

LA SINGULARIDAD FRENTE A LA HOMOGENEIDAD EN LA RADIO CONVENCIONAL ESPAÑOLA

Autora: Maria Gutiérrez García

Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat

Universitat Autònoma de Barcelona

Introducción.

Desde hace unas cuantas temporadas, la homogeneidad es la característica que parece definir mejor la oferta programática de la radio convencional española. Esta estrategia se refleja en los altos porcentajes de presencia que alcanzan fundamentalmente tres géneros programáticos, información, infoentretenimiento y deporte, en el conjunto de la parrilla de las principales emisoras españolas con programación generalista (COPE, Onda Cero, Punto Radio, RNE-Radio 1 y SER). Sin embargo, una observación más detallada puede permitir detectar aquellos trazos característicos propios que dotan a cada índice de programación de una cierta singularidad.

Para la elaboración de esta comunicación, se ha tomado como referencia la temporada radiofónica 2006-07 y como punto de recepción la ciudad de Barcelona. El primero de estos parámetros permite obtener una fotografía puntual de la oferta general, mientras que gracias al segundo puede apreciarse la incidencia de la programación en desconexión desde la perspectiva homogeneidad/singularidad. Al respecto, hay que señalar que una misma cadena ha podido acordar con sus centros de producción local diferentes tipos de convenios, lo que daría lugar a distintas propuestas. En este caso, además, la disponibilidad de una frecuencia en OM y FM, como es el caso de algunas cadenas en Barcelona, permite construir parrillas de programación diferenciadas.

Antes de avanzar en la exposición de los datos, es preciso aclarar que la singularidad es entendida como el conjunto de factores que marcan diferencias entre las distintas propuestas programáticas. Desde esta perspectiva, se ha trabajado en el ámbito de los géneros programáticos pero también desde las temáticas especializadas. El objetivo principal ha sido constatar el cómo se gestionan este tipo de productos a nivel de presencia y contenidos, ya que la variedad de géneros y la profundización de forma

especializada en ciertas temáticas no entra en contradicción la búsqueda de audiencias heterogéneas, principio que rige el diseño de las programaciones generalistas.

El perfil de la programación: los géneros fundamentales.

En el análisis de la oferta, que temporada a temporada, presentan las cadenas radiofónicas con programación generalista convergen elementos como los géneros programáticos, los formatos y temáticas, además de la ubicación horaria de los programas y su frecuencia de emisión. El cruce de todos ellos acaba plasmado en una organización continuada de contenidos que evidencia la idiosincrasia de cada emisora, que es al tiempo reforzada por su plantel de *estrellas*¹.

Sin embargo, y pese a todos estos condicionantes, se acaban aplicando mayoritariamente estrategias que resaltan más la homogeneidad entre la oferta que la singularidad propia de cada cadena. Tanto es así que, en la actualidad, una programación generalista debe incorporar como géneros fundamentales información (IN), infoentretenimiento (IN/EN) y deporte (DE). Esta tendencia viene reflejándose desde hace varias temporadas en el significativo porcentaje de presencia que todos ellos alcanzan en las parrillas de las principales cadenas españolas, aunque en el siguiente cuadro tan sólo muestre la situación de la edición 2006-2007.

Radios generalistas de ámbito estatal: géneros programáticos principales. Temporada 2006-2007					
		IN	IN/EN	DE	Otros géneros
COPE	OM	31,9	23,4	26	18,7
	FM	46,8	20,2	15,9	17,1
Onda Cero	OM	42,4	34,1	13,9	9,6
	FM	42,4	28,6	16,6	12,4
Onda Rambla Punto Radio		45,2	40	12,2	2,6
RNE 1		48,4	31,2	9,8	10,6
SER	OM	41	31,2	16,7	11,1
	FM	37,5	32,9	19,7	9,9

Fuente: Elaboración propia (% sobre el total de la semana)

En tanto que los géneros programáticos información, infoentretenimiento y deporte ocupan entre el 80% y el 90% del total de la oferta, la singularidad representada por el

¹ Las estrellas radiofónicas dirigen y presentan los programas más competitivos de las emisoras.

ítem otros géneros queda reducida a un porcentaje medio de 11,5% en el conjunto de la semana. Esta situación no varía significativamente si los datos son observados desde la variable período de emisión, ya que el predominio de los que podrían denominarse géneros fundamentales se mantiene. Pese a ello, se constata que la distancia entre estos y el grupo de géneros minoritarios varía en cada estación en función de si la emisión es diaria o de fin de semana.

Radios generalistas de ámbito estatal: distribución de géneros en función del período de emisión					
Temporada 2006-2007					
		Emisión Diaria		Emisión Fin de Semana	
		Géneros fundamentales	Otros géneros	Géneros fundamentales	Otros géneros
COPE	OM	80,0	20,0	85,0	15,0
	FM	85,1	14,9	77,5	22,5
Onda Cero	OM	88,5	11,5	95,2	4,8
	FM	86,2	13,8	91,4	8,6
Onda Rambla Punto Radio		100	-	90,6	9,4
RNE- Radio 1		89,4	10,6	89,5	10,5
SER	OM	87,3	12,7	92,4	7,6
	FM	89,1	10,9	92,4	7,6

Fuente: Elaboración propia (%sobre el total de cada período)

Es, quizás, el incremento de contenidos deportivos el fin de semana una de las principales causas² de la mengua en el porcentaje de presencia de los otros géneros. Esta tendencia se verifica en la oferta de las cadenas Onda Cero y la SER, en ambas frecuencias, y COPE OM. Por el contrario, en COPE FM se detecta un incremento de 7,6 puntos que sustancialmente beneficia a los contenidos de carácter religioso. La excepción está representada por Onda Rambla Punto Radio (ORPR) que reserva menos de un 10% a otros géneros y RNE-Radio 1 que mantiene el equilibrio entre la oferta diaria y la del fin de semana.

Los otros géneros: un espacio para la singularidad.

La programación convencional, también conocida como generalista, debería resultar de la combinación de contenidos de diversa índole y pluralidad de formas para cubrir, así, las expectativas de una audiencia heterogénea. Sin embargo, la consolidación del submodelo de bloque en la mayor parte de la semana radiofónica ha derivado en una

² En ocasiones, el programador opta también por incorporar un nuevo producto de cualquiera de los géneros fundamentales lo que va en detrimento de los géneros de menor impacto.

serie de efectos que han incidido negativamente en los géneros programáticos de menor impacto en la parrilla.

En primer lugar, se ha reforzado la simbiosis franja horaria/género por lo que el magazín y la variedad de asuntos, estructurados en secciones, dominan buena parte de la oferta. De este modo, se suele trabajar mayoritariamente con la información, el infoentretenimiento y el deporte. En segundo lugar, aquellos contenidos que se dirigen a públicos más concretos y que se articulan, dadas sus características, desde otro tipo de géneros han quedado relegados en el conjunto de la oferta. Pese a ello, en realidad, son éstos los que marcan las diferencias entre las programaciones. Estos pueden fluctuar de temporada a temporada, es decir, pueden aparecer y desaparecer de una parrilla sin ninguna razón concreta para ello³.

En la temporada objeto de esta comunicación, los géneros que menos inciden tienen en la parrilla de programación son:

- **Humor (HU):** se trata de propuestas de carácter divertido que pueden profundizar en la actualidad pero también en la vida cotidiana.
- **Música (MU):** así se han definido aquellos programas cuyo principal contenido es la música.
- **Participación (PA):** en este tipo de proposiciones la colaboración activa del público es imprescindible. De hecho, es el eje conductor del programa.
- **Cultura (CU):** el contenido define estos programas, por ejemplo literatura, cine, artes plásticas, etc.
- **Entretenimiento (EN):** su único objetivo es entretener.
- **Religión (RE):** se consideran como tales desde los oficios religiosos hasta programas que debaten temáticas de índole religioso.

El análisis de la programación evidencia que la mayoría de estos acaba desarrollándose en la parrilla en forma de un único producto, que por lo general ocupa horarios de escaso interés para la audiencia. Además su ubicación determina, en parte, también su duración ya que si ocupa, por ejemplo, la franja de la madrugada puede sobrepasar la

³ Por ejemplo, el género programático Juvenil ha acabado por desaparecer de las parrillas de programación. Obviamente, éste buscaba atender las necesidades y expectativas de adolescentes y jóvenes ofreciéndoles música e información con un estilo próximo a este segmento de audiencia.

clásica hora de programa, mientras que si está situado entre dos macroprogramas, su duración puede llegar a ser de media hora, por lo que puede pasar desapercibido,

Géneros minoritarios: Índice de presencia en las programaciones generalistas Temporada 2006-2007							
		HU	MU	PA	CU	EN	RE
COPE	OM	-	14,6	-	0,4	-	3,7
	FM	-	-	13,9	-	0,5	2,7
Onda Cero	OM	-	-	9,6	-	-	-
	FM	-	-	-	-	12,4	-
Onda Rambla Punto Radio		-	1,8	-	0,8	-	-
RNE-Radio1			6,2	-	2,7	-	1,7
SER	OM	2,4	-	6,3	2,4	-	-
	FM	1,4	-	6,3	2,2	-	-

Fuente: Elaboración propia (% sobre el total de la semana)

Como puede observarse en el anterior cuadro, resulta difícil describir tendencias comunes ya que cada estación parece aplicar una estrategia propia a la hora de diseñar este ámbito de la programación. La excepción es la cadena SER que desarrolla los mismos géneros en ambas frecuencias y con unos porcentajes muy similares. Antes de profundizar en el perfil propio de cada programación, parece necesario valorar algunos aspectos que se desprenden de los datos expuestos:

- La asincronía entre OM y FM en Onda Cero es una consecuencia de la incidencia de la programación local en el conjunto de la programación. De tal modo, que mientras en FM se realiza una desconexión en OM se puede sintonizar la oferta de la cadena. En el caso de la COPE, se da la circunstancia que la OM, en la temporada 2004-2005 se convirtió parcialmente, desde las 16 horas hasta la medianoche, en la emisora temática músico-deportiva Rock and Gol. De ahí, que la música alcance un porcentaje tan significativo.
- La cultura aparece representada en cinco estaciones lo que la convierte en el género con una más amplia presencia aunque sus valores porcentuales puedan resultar significativamente bajos comparados con otros. En cambio, la incidencia de la participación en las parrillas es mayor pero tan sólo son cuatro las estaciones que lo desarrollan.

- La exclusividad del algún género, como es el caso del humor, ya que tan sólo lo produce la cadena SER (OM y FM) al menos en esta edición.

En cuanto al período de emisión, los contenidos religiosos y los culturales son por distintas razones los que más incrementan su presencia durante el fin de semana. En el caso de los primeros, las cadenas trasladan fundamentalmente a la edición del domingo sus espacios de reflexión que en las dos frecuencias de COPE se complementan con la transmisión de los oficios. Respecto a los segundos, las dos estaciones que los restringen a este período de la semana centran sus contenidos básicamente en la agenda cultural (ORPR) y en la crítica cinematográfica (COPE OM).

Géneros minoritarios: Índice de presencia según período de emisión en las programaciones generalistas. Temporada 2006-2007.													
		Emisión Diaria						Emisión Fin de Semana					
		HU	MU	PA	CU	EN	RE	HU	MU	PA	CU	EN	RE
COPE	OM	-	18,3	-	-	-	1,7	-	4,8	-	1,7	-	8,5
	FM	-	-	13,7		-	1,2	-	-	14,3	-	1,9	6,3
Onda Cero	OM	-	-	11,5	-	-	-	-	-	4,8	-	-	-
	FM	-	-	-	-	13,8	-	-	-	-	-	8,6	-
Onda Rambla Punto Radio		-	-	-	-	-	-	-	6,5	-	2,9	-	-
RNE1-		-	7,3	-	3	-	0,3	-	3,4	-	1,9	-	5,2
SER	OM	3,5	-	8,9	0,3	-	-	-	-	-	7,6	-	-
	FM	2	-	8,9	-	-	-	-	-	-	7,6	-	-

Fuente: Elaboración propia (% sobre el total del período)

Hasta este punto, de los datos aportados parece derivarse la idea de que la singularidad de una programación generalista desde la perspectiva de los géneros programados se reduce aproximadamente a un 10% de su oferta total, ámbito en el que cada estación parece trazar líneas de actuación propias. Así, se incorporan distintos géneros que incluso pueden no llegar a estar presente en otras parrillas, como es el caso del humor, pero que difícilmente permiten dibujar perfiles propios, dado que resulta ser un margen estrecho para desarrollar un estilo propio. Desde la recepción, parte de esta singularidad se encuentra en la emisión en desconexión.

A excepción de RNE-Radio1 que destina de forma exclusiva la programación local a la información de actualidad, el resto de estaciones mezclan diferentes tipos de géneros por lo que, auditivamente hablando, en este ámbito la oferta puede resultar más pluralista si se la compara, en términos generales, con la de la cadena. Tanto es así, que se han detectado casos en los que parte de la singularidad expuesta en los anteriores cuadros tiene su origen en el centro emisor local, en este caso el de Barcelona. Así, el índice porcentual de la participación (13,9% sobre el total de la semana) y el entretenimiento (0,5%) en COPE FM pertenecen exclusivamente al área de lo local. Lo mismo ocurre en Onda Rambla Punto Radio en relación a la cultura (0,8%) y en Onda Cero FM con el entretenimiento (12,4%). El resto de géneros se conjugan tanto en la programación en cadena como en las correspondientes franjas de desconexión.

Llama la atención el alto índice que alcanzan tanto la participación (*Momentos* en COPE FM) como el entretenimiento (*No són hores* Onda Cero FM) ya que tal y como se ha comentado con anterioridad este tipo de géneros acostumbran a desarrollarse en un único programa con ediciones que difícilmente superan la hora. Sin embargo, en ambos casos se rompe esta tónica puesto que su duración va más allá de las cinco horas diarias. Se han detectado, además, otras coincidencias:

- 1) el horario de emisión, de 1:30 horas a 6 de la mañana, por tanto compiten de forma directa a excepción del fin de semana,
- 2) son la única oferta local en esta franja de la programación generalista, y
- 3) ocupan casi el 70% de la programación de madrugada⁴.

Indudablemente, ambos programas enmarcados en el ámbito de los géneros minoritarios son, desde una óptica cuantitativa, los que más inciden en el conjunto de la oferta. Pero, ¿qué ocurre si el análisis se realiza desde la variable temática, es decir, a partir de los contenidos que definen el carácter de un programa?

La distinción temática en las parrillas generalistas.

En este punto, la observación debe tener en cuenta la globalidad de la parrilla ya que se trata de detectar si la singularidad puede desarrollarse independientemente de cuál sea el género programático. Antes de avanzar, hay que señalar que la profundización en la

⁴ La franja de la madrugada va desde la medianoche hasta las 6 horas, momento en el que se inician los magazines informativos de la mañana.

actualidad y la combinación de temáticas de índole diversa son la tónica general en aquéllos programas de larga duración como los magazines informativos y de infoentretenimiento que dominan algunas franjas horarias. Naturalmente, esta tendencia está presente en la oferta de cada una de las cadenas generalistas estudiadas.

Para establecer qué hay de distintivo en las programaciones generalistas, la audición se convierte en la mejor herramienta ya que sólo a través de ella se puede determinar la personalidad de cada producto. El análisis realizado sobre la temporada 2006-2007 revela una serie de trazos característicos en cada emisora:

- **RNE- Radio 1.** Presenta un amplio listado de contenidos especializados ubicados mayoritariamente en su programación de fin de semana y regidos por dos géneros programáticos, información y religión, que definen un modo particular de plantear la programación. Así, se detecta una vocación de servicio en algunas de sus propuestas informativas reflejadas en temáticas como medio ambiente, consumo, salud, violencia doméstica, inmigración, etc. Los contenidos religiosos se rigen por el principio de la pluralidad rompiendo de este modo el monopolio que la Iglesia Católica y abriéndose a otras prácticas religiosas. Hay que añadir que este planteamiento es exclusivo de esta estación radiofónica, como también lo son las temáticas historia, ciencia, inmigración, medio ambiente, violencia doméstica y autopromoción de la programación. El resto de temas especializados también están presentes en otras emisoras.
- **SER OM – SER FM.** Ambas estaciones ocupan después de la cadena pública el segundo lugar en el ránquig de contenidos especializados. La mayoría se articulan desde el género información aunque también se han observado matices distintos en el deporte y la cultura. La diversidad obedece a una clara estrategia programática dado que, a excepción de un espacio local sobre literatura, el resto de la oferta pertenece al área de programación en cadena. Ésta se desarrolla fundamentalmente durante el fin de semana, ofreciéndose muchos de los programas en horario de madrugada. Cabe añadir que a excepción de la información taurina el resto se ofrece en emisión simultánea por las dos frecuencias. La información sobre nuevas tecnologías y la literatura, ésta en el marco de la programación local, aparecen como las temáticas propias y cuya emisión es exclusiva de la cadena SER.
- **Onda Cero FM.** La programación local aporta tres especializaciones informativas en el marco de la programación diaria: consumo, economía y ocio. Sin embargo,

ninguna de ellas alcanza el grado de exclusividad. Algo similar ocurre con la programación en cadena en la que algunas de las propuestas informativas, como mundo rural, salud y viajes, también aparecen entre la oferta de la competencia⁵. Los contenidos específicos se gestionan mayoritariamente desde el género información, aunque se ha detectado una proposición de deporte, entorno al mundo del motor, y otra de infoentretenimiento. Esta última está representada por un programa que aborda los misterios del mundo de la ciencia y de la historia y adquiere la calificación de contenido propio en tanto que ninguna otra parrilla trabaja dicha temática. Del mismo que el informativo sobre animales, fundamentalmente las mascotas, es exclusivo de esta emisora. Ambos productos pueden sintonizarse durante el fin de semana.

- **Onda Cero OM.** Esta estación no oferta contenidos especializados en el ámbito local, por lo que estos se restringen a la programación en cadena. Esta circunstancia le hace compartir las mismas temáticas que su homóloga en FM. Por tanto, comparte también su exclusividad en el informativo sobre animales y en el magazine de infoentretenimiento sobre misterios científicos e históricos.
- **COPE FM.** La pluralidad de temáticas específicas no es precisamente su característica más significativa. Pese a ello, en el marco de la programación local se ha detectado un programa informativo de emisión diaria centrado en el márketing.
- **COPE OM.** Con un número menor que su homóloga en FM, cuenta en su programación en cadena con un informativo sobre caza y pesca.
- **Onda Rambla Punto Radio.** Aunque la pluralidad, entendida ésta como la variedad de temáticas, tiene poco espacio en su parrilla, se ha localizado un magazine de infoentretenimiento que trabaja de forma exclusiva, el esoterismo.

El siguiente cuadro muestra un resumen de la representación de las temáticas que distinguen una oferta de otra. Como puede observarse los porcentajes, a excepción de Onda Cero, no alcanzan el 1% sobre el total de la programación que se emite a lo largo de la semana. Consecuentemente se tratan de espacios de corta duración con una edición única a la semana. La diferencia con Onda Cero radica en que ambos programas presentan una mayor duración y cuentan con dos ediciones que se emiten durante el fin de semana.

⁵ Referencia a la comunicación de CEU- Madrid

Índices de singularidad en las radios generalistas españolas. Temporada 2006-2007								
Temáticas	COPE		O. Cero		ORPR	R1	SER	
	OM	FM	OM	FM			OM	FM
Autopromoción						0,5		
Animales			1,1	1,1				
Caza y Pesca	0,5							
Ciencia						0,5		
Esoterismo					0,8			
Historia						0,5		
Inmigración						0,5		
Literatura							0,5	0,5
Medio Ambiente						0,5		
Márqueting		1,1						
Misterio			3,2	3,2				
Nuevas tecnologías							0,2	0,2
Pluralismo religioso						0,5		
Ocio				0,6				
Violencia doméstica						0,5		

Fuente: Elaboración propia (% sobre el total de la semana)

-  Emisión en cadena con simultaneidad de frecuencia
-  Emisión local con simultaneidad de frecuencia
-  Emisión local

Se han resaltado tan sólo las temáticas particulares de cada oferta, aunque obviamente la lista de contenidos especializados es más amplia. Está formada por: Asuntos Sociales, Cine, Consumo, Ciencias Ocultas, Economía, Motor, Mundo Rural, Política, Salud, Toros y Viajes. Aunque no presentan carácter de singularidad, lo cierto es que amplían el abanico de asuntos abordados de forma monográfica, dando lugar a un programa. Sin embargo, la homogeneidad de la oferta generalista también los alcanza ya que tres de ellos (Mundo Rural, Salud y Viajes) se han consolidado en la mayoría de las programaciones desde hace ya algunas ediciones.

¿Puede tener espacio la singularidad en las programaciones generalistas?

Es difícil dar respuesta a esta pregunta a partir del estudio de una única temporada radiofónica, sin embargo pueden apuntarse las siguientes ideas de futuro.

- El **cambio de hábitos de consumo** radiofónico a partir de la constitución en *bitcaster* de las emisoras estudiadas ya que puede ampliarse en nivel de impacto entre la audiencia. La posibilidad de decidir qué escuchar y en qué momento abre

nuevas expectativas entre los programadores, ya que la tecnología facilita su audición. Ahora bien, parece necesario incidir en su promoción en otros medios de comunicación ya que en la actualidad sólo el oyente habitual de una emisora es conocedor de este tipo de oferta.

- El **desarrollo de la estrategia de competencia alternativa** puede facilitar la incorporación de factores de singularidad que pueden reflejarse, por una parte, en una distribución más equilibrada de los géneros programáticos habituales en la parrilla y, por otra, en la ampliación de centros temáticos de interés. Como *bitcaster* además puede dotar de un valor añadido este tipo de productos ofreciendo información complementaria directa y listado de links especializados.

Para finalizar, destacar que la introducción de la singularidad, en los términos básicos expuestos en esta comunicación, en el diseño de las parrillas de programación es un modo de contrarrestar el alto índice de homogeneidad que impera en la actual oferta generalista española. Indudablemente, no es la única clave a trabajar ya que debe compaginarse con otro tipo de estudios y análisis.

BIBLIOGRAFÍA

CAC, “La programació radiofònica” en *Informe de l’audiovisual 2006*, pp. 176-211.

Publicado en: www.cac.cat/web/recerca/publicacions/llistat

FRANQUET, R., SOTO, M.T., RIBES, F.X., FERNÁNDEZ, D., *Assalt a la xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació on-line en català*, Col·legi de Periodistes de Catalunya, Barcelona, 2006.

GUTIÉRREZ, MARIA Y HUERTAS, AMPARO: “La programación de las radios generalistas en España”, *Zer*, n.15, 2003.

LEBORGURU, JOSÉ MARÍA: “La radio generalista: las técnicas de programación”, pp. 47-69 en Martínez Costa, M.P. y Moreno Moreno, E. (COORDS): *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Arial, 2004.

MARTI, JOSEP M^a: “La programación radiofónica”, pp. 21-45 en Martínez Costa, M.P. y Moreno Moreno, E. (COORDS): *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Ariel, 2004.

MARTÍNEZ-COSTA, M.P., “Tendencias de la programación”, en MARTÍNEZ-COSTA, M.P., MORENO, E. (coords), *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la audiencia y su audiencia*, Ariel Comunicación, Barcelona, 2004, pp.321-346.

PEDRERO, M., “La programación informativa en la radio generalista” en en, MARTÍNEZ-COSTA, M.P. (coord), *Información radiofónica*, Ariel Comunicación, Barcelona, 2002, pp. 263-286.

RIBES, F.X., *Las emisoras de radio del estado español en Internet: Las bitcasters*, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 2001.