica** es decir en emisión a través de ondas electromagnéticas moduladas en amplitud o en frecuencia básicamente hay dos tipos de estaciones de radio.

Emisoras ‘autárquicas’. Es decir, ‘solas’, no tienen por qué compartir su programación con otros grupos de comunicación, no tienen, a priori, que **conectarse** o que **desconectar**. Cada día que la emisora esté abierta se elabora en ella una programación dirigida a su público que será aquel que viva en la zona cubierta por el **poste emisor**. Fuera de esta zona—perdonad que sea tan radical, pero es que es así- **la emisora no existe**. Sin duda existe si una persona o un grupo de ellas informa a otras sobre su programación pero su presencia en la sociedad será nula ante la fuerza de los mensajes radiofónicos de otras estaciones que pueden ser sintonizadas en todas las zonas a las que no llega nuestra emisora ‘autárquica’.

Normalmente estas emisoras son **de barrio, de comunidad, del municipio...** Tienen razón de ser si sacan el máximo partido a la **cercanía** física y emocional de su audiencia. Un terremoto en Perú, en una ciudad que se llama Pisco puede ser —y de hecho, es- muy importante pero será más importante aún hablar del accidente de tráfico que se ha producido en una glorieta del barrio, incluso aunque sólo haya un desperfecto en la chapa de los coches.

¿No? ¿se entiende lo que quiero decir? **Si nuestra radio va a ser así entonces ya sabemos que nuestra radio tiene sentido si se ocupa de lo que ocurre a nuestro alrededor.** Como precisamente “eso” está tan cerca nuestro primer trabajo “antes de tocar un solo botón de la radio” será identificar aquello que **capta el interés de nuestros oyentes**, aquello que favorece la exposición al mensaje radiofónico.

Aquí enfatizo en mi exposición algo muy importante: **Captar el interés de los oyentes es una norma universal en radio.** Es universal no sólo en el sentido geográfico —vale aquí y en cualquier país, os lo aseguro— sino que además lo es para cualquier tipo de radio que os podáis imaginar y

de las que hablaremos. Es lógico que sea así porque aunque nadie se ha sustraído de la tentación de ‘escucharse’ alguna que otra vez cuando hace radio lo que hacemos no tiene ningún sentido si no hay oyentes.

Entonces **¿de qué podemos hablar** en una radio de barrio, de comunidad, de municipio, de escuela...? ¿qué tipo de programas podemos diseñar para nuestra radio? Bueno, pensad un poco, a mí se me ocurren algunas ideas...

Informativos

De entretenimiento

Deportivos

Musicales, docentes (podemos utilizar la radio para transmitir conocimientos), religiosos, de servicio público (es decir ayudar a los demás en todo lo que puedan demandar ayuda, búsqueda de objetos o de animales desaparecidos, transmisión de mensajes y declaraciones, comunicación por teléfono de personas que se encuentran alejadas, etc etc)

Veamos otra forma posible de emisión...

Emisora de cadena. Una **cadena de radio comparte la programación** durante determinadas horas del día. En esos intervalos de tiempo la emisora de cadena se convierte en un mero **poste emisor** que puede funcionar –de hecho así ocurre- de forma autónoma, sin necesidad de que nadie esté ‘físicamente’ en la radio. Sin embargo hay otros momentos del día en los que la emisora difunde su propia programación, es decir **desconecta** de la cadena.

La emisión en cadena como organización productiva en la radio fue descubierta a comienzos de la segunda mitad del siglo XX. La **aparición de los satélites de comunicaciones** primero y de las líneas de transmisión de sonido analógicas y, ahora, digitales contribuyeron a reforzar este sistema al hacer posible que independientemente del lugar geográfico donde se encontraran las estaciones de la red éstas recibieran de forma simultánea y con calidad el mismo producto. **La emisión en cadena abarata los costes de producción.**

Para que lo veáis os lo explico de la siguiente forma: la cadena de radio “da” a todos sus oyentes una programación común para todos ellos durante

un cierto tiempo del día, durante el resto la oferta se diversifica por lo que se llegan a ofrecer tantas programaciones diferentes como emisoras tenga la cadena ¿de acuerdo?

El **retorno de dinero vía publicidad** (porque partimos de la idea de que producir programas de radio es caro, cuesta dinero. Al menos no es gratis. Producir programas requiere invertir en radio, una inversión que hemos de recuperar) será la suma de lo que se radia durante la programación en cadena más la facturación correspondiente a las programaciones simultáneas en los momentos de desconexión. **Con la ventaja de que al producirse la concentración de oyentes durante la emisión en cadena la publicidad genera más beneficios, el cliente debe pagar más por el mismo anuncio que si lo emitiera en un periodo de desconexión.**

En buena lógica este retorno debe ser muy superior al coste de elaboración de todas las programaciones, la de cadena y las de desconexión local. No obstante el rendimiento económico del sistema aumenta si se reparten durante los tiempos de programación en cadena unas desconexiones o **ventanas** de publicidad cuya duración oscila entre el minuto y los cinco minutos.

Si nuestro encargo es abrir una **radio de cadena** tenemos que tener en cuenta al menos las siguientes referencias:

No podremos emitir programas ‘cuando queramos’ tendremos que hacerlo en las franjas decididas de antemano por los responsables de la cadena.

Se nos va a exigir **continuidad en todos los elementos de nuestro discurso** con la propuesta comunicativa hecha por la cadena a la que pertenecemos. Esa **continuidad** incluye tanto los elementos sonoros que forman parte de la “sintaxis” de nuestro discurso radiofónico como los conceptuales que tendrán que ser coherentes con el enfoque de la programación sujeta a cadena.

“Y entonces... ¿qué hacemos?” diréis vosotros. Normalmente, si llegamos a tener ocasión de poner en marcha una radio nos van a proporcionar un proyecto “muy cerrado” en el que se nos va a pedir **creatividad** y cierta **competencia técnica y/o directiva** para sacar adelante la propuesta para la que hemos sido llamados.

No obstante, por supuesto, nosotros también tenemos la posibilidad de crear radio “partiendo de cero”, desde el nombre de la emisora hasta el

último cd que compremos para tener en la estación. **En ambos casos se hace necesario llevar al papel, con respuestas claras, una serie de enunciados.**

¿Cuáles? ¿a qué me estoy refiriendo? Os invito nuevamente a pensar... vamos apuntando

Cuántas horas vamos a emitir al día...

A **qué horas** vamos a emitir... Bien, es sensato pensar que hay unas horas propicias para exponerse al mensaje radiofónico frente a otras que no son tan propicias.

Las radios que parten de la nada, de un proyecto plasmado en un papel, suelen “debutar” con una programación vespertina. Por ejemplo –es un ejemplo, no es ninguna norma universal- de seis a ocho de la tarde. ¿por qué? Está claro que si la emisora no tiene una plantilla profesionalizada esa va a ser una franja idónea para hacer que la emisión sea compatible con los estudios o los trabajos. Si damos noticias no buscaremos el valor de la inmediatez pero sí la posibilidad de “recoger” en un discurso que tiene el valor de ser propio (es decir, cercano, con tiempo para desarrollar los temas porque estos no compiten con el terremoto de Perú, etc) lo más importante de lo que ha ocurrido durante el día y ha llegado a nuestro conocimiento.

Por supuesto la situación ideal es contar con una plantilla **profesional**. No siempre ocurre, el periodismo es un profesión que se ejerce en la precariedad y la radiodifusión, por desgracia, no es ajena a ello.

Dónde nos vamos a instalar... del resultado de esa elección, que estará condicionada por múltiples factores (algunos los veremos) dependerá que nuestras fuentes de información y contenidos estén “lejos” de nosotros (hablo desde un punto de vista físico) o “cerca”. **Y, por supuesto, no sólo ellos. También la audiencia hacia la que nos dirigimos.**

También es cierto que hay contenidos radiofónicos y hay contenidos radiofónicos. Por ejemplo, para hacer una radio musical el estar situado físicamente en la ciudad más importante, más poblada, la sede de las instituciones y de las grandes empresas no es un factor esencial. Eso sí, si nuestra ubicación es **excesivamente periférica...**

Será más difícil contratar a trabajadores de la radio porque estos tendrán unos costes mayores si tienen que desplazarse desde las grandes ciudades

Será más cara la contratación de publicidad. Me explico: aunque la situación ideal es la que representa a los anunciantes llamando a las puertas de los medios de comunicación la **extraordinaria proliferación de soportes** (pensad: radios analógicas, radios en internet, páginas web, folletos, periódicos, canales, de entre estos los que emiten en abierto, los de pago, los canales locales, las vallas publicitarias, los autobuses...) provoca que **los medios acudan hasta los anunciantes para hacer constantes propuesta publicitarias.**

En realidad, en las ciudades pequeñas y medianas –del tamaño de Martil, por ejemplo, del tamaño de Tetuán- las personas encargadas de asegurar la viabilidad del proyecto radiofónico a través de la publicidad hacen un rastreo de la apertura de nuevos comercios y empresas susceptibles de anunciarse. Si, por ejemplo, lo que se inaugura es un centro comercial lo visitarán tan pronto como puedan –pues trabajan en régimen de competencia- para hacer ofertas ‘más o menos individualizadas’ a cada firma comercial instalada en ese centro.

Si nosotros estamos “demasiado lejos” (hablo de nuevo en un sentido estrictamente físico) de los centros económicos ya sean estos locales, comarcales o regionales las personas que busquen esa publicidad tendrán que desplazarse más y, sobre todo, **aportar más argumentos al anunciante potencial en defensa de la rentabilidad de su inversión**, ya que el producto radiofónico que les tratamos de vender ‘les sonará menos’.

Por lo tanto ya estamos sacando en nuestro proyecto de radio otro concepto a tener en cuenta: **presencia**. Aunque el mensaje radiofónico, por sus características físicas sea ‘invisible’ y solo sea audible, la radio como actividad económica que es (aunque sea una radio pública) necesita **alcanzar presencia en su ámbito de emisiones**. Hay muchas formas para conseguirlo y yo os aseguro que las empresas, en España, explotan todas. Luego hablaremos de forma más detenida sobre esto.

Mas cosas a pensar en la elaboración de nuestro proyecto de radio...

Pensad...hemos hablado sobre cuantas horas vamos a emitir, a qué horas vamos a trabajar, cual va a ser la sede de nuestra radio... ¿qué más nos debería preocupar?

Qué elementos necesitamos para emitir. Y no todos serán ‘electrónicos’ aunque sin estos difícilmente llegaremos a ningún oyente. Efectivamente, tendremos que saber diferenciar un **mezclador de micrófonos** de un **reproductor de cd’s**, una **línea microfónica** de una **línea RDSI**. Pero también tendremos que pensar cuanto espacio físico necesitamos según las posibilidades económicas que tengamos para alquilar (que es lo más frecuente) o comprar suelo y **cómo distribuir ese espacio** para que la radio sea un lugar de trabajo planificado de una forma mínimamente racional, sin estrecheces y sin espacios vacíos.

También me voy a extender luego en algunos de estos aspectos.

Mas cosas... **qué cobertura legal van a tener tanto las emisiones de nuestra radio como la actividad empresarial que es paralela**. Como veis la cosa se va complicando... imaginad si alguien os pidiera, por alguna razón, ‘hazme un proyecto para crear una radio’ la cantidad de cosas que hay que llevar al papel, y todo ello sin tocar un solo botón.

Y, sobre todo, algo esencial **qué tipo de producto vamos a ofrecer**. Cuando tengamos claro como es nuestra propuesta comunicativa habitual tendremos respuesta a muchas otras preguntas, cuestiones como estas (y otras)

¿Cuánta gente hace falta para ‘mantener’ la radio? ¿y cuantos de ellos deben trabajar a jornada completa?

¿hacen falta equipos de calle, vehículos, unidades móviles?

¿Necesitamos muchos o pocos discos? (siempre se necesita alguno) ¿Necesitamos herramientas para la producción de programas informativos o nos ‘desentendemos’ de servicios de agencia de texto o de audio? (evidentemente, contratarlos, cuesta dinero) ¿Cuántos ordenadores? ¿Cuántas impresoras, mesas, sillas etc etc etc?

En estas estamos... ahora bien **puede ocurrir que alguien nos pida crear una radio en internet**. Crear una radio en internet supone prescindir de alguno de los pasos anteriores, en especial los referidos a espacio físico y **cobertura legal** ya que en la legislación española se considera legal el uso del *software* necesario para llegar a los oyentes-internautas. **A diferencia de lo que ocurre con el espectro radioeléctrico** la capacidad de las redes de comunicación actuales para transmitir sonidos en la red **no se considera un bien escaso**. Los costes de la radiodifusión a través de internet son los costes establecidos por las empresas que elaboran programas de *streaming* para poder acceder a sus recursos. De modo general se encarecen a medida que aumenta el número de oyentes que pueda soportar el acceso a la radio.

En el caso de que nuestro proyecto de radio a través de internet sea ambicioso deberemos tener en cuenta que en la red el concepto de hora de emisión es **relativo** ya que no todos los oyentes van a escuchar el programa a la hora decidida por nosotros para el inicio de la emisión. (Lo anterior no justifica la impuntualidad de nuestra parrilla, menos aún si la anunciamos a través de una página web)

Os cuento de forma somera como podemos hacer radio a través de internet

Hacer una radio en internet supone poner los **recursos de audio de un ordenador** (habitualmente el reproductor de mp3 y un micrófono) en conexión con **un servidor de radio**.

En los casos más sencillos será necesario, además añadir otro programa adicional (denominado *plug in*) a la herramienta de gestión de audio que tengamos cargada en el ordenador.

Por ejemplo: SHOUTcast ofrece, tal y como vemos aquí, una doble solución gratuita para Winamp y para conectarnos con un servidor (*cast server*) que nos va a permitir a priori tener un número limitado de oyentes (unos cien, creo).

Si descargamos los programas y **si hacemos los ajustes requeridos** los ‘oyentes-internautas’ de esta radio tendrán que direccionarse a [http://\(número de IP\):8000](http://(número de IP):8000) para recibir con un cierto desfase temporal (unos segundos) la música que lancemos a la red o nuestros mensajes de voz. Para hacer las cosas ‘más fáciles’ al internauta, lo lógico será crear una página web que aclare que tipo de radio ofrecemos con un *link* direccionado a esta página [http://\(número de IP\):8000](http://(número de IP):8000). Sabéis que IP es el número de internet que diferencia nuestro acceso al servidor de cualquier otro acceso en el mundo, igual que nuestro número de teléfono nos diferencia de cualquier otro acceso a la red telefónica en cualquier lugar del mundo

Otra **mejora técnica sustancial** para esta radio doméstica es hacer llegar a la herramienta de gestión de audio que utilicemos (por ejemplo el mismo Winamp) una señal mezclada con algún dispositivo de mezcla que puede ser externo al ordenador (una pequeña mesa de sonido) o interno mediante alguna aplicación de control del audio.

Nosotros vamos a **perseverar** en nuestra radio ‘analógica’. Cuando digo analógica estoy pensando en estaciones de frecuencia modulada o de

amplitud modulada que son, aún hoy, gran parte de las existentes en España.

El **futuro** –largamente anunciado- de la radio desplazará estos sistemas de difusión de la señal a favor de otros en los que la **codificación y decodificación de las ondas** será **digital**. Desaparecerá el concepto de ‘dial’ tal y como lo entendemos ahora, especialmente las unidades de frecuencia MHz y KHz. En su lugar se hablará de **canales** de radio digital.

Aumentará la **calidad de la señal** transmitida hasta acercarse a la de un cd, **desaparecerán** las **zonas de sombra** generadas por los parámetros físicos de las actuales ondas electromagnéticas, se podrá **incluir** en el paquete de señales **contenidos visuales** y se podrá, además, tener un *feedback* desde el **receptor del mensaje hacia el emisor** que incluso podrá ser utilizado para la cuantificación de la difusión del mensaje radiofónico (ya que ahora esa cuantificación es, en realidad, aproximada. Se hace mediante el método de **encuesta** y se extraen conclusiones aplicadas al universo de oyentes de radio en España a través de una **muestra representativa**).

Os propongo un método para ir ‘dando forma’ a nuestra radio. No es el común, os lo adelanto. Lo habitual sería comenzar estudiando la rentabilidad económica del proyecto. Pero nosotros somos personas interesadas en la comunicación, nos gusta el medio... vamos a hacer fáciles las cosas comenzando por lo que entiendo que es la columna vertebral de nuestra idea de radio: **la programación**. Lo que decía con anterioridad: vamos a hacer una radio ¿para qué?

Si todos los que estáis en el aula formáis parte de este proyecto imaginado, la verdad es que tendríamos talento para hacer muchas cosas en nuestra radio. Somos uno, dos, tres.... ‘n’ personas. Vamos a hacer una lista con el tipo de programas que se os ocurren. **Imaginad que nos dejan instalarnos en esta área, Tetuán, Martil, N’Diq... Queremos hacer una radio para los marroquíes que habitan esta zona, una radio que hable de las cosas de aquí hecha por personas de aquí**. Y, en principio, que tenga alguna posibilidad de captar publicidad, recordad que la producción de contenidos, cuanto menos **nunca es gratis**. Se abre el debate en esta clase sobre ideas para la creación de esta radio **¿de qué van los programas que proponéis? ¿cómo los describiríais?**

Un ‘magazine’ de tarde, un programa que alterne los discos con la emisión de pequeños reportajes y la realización de entrevistas en estudio o por teléfono. También lo vamos a abrir a la participación de los oyentes, mediante algún tipo de concurso.

Un programa de contenido musical, con el repaso al panorama de la producción musical actual, pop y rock del país y de otros países. Pero como nosotros no tendremos capacidad para llegar hasta las grandes estrellas de la música, ni siquiera por teléfono, crearemos alguna sección dedicada a los movimientos musicales más cercanos. Así podremos tener invitados y, de alguna forma, relación con nuestro entorno.

Podemos crear algo parecido al programa anterior sólo que utilizando los estilos musicales tradicionales en Marruecos y en otros países de la región.

Una ‘agenda cultural’ de una duración determinada (media hora o una hora) que, como es lógico, tendrá que poner el acento en lo local y comarcal ya que vamos a sugerir a los oyentes que hagan ‘algo’ (es decir vean una película de cine, lean un libro, vayan al teatro, etc).

Podemos abrir parcelas al deporte repasando la actividad de los clubes más importantes de nuestra zona de emisión, que supongo que serán los clubes de fútbol.

Otras sugerencias ‘temáticas’, motor, animales domésticos, historia, viajes de leyenda o viajes turísticos, internet nuevas tecnologías con mensajes de los oyentes a través de algún chat, universidad, grupos sociales de cualquier tipo...

Información: Parece ser que está sometida a un fuerte control más tácito que expreso. Dado que nuestra actividad –aún cuando sólo sea imaginada- no puede ser una fuente de problemas legales en éste ámbito hay que limitarse a lo establecido por el entorno, aunque sea de forma ‘oficiosa’. Desconozco en ese sentido si un programa de noticias de ámbito local o comarcal sería o no sería posible

En todo caso, con el ‘material’ que tengamos es necesario ‘ordenar’ las ideas atendiendo a necesidades lógicas

¿se agota el programa? Es decir, ¿tenemos **capacidad de acceder** con facilidad a contenidos lo suficientemente **variados** y además **interesantes** para mantenerlo en antena, al menos durante una temporada?. O ¿nos vamos a repetir?

Lo ideal es tener una **reserva amplia** de contenidos. Si no es así el oyente difícilmente percibirá nuestro mensaje como atractivo ya que inmediatamente se dará cuenta –para entendernos- que se trata del programa “hecho por los tres o cuatro amigos”. **A la hora de ponerse ante un micrófono es sumamente tentador pensar en uno mismo o en su círculo más cercano** (todos lo hemos hecho alguna vez). **No obstante el sentido común dice que hay que pensar en un oyente desconocido para nosotros.**

Por lo tanto, atendiendo a lo anterior habrá que:

hacer un despiece del programa por secciones (si las hay, que es lo común)

enumerar todo lo que consideremos ‘fuente de contenidos’

Libros

Páginas web

Periódicos, revistas y todo tipo de publicaciones

Discos y soportes musicales (desde el vinilo hasta cualquier archivo mp3 que sea útil para nosotros)

Personas

-que **‘hacen antena’** es decir que llevan el peso del programa y se responsabilizan de sus contenidos

-que **colaboran**, aportan puntos de vista, informaciones, dan contenido a una sección determinada del programa... voces a las que no se les ha conferido (por diferentes razones) la responsabilidad de cerrar de forma adecuada los contenidos antes de la emisión o la grabación (**es decir, no son los editores del mensaje radiofónico**).

-que en sí son **fuentes de información** y por lo tanto son susceptibles de ser entrevistadas, en el propio estudio, por teléfono o durante la elaboración de un reportaje, es decir en sus lugares habituales de residencia o trabajo.

Os voy a poner un **ejemplo** que no sería posible aquí aunque sí, desde luego, en la ciudad en la que yo trabajo: un programa sobre **Carnaval**, que –cómo sabéis- es una fiesta popular. Un programa sobre Carnaval se ajustaría bien a este despiece que os he hecho. En él, más que discos se utilizarían grabaciones –generalmente del archivo de la propia emisora- de agrupaciones de carnaval que han pasado por la fiesta en ediciones anteriores y en las que hay miembros que son noticia (un caso que ha ocurrido recientemente es el referido a las agrupaciones del artista

que ha sido nombrado pregonero del Carnaval de 2008, Antonio Martínez Ares)

También se utilizarían numerosas referencias extraídas de internet, alguna documentación periodística (pocos libros, la verdad). Y, lo que más me interesa, hay **múltiples personas**, que son **fuentes de información** porque están dentro de la fiesta. La mayoría son muy accesibles, fáciles de encontrar en sus puestos de trabajo o en sus entornos habituales. Son también accesibles en el sentido de estar dispuestas a hablar de una actividad de ocio sumamente atractiva para ellas, hasta el punto de decir en lo que ya se ha convertido en una expresión de ámbito local que ‘mueren por el Carnaval’.

Obviamente, **algunos** de ellos pueden **convertirse en colaboradores**. Todas las emisoras de radio de Cádiz que retransmitan las sesiones del concurso local de agrupaciones de Carnaval precisan de colaboradores ya que un solo locutor no puede ‘llevar el peso’ de un programa tan largo: no sólo resultaría fatigoso para el profesional, el oyente también se ‘fatigaría’ al oír demasiado tiempo la misma voz contando lo que ocurre en el desarrollo del concurso. **La variedad es un valor permanente en la comunicación radiofónica y en la comunicación audiovisual, no lo olvidéis nunca.**

Más cuestiones sobre nuestras propuestas de programas que nos deben mover cuanto menos hacia una reflexión...

¿**Cuántas personas** son **necesarias** para la producción y la puesta en antena (sea ésta en directo o a través de una grabación)? Ciertamente aquí somos muchos por lo que podríamos tener locutores, productores, técnicos de sonido, comerciales, reporteros...

Normalmente las características fundamentales de la actividad económica contemporánea (**reducción al máximo de los gastos obtención del mayor beneficio económico posible**) provoca que la radio se haga en **régimen de escasez** tanto de personas como de medios técnicos.

Lo anterior, obviamente, no impide que se haga una **reflexión lo más racional posible** acerca de cuantas personas son necesarias para ofrecer un producto radiofónico de **alta calidad**. De poco servirá una radio que cueste muy poquito pero que ofrezca a todas las horas (aunque sean pocas las horas de emisión) la voz de una única persona por muy cualificada que esté. Parecería un monólogo en las ondas (recordad, en este sentido, lo que

decíamos sobre la **diversidad** en el mensaje que afecta a los contenidos y al propio ‘envoltorio’ del mensaje, es decir a la voz)

¿qué medios técnicos necesitaremos? Al igual que en el apartado anterior, respondo que idealmente todos los que podamos tener, que siempre serán pocos. En el mundo real no solo será necesario racionalizar el número de herramientas; salvo excepciones de las que se pueden sentir orgullosos quienes las hayan vivido trabajaremos en situación de **escasez**.

Partiendo de esta consideración general el sentido común hace el resto. Me explico: una **conexión telefónica** en el estudio nos permite contar con la **participación del oyente** del programa, conocer su opinión y también **solicitarle información** acerca de algo que está ocurriendo y de lo que ese oyente es testigo. Una **conexión a internet** nos permite abrir una cuenta de correo electrónico. De este modo **podremos recibir comunicaciones desde el exterior** e incluso podremos resumir en antena las intervenciones que se sucedan en un *chat*.

El **trabajo radiofónico en el exterior** (porque hemos decidido interactuar con nuestro entorno de forma amplia y constante, pero también podríamos haber decidido presentar discos de música y, de este modo, no ‘pisar la calle’) requerirá **soportes para la grabación**, más rudimentarios como son las cintas de *casette* o más avanzados como son los grabadores de estado sólido con tarjetas informáticas. Podrá requerir, o no, un **vehículo**, una **unidad móvil** que a su vez podrá estar o no preparada para efectuar transmisiones en directo porque se ha instalado en ella un pequeño transmisor con alcance suficiente hasta el receptor que tendremos en la sede de nuestra radio.

Bueno, como veis son múltiples posibilidades y a mí –que soy el profesor– no me gustaría que esta clase se quedara en una enumeración sin más. Vamos a acotar en algún sentido. Mirad esta lista que os propongo

5 redactores (personas con competencias suficientes para hacer radio. Es decir, no incluyo a técnicos)

6 grabadoras de *casette*

Muchas cintas vírgenes y unas cuantas pilas alcalinas

2 grabadores mini *disc* (mini *disc* de reportajes)

3 ordenadores de mesa, conectados a una impresora compartida

Al menos uno de ellos –ahora es fácil conectarlos entre sí en red– conectado a internet.

Y ahora que lo pienso, al menos cinco micrófonos debidamente preparados por si los cinco redactores están al mismo tiempo en la calle buscando noticias o grabando reportajes

Bueno... con esto, que es más de lo que yo tengo (en recursos humanos) en mi puesto de trabajo, se podrían hacer diariamente (de lunes a viernes) muchas programaciones. Incluso de lunes a domingo... Es decir, son **múltiples las posibilidades abiertas** partiendo de la idea de que esas cinco personas 'tienen ganas de trabajar'.e ideas para buscar contenidos de interés.

La **productividad** de esos medios técnicos y humanos estimo que da para hacer (insisto, a modo de ejemplo)

Un programa amplio, de unos 90-120 minutos de duración, de entretenimiento

Otras cuatro o cinco piezas temáticas de unos 30 minutos (lo que decía antes sobre motor, deporte, música, etc)

Espacios informativos a primera hora de la mañana, al mediodía o al final de la tarde.

Un caso real: Donde yo trabajo tres personas "llevan" dos horas y veinticinco minutos de radio, generalmente hecha en directo. Una se encarga de un programa *magazine* que dura 65 minutos aproximadamente. Por las tardes avanza la producción o la grabación de contenidos para ese programa.

Otra asume la edición de 55 minutos diarios de deportes (a lo que se suman las transmisiones de fútbol del fin de semana) Y yo me responsabilizo de 10 minutos de información por la mañana y 15 al mediodía. Sumadlo para obtener el tiempo que os he dado.

¿Cuál es la idea fundamental de lo que estoy exponiendo? Quedaros con que **no existen fórmulas** sobre **productividad en la producción radiofónica**. Más bien, lo que en la radio local de España ha funcionado es el sistema de reconversiones sucesivas cuando se ha comprobado que una persona podría hacer de la misma forma el trabajo de dos. Aunque el número de emisoras haya aumentado la radio como medio de comunicación generaba más empleo en los años 80 que ahora.

Un ejemplo de lo que os estoy diciendo es la desaparición del empleo de técnico de sonido en algunas estaciones de la misma forma en la que, con el tiempo se ha amortizado el puesto de locutor.

Quedaros también –me interesa mucho- con algunas de las **características** que tiene la **producción de contenidos** para la radio: Es **constante, ágil**. Tiende a aplicar **procedimientos comunes** a **horas comunes** de la jornada laboral. Es un **trabajo** que se hace **con rapidez** aunque no por ello de forma **irreflexiva** ni **tampoco estresante**.

El tiempo es una magnitud física muy apreciada en la radio. Está claro que no se pueden perder dos horas en el planteamiento de la producción del programa del día, en la toma de las primeras decisiones. No siempre descuelgan los teléfonos las personas que estamos buscando para ser entrevistadas o no siempre vemos claros los asuntos que ‘cuadran’ mejor en el programa que estamos preparando. El trabajo a la hora de construir mensajes radiofónicos requiere una **cierta destreza** para encontrar caminos alternativos que permitan sortear las dificultades.

Os puedo decir que el **tiempo necesario** para alcanzar un **grado de seguridad razonable** en el día a día de la radio es la **dificultad más grande** a la que se enfrentan los que se inician en el medio. Si no asimilan la convivencia con esta dificultad llegan a percibir este trabajo como insostenible por la tensión con la que experimentan la apertura del micrófono. En algunas ocasiones una dirección de empresa de perfil autoritario o inclinada a criticar de forma desproporcionada las deficiencias detectadas (e incluso los aciertos) favorece la retirada anticipada de la actividad de profesionales potencialmente valiosos.

En resumen: **poner en marcha una radio desde el punto de vista de las personas que van a ‘mantener viva’ esa radio a través de una programación diaria** requiere reflexionar antes sobre la capacidad real ya sea por número de horas que vamos a dedicar a la labor, por conocimientos de nuestro entorno por los medios que vamos a tener y el lugar en el que vamos a trabajar... para mantener una actividad continua, reglada bajo horarios y orientada a alcanzar la sostenibilidad económica así como una cierta presencia social.

Tened en cuenta que nosotros hemos hecho **el nivel de análisis más básico**. En otras palabras, que con frecuencia el día a día en una radio por poca programación que se emita suele ser más complicado. Por ejemplo, puede ser útil hacer una cierta previsión entre lo que prevemos **emitir en directo** y lo que prevemos **grabar**.

Grabar, como mínimo, supone ocupar durante un cierto tiempo unas instalaciones que pueden ser requeridas para nuestros directos. Supone también un

compromiso de tener el material sonoro listo para emisión antes de un día y de una hora determinada.

Para que os hagáis una idea de cómo se puede llegar a complicar la planificación del trabajo os muestro el resultado de mi experiencia durante este año en Manila **tal y como las mismas personas que hacían esa radio convinieron elaborarla**. Como ellos se expresan en inglés denominaron a esta forma de ordenar el trabajo *Operating cycle* (Ciclo de operaciones) y *Flow chart* (diagrama de flujo).

El sistema ordena en el tiempo los siguientes procesos

La escritura de un guión de radio en inglés (*radio script*)

La traducción del guión al español (*translation*)

La corrección y depuración de los errores (*quality control*)

La grabación de programa (*tape recording*)

El envío del material grabado a las emisoras que tienen el compromiso de emitirlo (*shipping to radio stations*)

No es nada frecuente en el trabajo en radio la elaboración de diagramas de flujo como este. Sin embargo he de decir que se reveló como un instrumento de una gran utilidad en un equipo formado esencialmente por ocho personas y dos coordinadores. En este caso contábamos con la tarea excepcional de traducir el material escrito.

El guión

Antes de seguir avanzando por otras cuestiones y ya que lo hemos mencionado en esta clase me gustaría dedicar algunos minutos al **guión de radio**.

La palabra procede del verbo guiar. Efectivamente el guión de un programa de radio es **la información –habitualmente en soporte papel aunque en las emisoras más modernas lo podemos encontrar en la pantalla de un ordenador- que permite conocer a todos los que intervienen en un programa de radio lo que va a suceder durante la emisión o la grabación**.

¿quiere decir lo anterior que el guión debe recoger las palabras que va a decir en antena un oyente al que hemos llamado o que nos ha llamado? Evidentemente, no. Pero sí que tendrá que recoger que en un momento dado del programa que hay que llamar por teléfono a una persona con indicaciones claras del nombre y al menos un apellido de esa persona, la ocupación que justifica esa llamada (por ejemplo, entrenador del equipo 'X', dueño del comercio 'Y') y el número en el que debe ser localizado.

Como podréis imaginar el guión tiene indicaciones 'técnicas' que ambas partes deben saber interpretar adecuadamente. Con todo hay acciones que en un momento dado pueden 'suplir' la falta de concreción del guión

Las señas entre el locutor/los locutores y el técnico de sonido

El uso de una comunicación interna denominada usualmente *talk back* (literalmente, 'responder' o 'contestar') que permite hablar a las dos partes en el estudio sin que esa conversación salga a antena. El locutor escucha al técnico por auriculares o –posible, también- por los altavoces del estudio respondiendo a través del micrófono

¿Cómo podemos hacer un guión de radio?

Se supone que cuando hacemos el guión tenemos ya todo el material que necesitamos, documentación, música, efectos, grabaciones de todo tipo, números de teléfonos si se llama a alguien, concreción sobre las conexiones que se hagan con el exterior, persona que va a estar en ese punto, forma mediante la que ésta transmite su sonido, etc etc etc. **Se deberían tener todas las ideas 'claras'** aunque en radio no siempre sea lo habitual, especialmente en los informativos.

En el encabezamiento del guión –**recordad que es un documento hecho para evitar confusiones, no para favorecerlas**- es común poner la fecha, el nombre del programa, el número de edición (si se utiliza), la fecha de emisión (si es grabado) y las frecuencias o estaciones por las que va a ser emitido, caso de que haya más de una.

A partir de este punto se suele trabajar sobre el papel en dos columnas, izquierda y derecha.

La de la izquierda es más estrecha que la de la derecha. A la izquierda pondremos las informaciones técnicas. La columna de la derecha recoge el enunciado literal de aquello que va a ser leído. **La información se pone a**

la misma altura en ambas columnas. De esta forma se puede saber que en un momento determinado del programa ‘ocurre’ algo (suena un disco, hay una llamada de teléfono, etc).

No hemos hablado aún de esto pero la secuencia habitual de trabajo será buscar los contenidos que vamos a incluir en la columna derecha del guión, una vez que tenemos ‘claros’ los temas de nuestro programa. A partir de ahí, les damos una redacción ‘radiofónica’ El último paso es anotar las cuestiones ‘técnicas’, es decir, decidir donde va una música, dónde va un bloque grabado, etc, etc, etc. Ya, como imagino que véis **estamos poco a poco dando forma a aquello que queremos hacer**

Vamos a ocuparnos desde este momento de las cosas que, en la radio, son tangibles y también son esenciales a la hora de iniciar una actividad de estas características. Es, por otro lado aquello que más suele llamar la atención a quienes piensan algún día dedicarse a esto.

¿Cómo es una radio ‘por dentro’?

Nosotros seguimos avanzando en nuestro proyecto fundador de emisoras de radio. **Salvo la excepción que mencionaba antes para internet** (que, ciertamente, es una radio que podemos concebir como doméstica aunque si la hacemos desde casa difícilmente podrán pasar por los ‘estudios’ invitados) está claro que necesitaremos instalarnos en algún sitio que convertiremos inmediatamente en **centro de trabajo**.

Es decir, necesitamos un lugar que reúna los requisitos **mínimos** para garantizar la producción de contenidos de radio. En puro análisis de costes la radio tiene una gran ventaja sobre la TV: no muestra estudios ante un grupo de tres o más cámaras que deben transmitir siempre que puedan sensación de amplitud, **no requiere** por lo tanto **grandes superficies**. Por ello –y también en lo referido a equipamiento- **no es cara**. (Tal y como decía respecto a la producción de programas, tampoco es gratis)

En el local, sede de la radio haremos una **distribución** del espacio racional orientada a nuestro fin que debe ser –insisto- una ocupación laboral. Mirad, ni yo ni nadie puede hacer el análisis caso por caso y mucho menos juzgar si la radio está “bien” o está “mal” distribuida. Yo os voy a contar lo que considero lógico que además coincide, porque os lo voy a enseñar, con mi entorno habitual de trabajo.

Lo que más espacio requiere es la **redacción**. En una redacción se elaboran noticias y también se escriben todos los contenidos que nuestra radio va a “consumir” en un día normal, sean o no sean noticias. Es, para entendernos, la ‘cocina’. O el ‘corazón’ del medio, si la radio está viva, la redacción funciona a pleno rendimiento. Y viceversa.

El lugar asignado a la redacción deberá contar con el **suficiente espacio físico** para instalar mesas **de trabajo** y sillas. Es bastante inteligente diseñar una instalación eléctrica adecuada; cada vez se enchufan más aparatos. También es aconsejable que hay espacio para moverse sin avasallar a los compañeros. Por el contrario no es una buena elección separarla de la zona de emisiones por escaleras aunque si me preguntáis si yo lo he visto os digo, sí.

A partir de este punto el trabajo como fundadores de una emisora de radio consistiría –al menos en lo referido a la redacción- en elaborar una ‘lista’. En realidad es más adecuado hablar de un **proyecto**. Pero la parte central de ese proyecto será la cuantificación de las necesidades materiales para lo que queremos hacer ¿o no? Es decir (de nuevo es un ejemplo) cuatro mesas, cuatro sillas, cuatro cajoneras, “n” ordenadores, una impresora, un fax, etc, etc, etc...

Lo habitual –y lo que ya excede de mis capacidades profesionales por lo que no es tampoco el fin de este taller- es incorporar a lo anterior proyectos normalizados elaborados por profesionales de instalación de los elementos esenciales: electricidad, conexiones de red, iluminación, agua corriente... A su vez eso requiere el trabajo previo de contratar el suministro de todos esos servicios y obtener el alta como usuario.

A estas alturas podéis pensar que difícilmente llegareis a ver algo de eso aquí. No todos los proyectos radiofónicos nacen ‘siendo grandes’. Os voy a mostrar ahora como era la redacción que ‘fundé’ como delegado del proyecto ‘*Radyo Manila*’ en el *Bureau of Broadcast Service* de *Quezon City*.

Lo ideal es que desde el **área de redacción** se tenga un acceso rápido a:

El área de emisión

Administración y dirección

Área comercial. De hecho **es frecuente** que los comerciales, con su espacio para trabajar, mesas, pantallas, etc **formen parte de la redacción.**

Respecto al área de emisiones destaco los siguientes trazos gruesos...

Estamos hablando de las **salas** en las que proyectaremos todos los **mensajes** que hemos preparado con el propósito de que **sean captados** por un **sistema de microfonía** para **emisión** en directo o para **grabación**. La denominación usual que la radio comparte con la producción musical es la de **estudios.**

Ahora bien ¿cuantos estudios necesita una radio? En buena lógica si nuestra **radio nace para abastecer de programación** a otras radios con otros ámbitos más reducidos de emisión (sería el caso, por ejemplo, de una radio establecida en Rabat que emite para otras estaciones situadas en las principales ciudades de Marruecos) **necesitaremos varios estudios** que nos permitan simultanear esta tarea con la preparación de nuestros propios contenidos emitidos (recordad) en las **desconexiones de cadena** que, antes o después, llegarán.

Yo estoy en Rabat. A la una del mediodía acaba el programa que se puede sintonizar no sólo en Rabat, también en Casablanca, en Marrakech, en Fez y, por supuesto también en Tetuán.

Eso quiere decir que a la una del mediodía comienza el programa que yo hago solamente para los oyentes de Rabat. A la misma hora comenzará otro programa diferente para Casablanca, otro para Marrakech, otro para Fez y, por supuesto, otro también para Tetuán... A la una de la tarde comienza MI programa ¿qué hago?

Si sólo tengo un estudio tengo que esperar a que el del programa anterior se despida de los oyentes, se levante de la silla, recoja sus cosas y salga del estudio. Habitualmente sonará un disco mientras hace todas esas operaciones. Pero como YO no he podido grabar nada tendré que preparar todos los elementos para hacer un programa que además no me importará hacer EN DIRECTO porque al estar el único estudio disponible 'cautivo' con el programa de cadena no hay material grabado. Por lo tanto entro con todos los elementos de producción necesarios (guiones, música.. todo lo que haga falta)

De esta forma **la continuidad radiofónica se resiente.** Resulta que a lo mejor hay que poner dos discos en vez de uno. O eso, o hay prisas para desocupar y volver a ocupar el estudio rasgo que tampoco garantiza buenos

resultados. **La transferencia de la continuidad a otro estudio diferente hubiera sido más sensato.**

Podéis pensar –y con toda la razón además- que este es un ejemplo muy sencillo. Pero mi experiencia personal me dice que incluso en cosas tan evidentes como ésta no siempre las cadenas, a la hora de decidir los elementos de una programación tienen en cuenta los tiempos necesarios para, al menos, hacer operaciones con los ordenadores antes de comenzar la emisión de un nuevo programa. **De esta forma, en ocasiones es necesario programar la emisión desde el estudio central de un número (generalmente reducido) de mensajes publicitarios llamados ‘cuñas’ para dar tiempo suficiente para la preparación de los ordenadores en el resto de las emisoras unidas a esa cadena.**

En este caso que estamos comentando, si hubiésemos tenido un estudio preparado para hacer grabaciones hubiéramos podido iniciar nuestro programa de la una de la tarde con una parte del producto radiofónico grabada. Debo decir que en estos pasajes grabados lo habitual es ‘engañar’ al oyente ofreciéndole un mensaje con apariencia sólida de espontaneidad, especialmente al comienzo y al final de la grabación, es decir en el **enlace de salida** y en el **enlace de entrada** con los intervalos de emisión en vivo.

Dicha apariencia de mensaje recién creado con las voces de los que intervienen en él está **fuertemente condicionada** por la **calidad** de los soportes y de los equipos utilizados en la grabación. Lo que quiero decir es que si utilizamos una cinta de *casette* con una grabadora portátil por mucho que nos esforcemos en cuanto a la espontaneidad se notará que lo que emitimos está ‘enlatado’. (Y se notará del todo si además hay algún fallo técnico con la cinta de modo que la conversación ‘normal’ se transforme en un inesperado-onomatopeya característica- en los oídos del oyente del programa).

En la **radio local y comarcal** –que es el ámbito en el que yo me muevo- lo habitual es que el **área de emisión** esté formada por los siguientes espacios:

Un locutorio o **estudio de emisiones** en directo.

Una sala de control de dichas emisiones. Se puede describir también como **sala de continuidad** ya que se encuentra preparada técnicamente para que la emisión no se interrumpa nunca haya o no haya personal trabajando en la emisora.

Una sala equipada para hacer grabaciones y también para el uso como **control alternativo** en caso de que, por cualquier razón no sea posible el uso del control principal.

De hecho este segundo control es tan ‘alternativo’ al primero que suele tener una ventana de cristal al estudio (denominada en la jerga de la profesión ‘pecera’) situada en el lado opuesto a la ventana del control principal. De esta forma, **lo habitual es contar con un locutorio dotado con dos controles de sonido. Según convenga se utilizará uno u otro** (bien porque se emite en directo por lo que el sonido va hacia el control de continuidad, bien porque se realiza una grabación mientras se emite otra programación, grabada o de cadena)

En ocasiones se contempla también la existencia de al menos dos **cabinas de grabación**. Se trata de pequeñas habitaciones dotadas de línea telefónica, teléfono y los aparatos necesarios para que los empleados de la radio realicen las grabaciones de sonido que precisen para sus programas. Estimo que son salas a **extinguir** como espacios físicos diferenciados del resto de estancias ya que la **integración de procesos** que permiten los **ordenadores** hace innecesaria la construcción de estas cabinas.

De la misma forma en que os comenté en el caso de la redacción el **diseño** de cada uno de estos espacios requeriría los correspondientes **proyectos de ingeniería** que –entre otras muchas ventajas- evitarán por ejemplo que los cables y los enchufes estén ‘suelos’ por el suelo, que las paredes tengan un cierto aislamiento acústico y que los equipos estén emplazados en superficies seguras, diseñadas expresamente para ese fin (y no sobre la balda de una estantería, por ejemplo).

Hace 13 meses, en octubre y noviembre del año pasado en la Asociación de la Prensa de Cádiz impartimos un taller de radio a personas procedentes de esta región de Marruecos. Como no tenemos en plantilla a ingenieros –que yo sepa- y, sobre todo, como se trataba de un taller de unas semanas de duración pudimos montar un pequeño estudio de radio en una habitación sin uso de la sede.

Aquella radio tenía todo lo necesario para **grabar** los programas. Lo que **no tenía** era equipos para **emitirlos**. En aquella habitación, en torno a una mesa alargada dispusimos los micrófonos, los auriculares, unas pantallas de sonido que permitían escuchar el resultado así como los equipos mínimos imprescindibles para registrar el sonido, mezclarlo de la forma adecuada y editarlo con la ayuda de programa de ordenador.

No tengo fotos para apoyarme, os cuento esto para recordaros –de nuevo– que no todos los proyectos nacen siendo grandes aunque mi obligación como profesor es contaros la forma de trabajar más **segura** y más **razonable**, (también estimo que más **digna** para el trabajador) que evidentemente no tiene por qué ser la que esté al alcance de las radios –o los proyectos de radio- más modestos.

De la misma forma en que si somos médicos los procedimientos de trabajo no cambian así trabajemos con un botiquín de primeros auxilios o en una ambulancia así estemos en el quirófano mejor equipado que nos podamos imaginar ¿no? las situaciones que acompañan a una radio o a un solo programa de radio pueden ser muy variopintas, os aseguro que los **procedimientos de trabajo** también serán los mismos y son, a mi juicio, los que deben ser enseñados.

Difícilmente desde aquí podré deciros cómo van a ser las ‘radios’ por las que os mováis si llegáis a dedicaros a esto como forma de vida. Me contento con transmitir las ideas que, en ese caso, tendríais que adaptar a una realidad cambiante en el espacio (de caso a caso, de radio a radio) y en el tiempo.

¿En el tiempo? Sí, amigos. También en el tiempo. Las emisoras que ahora mismo se están montando tienen algunas diferencias en el área de emisiones respecto a lo que era habitual hace cuatro o cinco años.

-Web 2.0. **Internet entra en el locutorio** a través de pantallas con teclado y ratón. Esto permite a la persona encargada del programa **extraer de la realidad** cuantos datos precise para su emisión y sea capaz de encontrar en la red, desde una noticia de última hora hasta el título de un libro pasando por el desarrollo de cualquier acontecimiento que alguien haya decidido transmitir a través de la red (**y cada vez son más**, especialmente eventos de los que se desea lograr la máxima proyección pública, por ejemplo, determinados actos institucionales o la programación en directo de canales de TV). También se alcanza la interacción más eficaz con los oyentes mediante productos de la red como el *chat*, la mensajería instantánea y los *blogs*.

La misma presencia (de la red) se alcanza en las salas de control **facilitando así el trabajo de producción** de contenidos radiofónicos.

Además este mismo sistema **evita la impresión de contenidos o de guiones** con el ahorro que ello supone. Quienes sean usuarios del sistema deberán valorar la conveniencia de elaborar **copias de seguridad** por si se

produce una pérdida irreversible de datos minutos antes de una emisión en directo.

-Relevo tecnológico. En las salas de control **el equipo de mezcla de sonido y el ordenador**, ya ‘fusionados’ incluso en su apariencia visual, asumen todas las funciones que antes realizaban equipos electrónicos diversos y en muchas ocasiones duplicados. Por ejemplo, dos platos giradiscos, dos magnetófonos ‘Revox’, dos pletinas de *casette*, dos reproductores de Cd’s, dos reproductores de *minidisc*... hasta hace no tantos años, los controles de sonido se disponían en forma de ‘U’ en la que el técnico tenía que pasar entre una pareja de platos giradiscos y una pareja de magnetófonos.

Hoy todo eso es Historia de la Radiodifusión (aunque en algunos casos aún sea presente), el **sonido** grabado en exteriores recibe **un tratamiento digital** desde el primer momento, ya entra en la emisora convertido en un archivo informático (usualmente almacenado en una tarjeta parecida a las tarjetas que son soporte de las fotografías en las cámaras). Lo que se hace es:

Transferirlo de un equipo portátil (de exteriores) a un ordenador de estudio

Editarlo a voluntad del responsable del programa

Almacenar el resultado de la edición en un dispositivo de memoria que puede ser disparado en el momento preciso con un simple click de ratón sobre el icono adecuado.

El resultado visible es el de salas de control del sonido, más ‘limpias’ o menos cargadas de máquinas. En ella el operador del equipo puede, moviendo los controles de la mesa y manipulando los elementos contenidos en una memoria informática compartida con el resto de la redacción garantizar la correcta emisión del programa sin necesidad de manipular otros aparatos.

Estimo que la tecnología del sonido aplicada a la emisión de programas de radio se encuentra en evolución. Ante tales cambios, como profesor del taller he reflexionado al llegar a este punto sobre la conveniencia de, al menos, enunciar las descripciones habituales de los recursos tecnológicos denominados hasta ahora **de baja frecuencia**. Diréis... ¿esto de baja frecuencia qué es? El **control técnico de baja frecuencia** es el control de

las emisiones de la radio, de lo que entra en la mesa de sonido, para entendernos

De esta forma se ha diferenciado del **control de alta frecuencia** referido, en este caso a las operaciones técnicas hechas en los emisores o en los repetidores sobre **señales más complejas** caracterizadas por la **modulación** de al menos uno de sus parámetros físicos (usualmente la amplitud o la frecuencia).

No obstante al ser una realidad que –si hacéis programas de radio- imagino encontraréis aún allí donde vayáis (ese sería el caso del lugar dónde yo trabajo) voy a dedicar algunos minutos de la clase a los componentes más característicos, al menos que ‘os suene’ –nunca mejor dicho- cual es la utilidad y las posibilidades de uso de cada uno.

La mesa de sonido

Es el lugar donde convergen todas las señales de audio que estemos utilizando. Es un símil bastante aproximado pero, podemos decir que la mesa es el **cerebro** de la emisora ya que, de alguna forma responde a lo que aquello que le llega dando –técnicamente- la respuesta adecuada.

La salida de la mesa de sonido (también denominada por algunos técnicos, **consola**) es una señal de audio que para nosotros, que somos oyentes, es un mensaje sonoro que podemos descodificar para entenderlo (en otras palabras, tiene elementos como la continuidad, la inteligibilidad, la secuencia lógica de contenidos o la superposición de sonidos en lo que los teóricos “clásicos” de la segunda mitad del siglo XX definían como **planos sonoros**)

Es común en las emisoras locales que si, por cualquier razón la mesa deja de funcionar la **emisora deja de sintonizarse**. Son, por lo tanto, equipos preparados para trabajar durante periodos de tiempo muy prolongados – años- . Si saltan los interruptores magnetotérmicos de la emisora alguien tendrá que acudir para “bajarlos” o perderemos de lo contrario oyentes y presencia.

En las mesas de sonido la materia que trabajamos, que es el sonido, se distribuye en **canales de audio**.