

“Descripción y análisis de los géneros utilizados en el *prime time* de la radio argentina”

María José Müller, Universidad Austral, Buenos Aires

María del Pilar Martínez-Costa, Universidad de Navarra, Pamplona

PALABRAS CLAVE: géneros radiofónicos, *prime time* radiofónico, magazines

Resumen: El *prime time* de la radio argentina ha sufrido variaciones en los últimos años: se trasladó de las 8 a las 10 de la mañana, se centró en el entretenimiento más que en la información, diseñó una oferta similar para la AM y la FM, y se pobló de conductores-estrella. Este trabajo tiene por objeto describir y analizar los géneros utilizados en los cuatro programas líderes del *prime time* de la radio argentina: “Hola Chiche”, “Terapia Despareja”, “El Oro y el Moro” y “¿Cuál es?”. Mediante un análisis de contenido de dichos programas se busca descubrir qué géneros predominan y de qué modo los utilizan. Se contempla el estudio de los géneros periodísticos -crónica, comentario, entrevista-, los relativos al entretenimiento -tertulia, acting, cuento de humor, imitaciones- y los géneros de participación de la audiencia -concursos, mensajes. Como resultado, puede decirse que los géneros radiofónicos utilizados en los programas de máxima audiencia apuntan fundamentalmente al entretenimiento. En cuanto a los géneros periodísticos, predominan los de opinión en detrimento de los informativos, que muchas veces se limitan a servicios informativos de las emisoras, sobre todo en el caso de la AM. Se evidencia que no hay grandes diferencias en el tratamientos de los géneros entre los programas del *prime time* de la AM y la FM.

Introducción

Los géneros radiofónicos fueron definidos y estudiados en un primer momento a la luz de los géneros periodísticos, y con el tiempo, autores como Faus, Cebrián Herreros, Martí, Merayo Pérez, y Martínez-Costa, entre otros, hicieron aportes para el desarrollo de una teoría de los géneros radiofónicos. Merayo Pérez define al género radiofónico como “cada uno de los modos de armonizar los distintos elementos del lenguaje radiofónico de manera que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica” (2000, p. 163). Martínez-Costa y Díez Unzueta sintetizan distintas aportaciones teóricas afirmando que “son modelos de representación de la realidad que otorgan estructura y orden a los contenidos de la radio para conseguir la creación de sentido por parte del emisor y la interpretación de sus mensajes por parte del receptor” (2005, p. 97)¹. Sin ahondar en la teoría de los géneros ni en las numerosas clasificaciones que varían según autores y contextos, este trabajo busca

¹ Si se desea profundizar en la teoría de los géneros radiofónicos se puede consultar también: Cebrián Herreros (1994); Martí (2000); y Martínez-Costa y Moreno Moreno (2004).

identificar cuáles son los géneros más utilizados por cuatro programas líderes del *prime time* de la radio argentina: “Hola Chiche”, “El Oro y el Moro”, “Terapia Despareja” y “¿Cuál es?”.

La metodología empleada es un análisis de contenido que se aplica sobre una muestra de los cuatro programas mencionados, con una duración de cuatro horas cada uno (de 9 a 13 horas, de lunes a viernes) durante dos semanas del mes de octubre de 2010. Por lo tanto, la muestra suma 160 horas de programación, 40 correspondientes a cada una de los magazines.

La siguiente tabla resume los géneros estudiados:

Géneros	Tipos	Información/Opinión	Crónica
			Entrevista
			Comentario
			Tertulia
		Ficción/Entretenimiento	<i>Acting</i>
			Imitación
			Cuento de humor
		Participación de la audiencia	Concurso
			Mensaje
		Otros	

Como puede verse en la tabla, se los clasificó según sean de información/opinión, ficción/entretenimiento, participación de la audiencia u otros. Así, se busca conocer qué tipo de géneros predominan, cuántos suma cada programa por hora y en total, y qué duración tienen algunos de ellos.

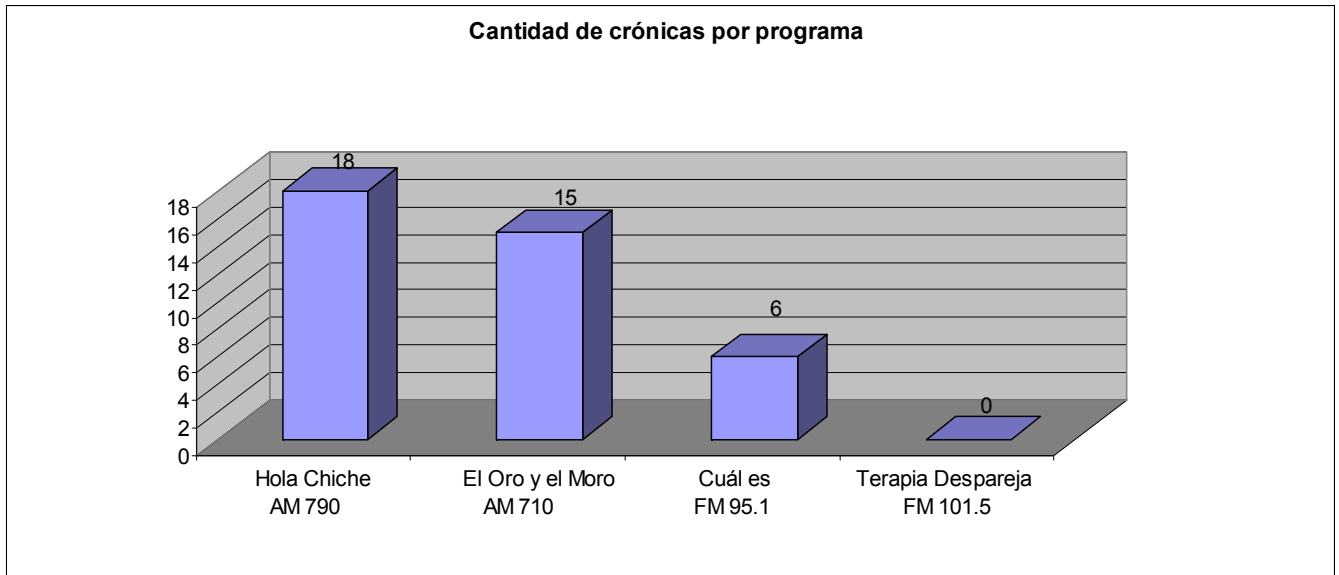
1. La crónica

Se entiende por crónica a todo relato de un hecho noticioso realizado por un periodista encargado de cubrir la actualidad desde el lugar donde ocurre la noticia. Martínez-Costa y Herrera Damas la definen como “un modelo de representación de la realidad, basado en el monólogo, en el que el profesional en calidad de testigo, describe y narra hechos y/o acciones en su contexto, desde una perspectiva individual y utilizando para ello los recursos de producción y realización característicos de la radio” (2008, p. 25). La crónica

radiofónica completa la noticia a través de la mirada del periodista, y aporta ritmo y riqueza sonora gracias a la variedad de escenarios y voces.

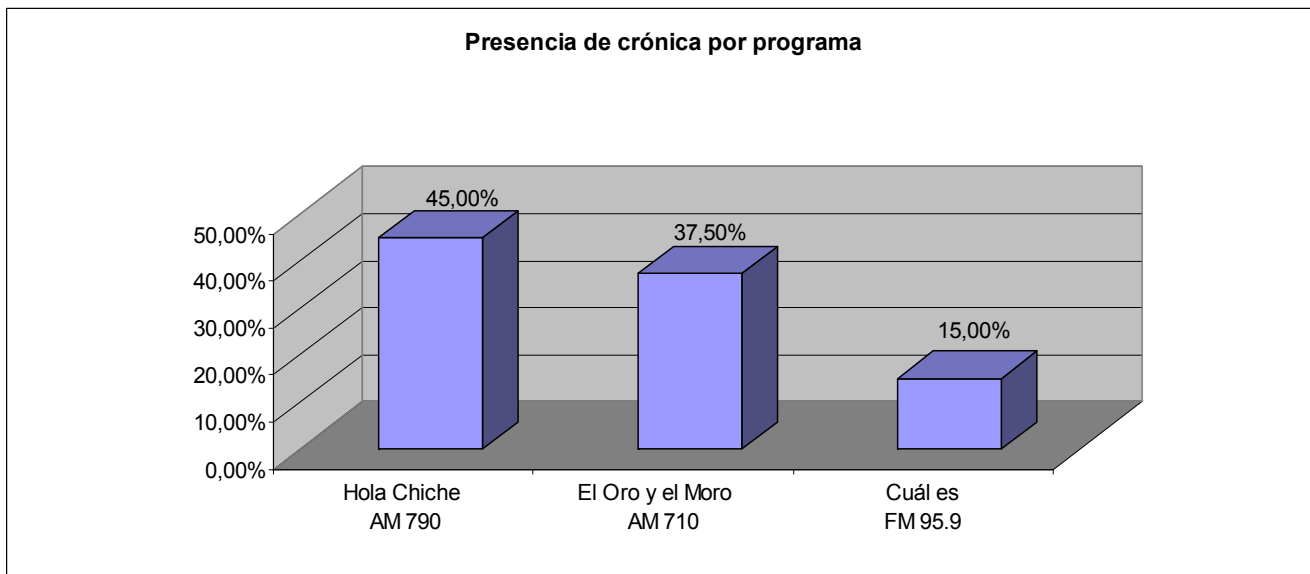
El Gráfico 1 corrobora que la AM emplea con más frecuencia la crónica que la FM en el *prime time* de la radio argentina.

Gráfico 1



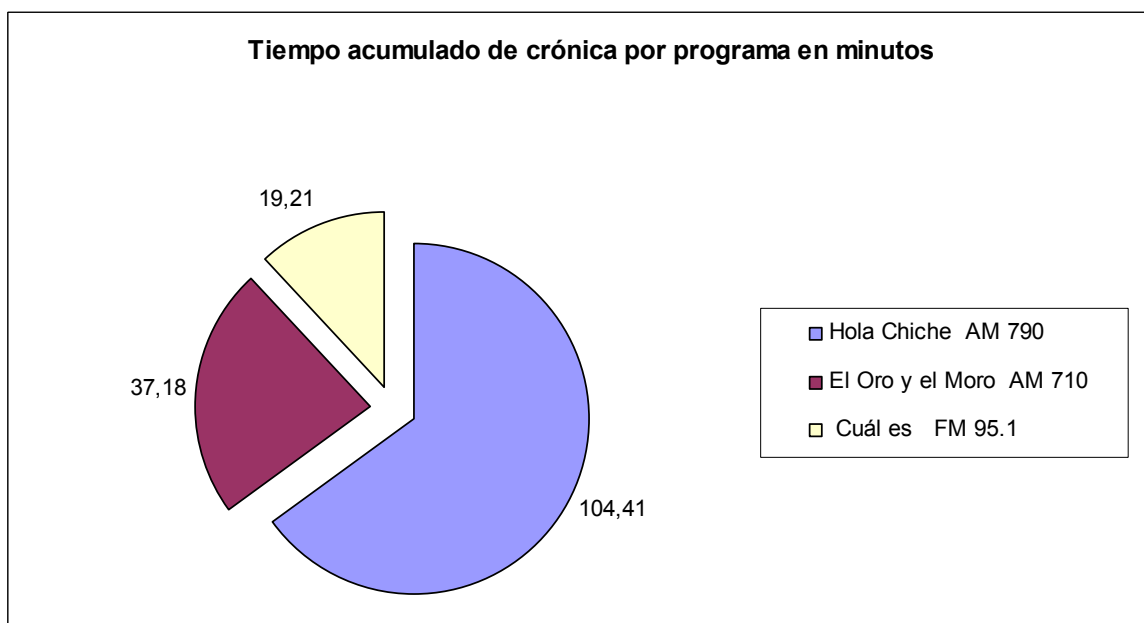
En la muestra obtenida, “Hola Chiche” es el programa que más utiliza este género, seguido por “El Oro y el Moro”, con 18 y 15 crónicas, respectivamente. El programa “Terapia Despareja” no utiliza la crónica como género y “¿Cuál es?” tiene sólo una sección con un cronista que, en casi todos los casos, introduce un entrevistado. Es decir que, en general, no cubre ningún hecho noticioso sino que se acerca a un determinado lugar (la concentración de un equipo de futbol, un estadio en el que se prepara un recital) para, desde allí, facilitar al conductor la entrevista con alguna personalidad del deporte o la música. Por lo tanto, como ya se anticipó, la AM ofrece más cantidad y tiempo de crónica. Así lo refleja el Gráfico 2, que muestra el porcentaje de horas en las que hay crónica en los programas del *prime time*.

Gráfico 2



“Hola Chiche” se ubica primero, con crónicas en el 45% de las horas del programa, seguido muy de cerca por “El Oro y el Moro”, con un 37,5%, y con más distancia de “¿Cuál es?”, con el 15%. Las diferencias entre “Hola Chiche” y “El Oro y el Moro” se amplían si se considera la cantidad de minutos que cada uno destina a la crónica, como lo muestra el Gráfico 3.

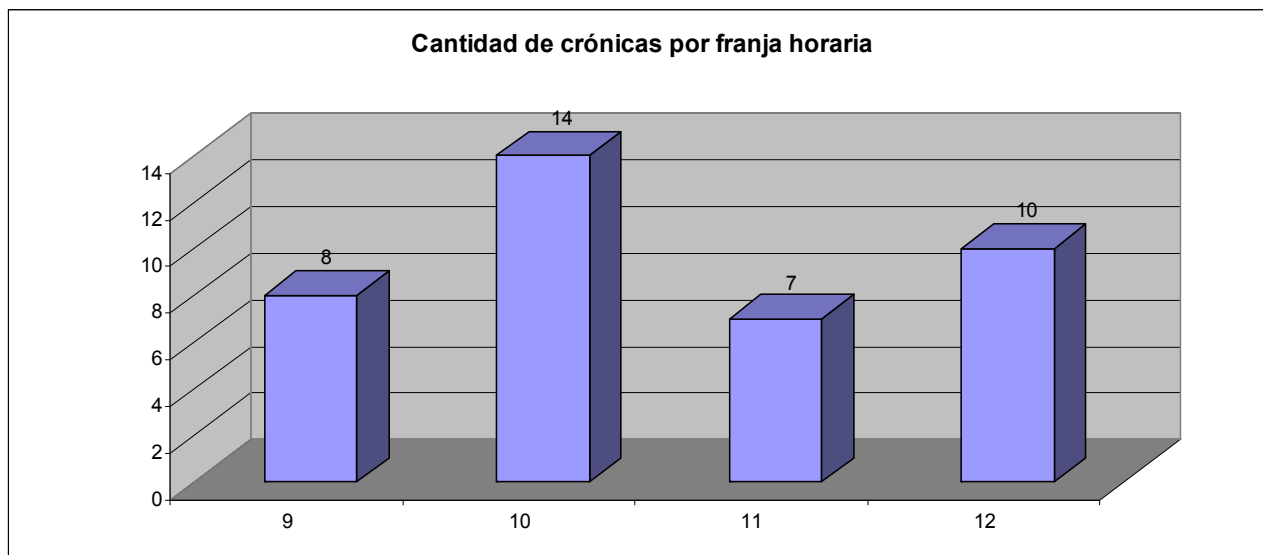
Gráfico 3



“Hola Chiche” dedica a la crónica casi 105 minutos sobre el total de la muestra. Muy detrás se ubican “El Oro y el Moro” y “¿Cuál es?” con 37,18 y 19,21 minutos, respectivamente. Si bien la cantidad de crónicas por programa y la cantidad de horas en las que los programas utilizan la crónica no representan una diferencia sustancial entre “Hola Chiche” y “El Oro y el Moro”, sí hay gran disparidad en los minutos que cada uno invierte en este género.

Al analizar los resultados según las franjas horarias, puede observarse en el Gráfico 4 que el horario del *prime time* en el que hay más crónica es el que va entre las 10 y las 11 de la mañana.

Gráfico 4



La mayor cantidad de crónicas se agrupa en ese horario porque los programas destinan buena parte de la primera hora al “pase”, a la apertura, y a las entrevistas relacionadas con los temas más importantes del día.

En resumen, la crónica es un género más propio de la AM que de la FM. “Hola Chiche” es el que más la utiliza y el que ofrece crónicas más extensas. Le sigue “El Oro y el Moro” que se caracteriza por desarrollar crónicas breves. En el horario de 10 a 11 se concentra la mayoría de las crónicas y el mayor tiempo dedicado a este género, aunque con poca diferencia de la primera hora. Por lo tanto, las dos primeras horas suelen ser las elegidas, especialmente por la AM, para programar sus crónicas.

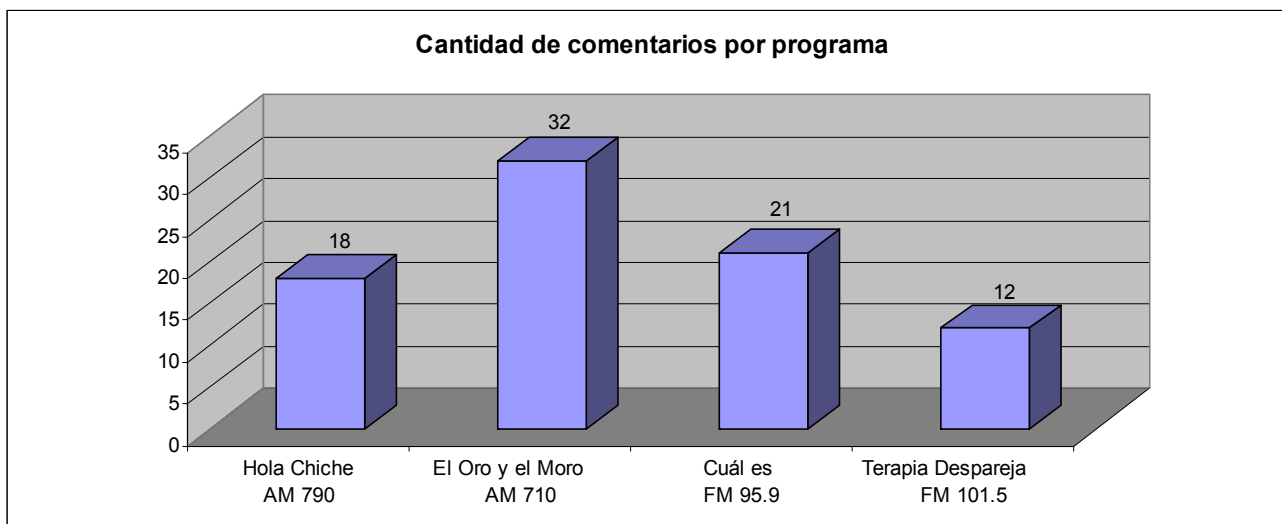
2. El comentario

El comentario es la interpretación que un periodista especializado o columnista hace sobre un tema, y que casi siempre parte de un hecho de actualidad. Basado en el monólogo, se propone analizar, valorar y enjuiciar los hechos desde una perspectiva individual (Merayo Pérez, 2002, p. 90). No es propiamente una opinión sino una mirada, una reflexión y argumentación a cierta distancia que permite observar la realidad en su conjunto (Martínez-Costa y Díez Unzueta, 2005, p. 110). Los magazines del *prime time* cuentan con periodistas especializados en deporte, espectáculo y política, entre otras temáticas, y aparecen de manera intermitente a lo largo del programa. En este trabajo se entiende que hay comentario siempre que el periodista especializado expone su interpretación, su análisis de un acontecimiento durante no menos de cuarenta segundos. Hay que aclarar que los columnistas intervienen frecuentemente a lo largo del programa

pero no lo hacen siempre a través del comentario. A veces participan de una tertulia o de un diálogo con el conductor, donde no necesariamente desarrollan un tema de su especialidad ni lo interpretan.

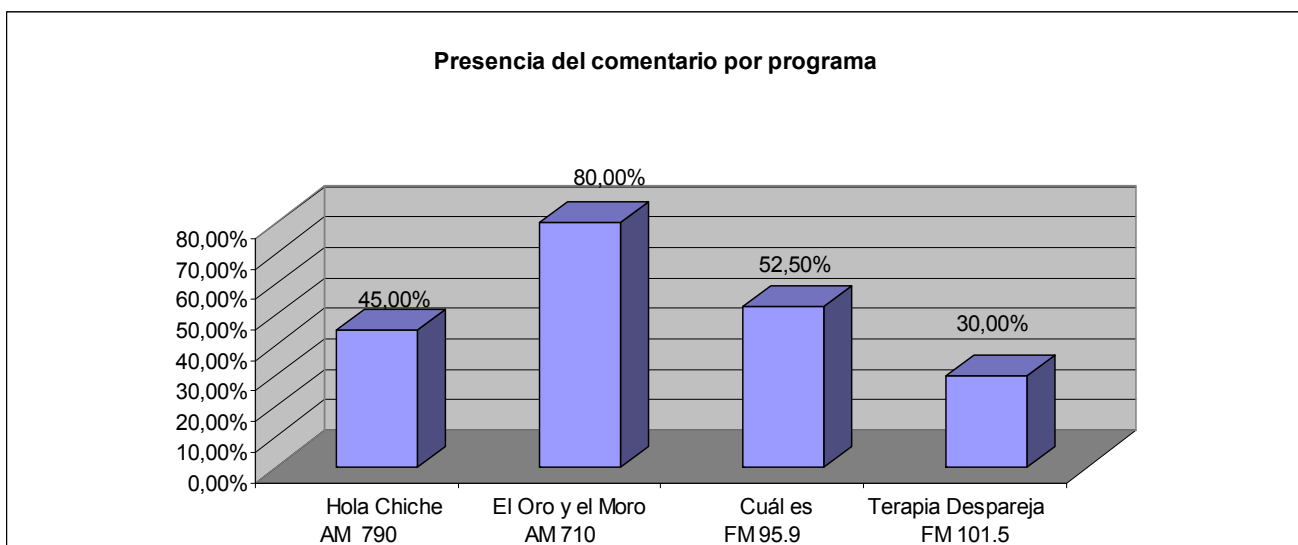
La cantidad de comentarios por programa refleja que tanto la AM como la FM se valen de este género en el *prime time*. Así lo indica el Gráfico 5, en el que se refleja la importancia del comentario para los dos tipos de emisoras.

Gráfico 5



El programa que saca ventaja en el uso del comentario es “El Oro y el Moro”, seguido por “¿Cuál es?” y, en tercer lugar, por “Hola Chiche”. Cuarto se ubica “Terapia Despareja”. Esta tendencia se mantiene si analizamos el porcentaje de horas estudiadas en la que cada programa utiliza el comentario, como se observa en el Gráfico 6.

Gráfico 6

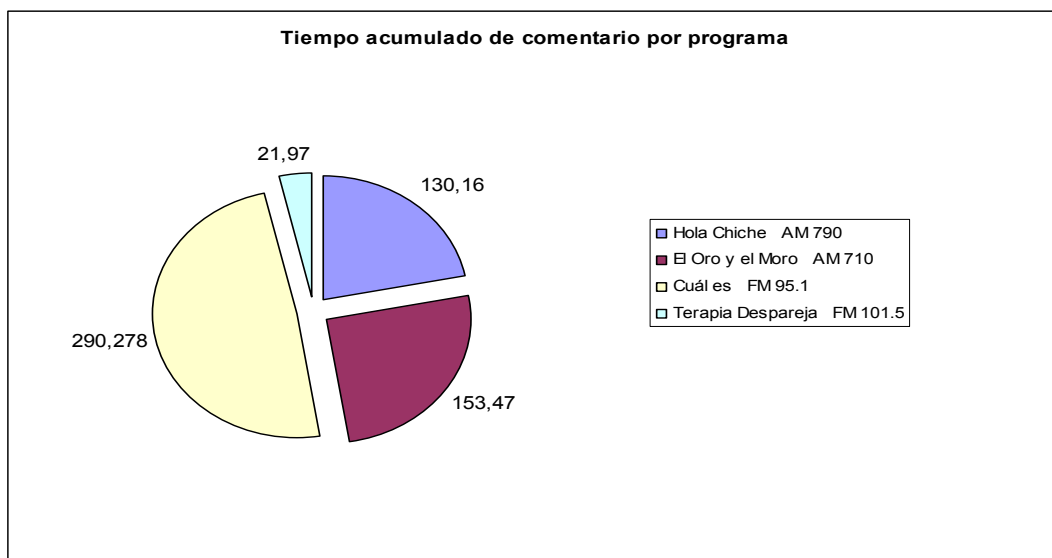


“El Oro y el Moro” utiliza el comentario en el 80% de las horas, seguido por “¿Cuál es?”, que lo hace en el 52,5%. Tercero aparece “Hola Chiche” con el 45%, y cuarto “Terapia Despareja” con el 30%.

Los resultados analizados hasta ahora coinciden con la dinámica de los programas. “El Oro y el Moro” y “Hola Chiche” tienen casi la misma cantidad de periodistas especializados, sin embargo en “El Oro y el Moro” éstos intervienen con más frecuencia y, casi siempre, disponen de un tiempo para desarrollar un breve monólogo en el que interpretan acontecimientos de actualidad. En Hola Chiche, en cambio, son menos los momentos de lucimiento individual de los comentaristas, que ocupan más tiempo en las tertulias y diálogos con el conductor que en el desarrollo de sus propias columnas. “¿Cuál es?” se ubica en segundo lugar respecto de la cantidad de horas en las que programa sus comentarios, detrás de “El Oro y el Moro”, y antes de “Hola Chiche” y “Terapia Despareja”.

Los resultados cambian cuando se analiza el tiempo exacto que cada programa destina al comentario. Así lo refleja el Gráfico 7.

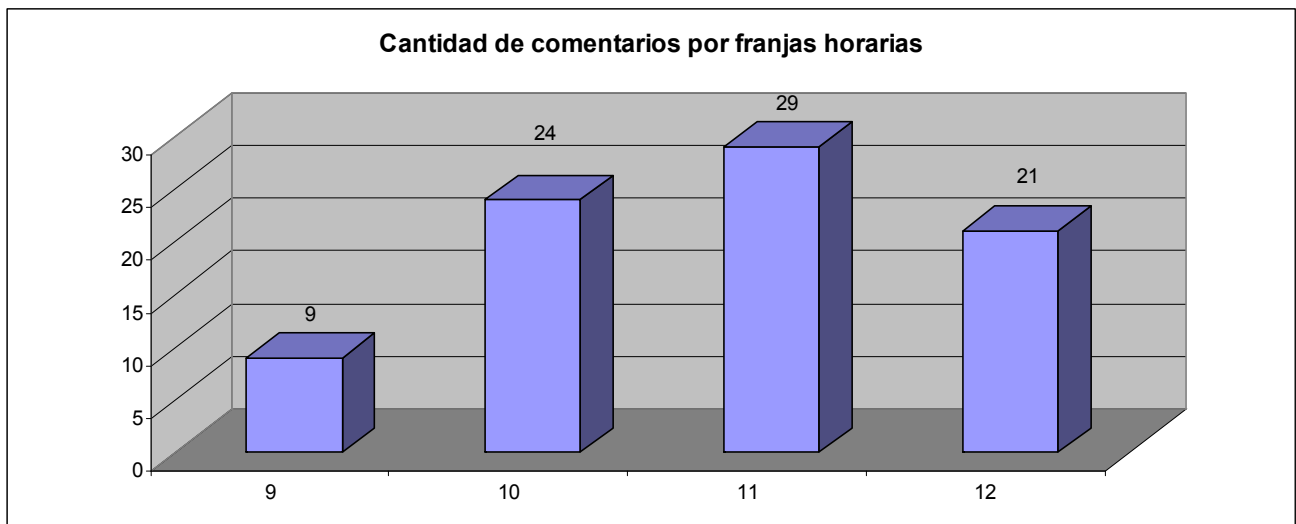
Gráfico 7



“¿Cuál es?” saca una gran ventaja y con 290 minutos alcanza casi las cinco horas de tiempo destinado a este género. “El Oro y el Moro” figura segundo, con 153 minutos, y “Hola Chiche” tercero, con 130, lo que implica que ambos invierten algo más de dos horas en el comentario. Muy detrás, con sólo 21 minutos, aparece “Terapia Despareja”.

Al analizar los resultados en relación con las franjas horarias podemos ver en el Gráfico 8 que la mayor cantidad de comentarios se concentra en la franja que va de 11 a 12 horas.

Gráfico 8



Con 29 comentarios, el horario de las 11 aventaja al de las 10, que figura segundo, con 24. Tercero aparece el horario de 12 a 13, con 21 comentarios y muy detrás se ubica la primera franja, con sólo 9.

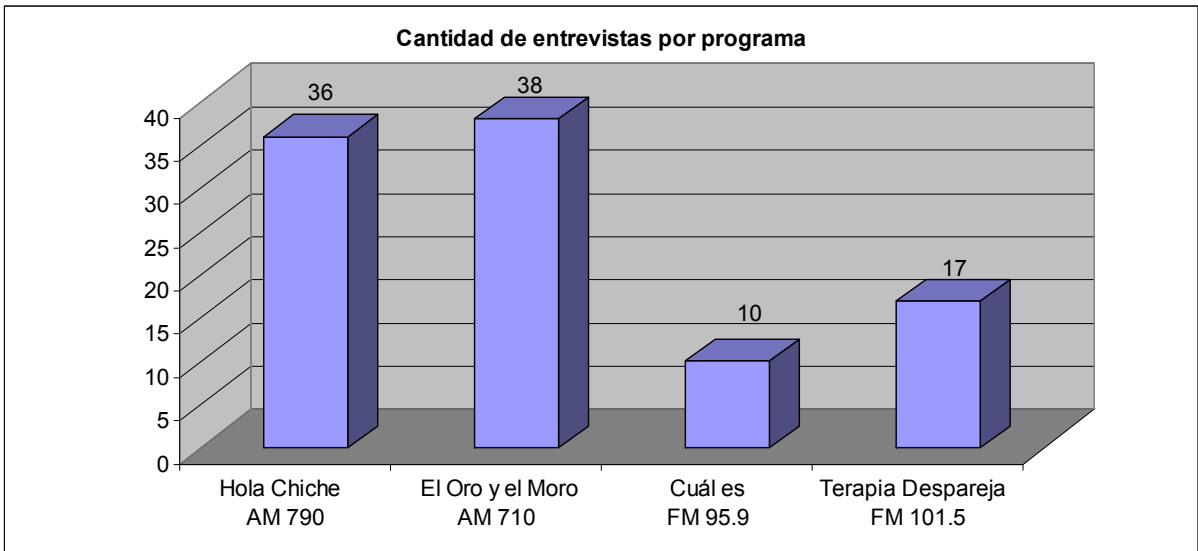
En definitiva, puede notarse que cada programa maneja un criterio diferente en relación con el uso del comentario. Que los programas sean de AM o FM o que posean más o menos periodistas especializados no deriva en un determinado comportamiento, sino que cada uno dispone del tiempo, la cantidad y la programación por franjas horarias según su propio estilo. “El Oro y el Moro” es el que suma la mayor cantidad de comentarios, breves, intermitentes y sostenidos en el monólogo, muy distinto al estilo de “¿Cuál es?” que programa los comentarios más extensos y por ello resulta el que acumula más tiempo de aire en este género. La mayoría de los comentarios se programa en el horario de la 10, que a su vez resulta la franja en la que hay más minutos destinados a este género.

3. La entrevista

La entrevista radiofónica es el diálogo que se construye a partir de la interacción entre el conductor y el entrevistado. Es un instrumento a través del cual un periodista conoce qué ha pasado y se aproxima más a la verdad. Es un intercambio de información, el resultado de un pacto comunicativo entre entrevistador y entrevistado, con necesidad mutua de obtener y transmitir información (Balsebre, 1998, pp. 15-17). Según el objetivo que persiguen, Balsebre distingue cuatro tipos de entrevista: informativa, interpretativa, emotiva, de carácter. Es, además, tanto una herramienta informativa como de entretenimiento y, a su vez, aporta variedad temática y ritmo gracias a la diversidad y alternancia de voces.

En el Gráfico 9 se puede observar que las emisoras difieren notablemente en el uso de la entrevista según sean de AM o de FM.

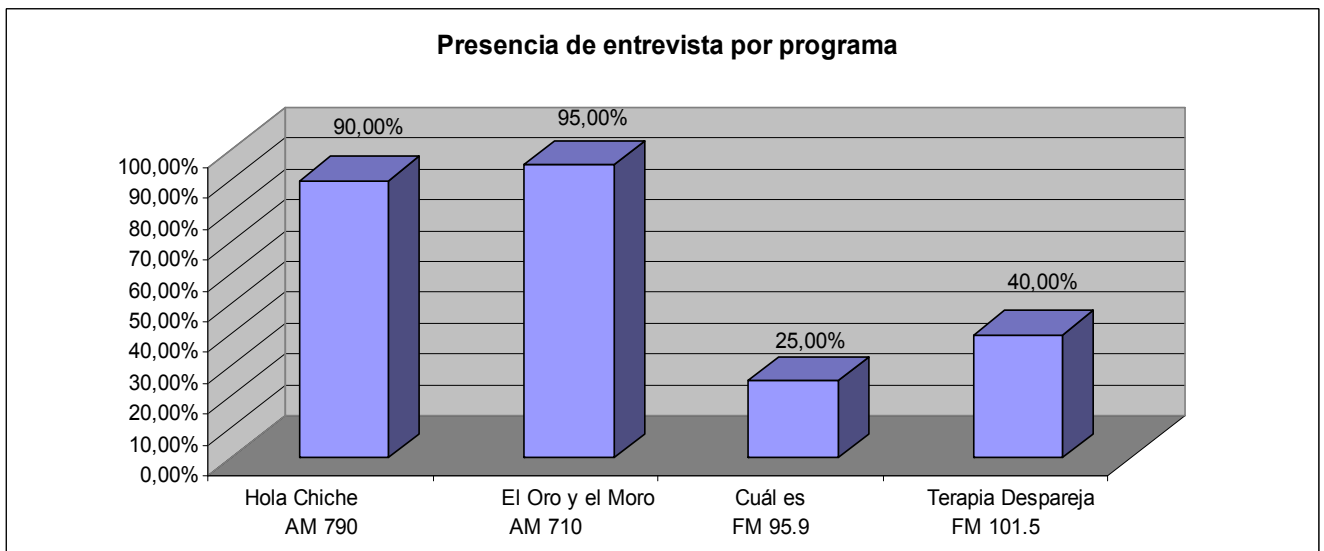
Gráfico 9



Aunque “El Oro y el Moro” acumula 38 entrevistas y ocupa el primer lugar, “Hola Chiche” está muy cerca, con 36. Esto demuestra que el comportamiento de los dos programas de AM en relación con la cantidad de entrevistas es similar. Muy por el contrario, la FM utiliza menos este género. “Terapia Despareja” suma 17 mientras que “¿Cuál es?” acumula 10.

Las diferencias entre las emisoras de distinto soporte se confirman cuando se observan los criterios respecto de la programación de entrevistas:

Gráfico 10

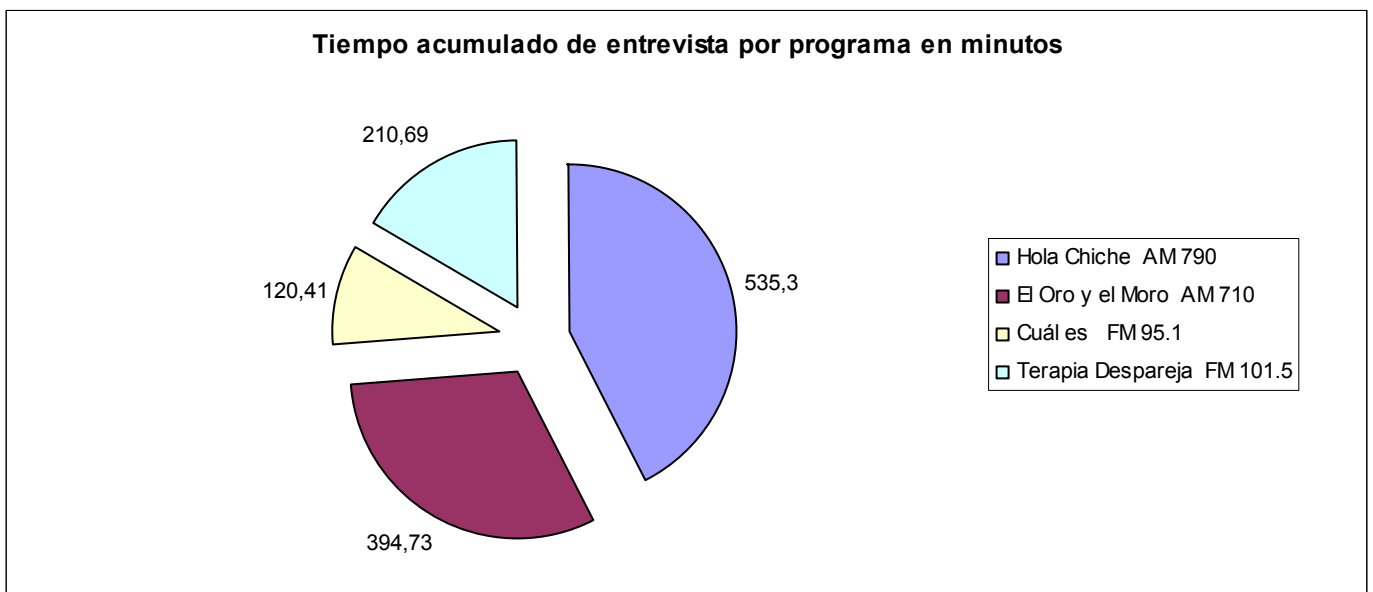


“El Oro y el Moro” y “Hola Chiche” programan entrevistas en el 95 y 90% de sus horas respectivamente. “Terapia Despareja” se ubica segundo, con un 40%, y “¿Cuál es?” tercero, con un 25%. Es decir, para la AM la entrevista es un género determinante, que está presente en casi todas las horas. En cambio, para la FM, ocupa un lugar secundario. “Terapia Despareja” tiene una sección fija todos los viernes, que consiste en una

extensa entrevista a un personaje público en la misma emisora. Las demás entrevistas las realizan durante el “pase” o para complementar alguna temática que tratan en el programa. En el caso de “¿Cuál es?”, la mayoría de las entrevistas se realizan a músicos o deportistas, algunas veces por teléfono y otras en los estudios de Rock & Pop.

Al analizar el tiempo que los programan destinan a este género, “Hola Chiche” se ubica en primer lugar, bastante por delante de “El Oro y el Moro”, que aunque suma más cantidad de entrevistas, acumula menos tiempo:

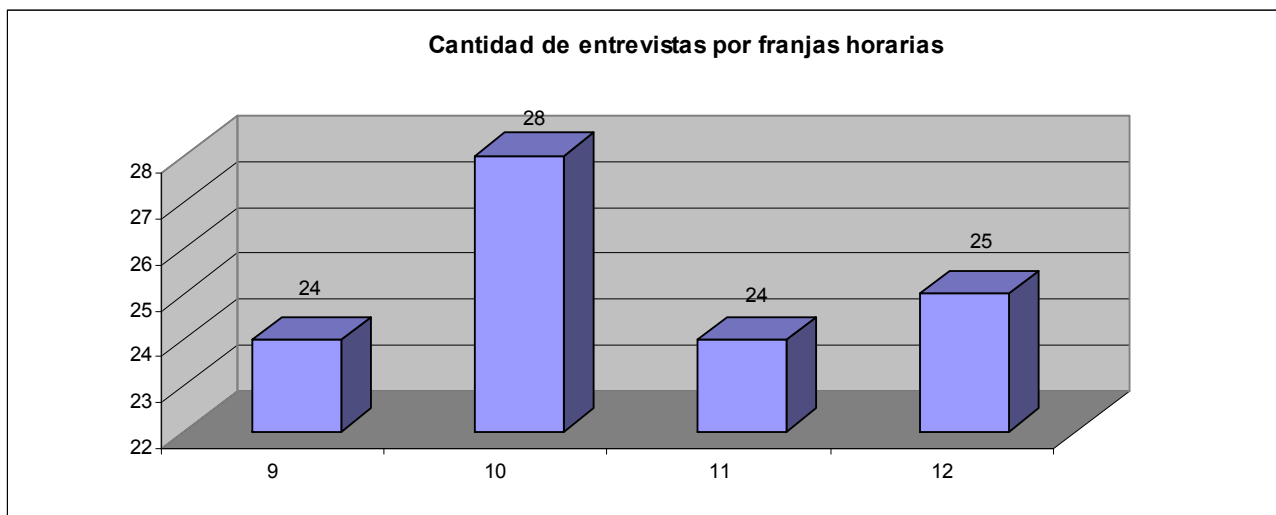
Gráfico 11



Con 535 minutos, “Hola Chiche” destina cerca de 9 horas a la entrevista. En segundo lugar, “El Oro y el Moro” suma 394 minutos, es decir 6 horas y media. Tercero se ubica “Terapia Despareja” con 210 minutos, y cuarto “¿Cuál es?”, con 120 minutos.

En el Gráfico 12 se puede ver el uso de la entrevista en relación con las franjas horarias.

Gráfico 12



Hay bastante paridad en la distribución de entrevistas según las franjas horarias. Se despega el horario que va entre las 10 y las 11, segundo aparece el comprendido entre las 12 y las 13 y en tercer lugar, con la misma cantidad de entrevistas cada uno (24), figuran el de las 9 y las 11.

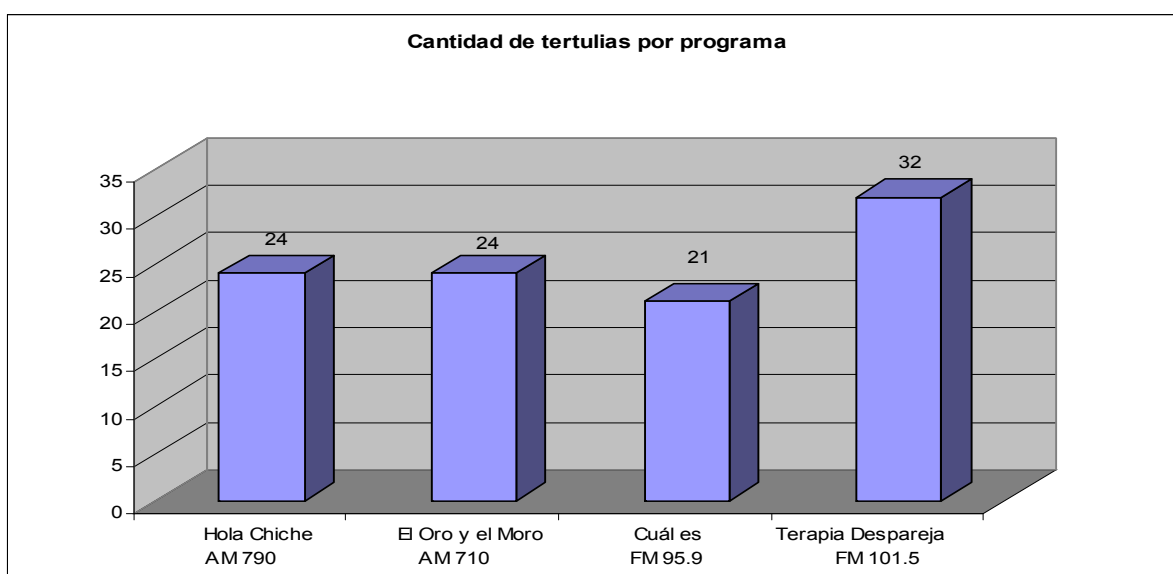
En síntesis, se puede decir que el comportamiento de la AM y la FM en relación con la entrevista es muy diferente. Mientras que para la AM resulta un género prioritario, que programa en casi todas sus horas, con una extensión considerable, para la FM es un género auxiliar, que utiliza en la medida que lo necesita, pero no como un elemento determinante a la hora de concebir el programa. Hay variedad entre los programas en cuanto a la consideración de las franjas horarias y la duración de las entrevistas. Todos se manejan con criterios propios, aunque hay más similitudes entre las AM y las FM entre sí.

4. La tertulia

La tertulia es una conversación coloquial que ofrece variedad y alternancia de temas y voces, con una libertad estructural y organizativa, liderada por el conductor (Martínez Costa y Herrera Damas, 2008, p. 194). Es un género de diálogo que fluye como una conversación de opinión, con elementos de actualidad y un aspecto lúdico que invade todos los campos de la realidad radiofónica (Martínez-Costa y Díez Unzueta, 2005, p. 147). Aunque el término “tertulia” no se utiliza con tanta frecuencia en la práctica de la radio en Argentina, está bien definido por la literatura radiofónica y esto lo hace más fácilmente identificable a la hora de analizar el contenido de los programas. Sin embargo, hay que decir que no siempre es sencillo distinguir los espacios de tertulia de los que no lo son. Los programas de máxima audiencia proponen un discurso en continuidad que en algunas ocasiones dificulta la identificación de los géneros en su estado más “puro”.

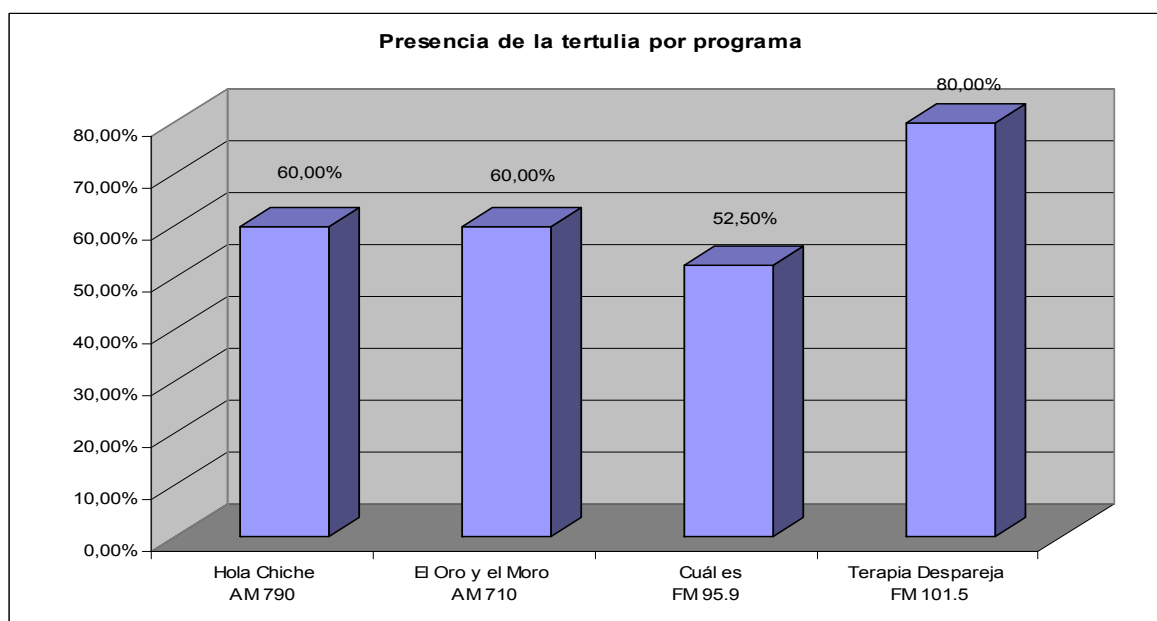
En el Gráfico 13 se observa que la tertulia es un género muy extendido en el *prime time*, y que utilizan tanto la AM como la FM.

Gráfico 13



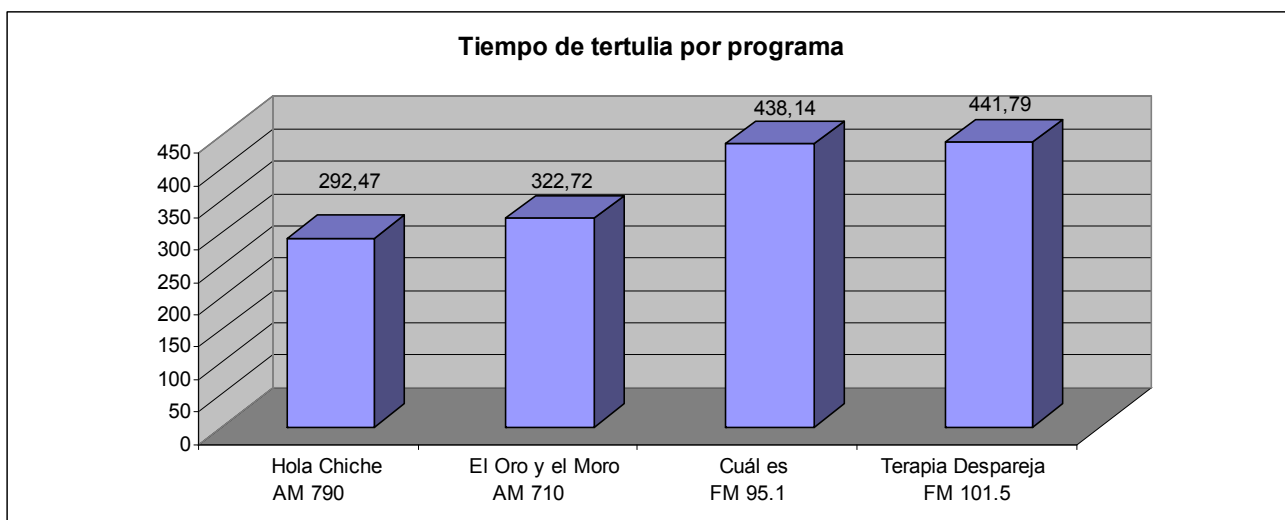
El programa que ofrece mayor cantidad de tertulias es “Terapia Despareja”, que suma 32, seguido por “Hola Chiche” y “El Oro y el Moro”, con 24, y por “¿Cuál es?”, con 21. El Gráfico 14 muestra el porcentaje de horas en las que los programas emplean este género.

Gráfico 14



“Terapia Despareja” programa tertulias en el 80% de sus horas, “Hola Chiche” y “El Oro y el Moro” en el 60% y “¿Cuál es?” en el 52,5%. Cuando se analiza el tiempo que cada programa acumula en tertulias, la FM le saca ventaja a la AM:

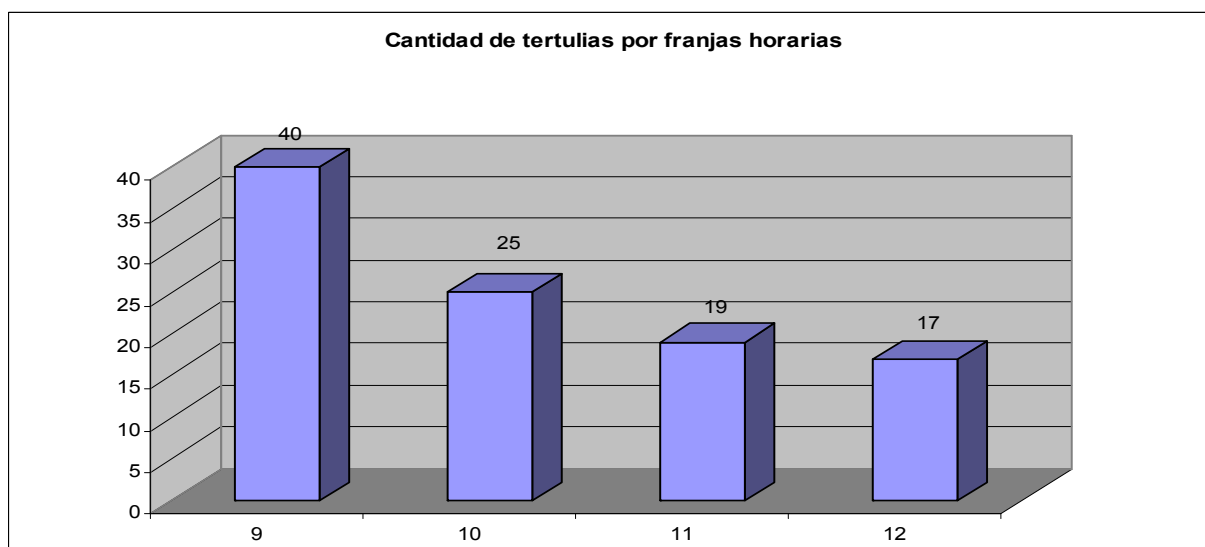
Gráfico 15



“Terapia Despareja” sigue liderando el tiempo de tertulia con 7 horas y media (431 minutos) dedicadas a este género, seguido muy de cerca por “¿Cuál es?”, que si bien es el que ofrece menos cantidad, invierte mucho tiempo en ellas (438 minutos). Más retrasados aparecen los programas de AM, “El Oro y el Moro” con 322 minutos, y “Hola Chiche” con 292. Estos resultados demuestran que se trata de un género muy utilizado en el *prime time* y al que la FM le dedica más tiempo.

Cuando se analizan los datos en relación con las franjas horarias, se puede observar en el Gráfico 16 que el horario comprendido entre las 9 y las 10 es el que más tertulias acumula.

Gráfico 16



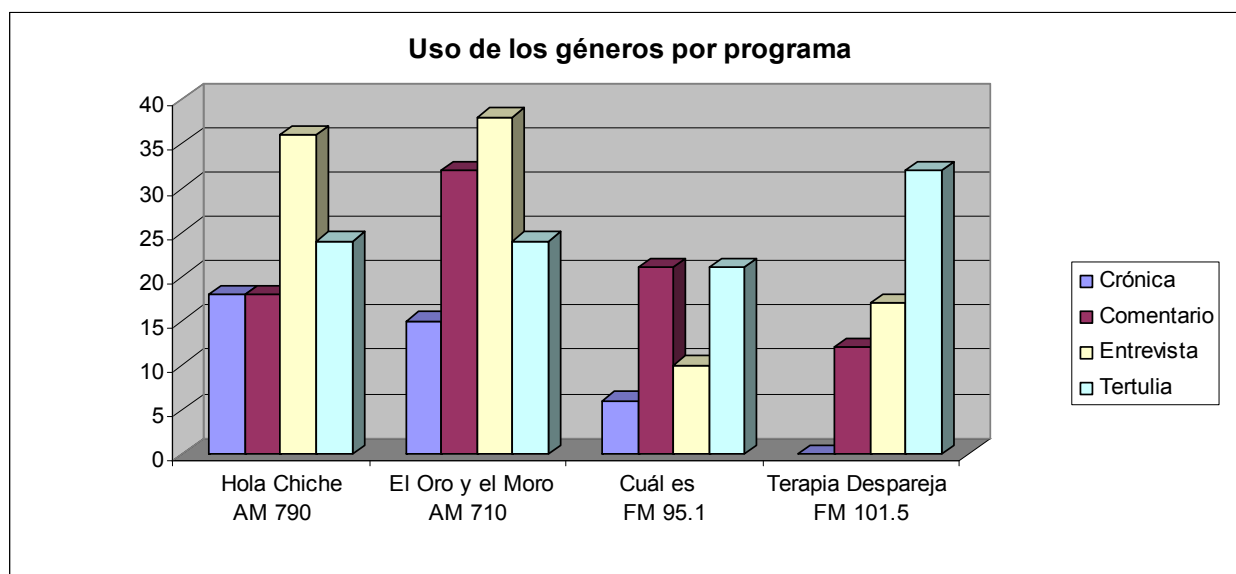
En una clara curva descendente, las tertulias se reducen a medida que se acercan a la última franja. Es razonable que la mayoría se concentre en la primera hora, ya que los cuatro programas cuentan con un “pase” o una tertulia de apertura, es decir una charla coloquial, espontánea, sin guión aparente, y con énfasis en el humor. El único programa que no realiza el “pase” con el programa precedente es “¿Cuál es?”.

Sin embargo, su tertulia de apertura es, desde hace años, un clásico de las mañanas de la radio argentina. Después de más de veinte años al aire y siempre con el mismo esquema de presentación, los oyentes no esperan otra cosa en la apertura de “¿Cuál es?” que no sea ese diálogo distendido, espontáneo y sin agenda aparente.

En síntesis, se puede decir que la tertulia es un género importante para los cuatro programas estudiados. El comportamiento no varía demasiado según el soporte (AM o FM) sino que cada uno encuentra su propio criterio en el uso de este género. El horario de las 9 de la mañana sobresale especialmente por la importancia que tiene el “pase” para estos programas. A excepción de esa primera hora, donde cada tertulia está prevista y tiene una duración más o menos establecida, las demás se suceden con cierto grado de imprevisibilidad y en función de lo que propone el vivo.

Por último, si se compara el uso de los géneros informativos y de opinión según cada programa, se observa que el comportamiento de las emisoras se parece más entre las que son del mismo soporte:

Gráfico 17



Los programas de AM muestran más variedad de géneros que los de FM. El género más utilizado en la AM es la entrevista, mientras que en la FM predomina la tertulia. El comentario tiene protagonismo en todos los programas, aunque se destaca más en “El Oro y el Moro”. La tertulia es utilizada casi en la misma proporción por los cuatro programas. La crónica es el género informativo menos empleado en el *prime time*.

5. Los géneros de ficción y entretenimiento

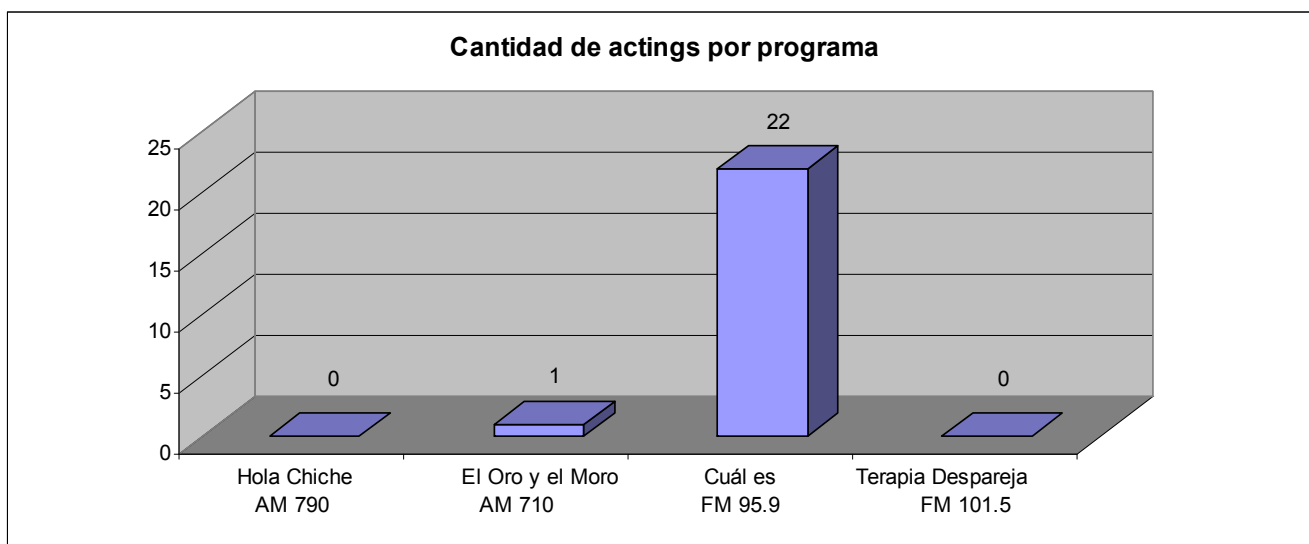
Los géneros relacionados con la ficción y el entretenimiento que se han analizado en esta investigación son el *acting*, la imitación y el cuento de humor. Se entiende por *acting* a todo relato de ficción corto, con personajes

muchas veces estereotipados, y una trama sostenida casi siempre en el humor. La imitación consiste en la personificación de algún hombre o mujer, generalmente público/a, a cargo de un humorista, que busca copiar y exagerar su estilo. Se denomina cuento de humor a lo que coloquialmente llamamos “chiste”, un relato humorístico breve con un remate sorpresivo.

En relación con el *acting*, se debe aclarar que es el único de los tres géneros mencionados que cuenta con datos de tiempo. Debido a la dificultad de medir el tiempo de la imitación y de los cuentos, generalmente inmersos en medio del discurso, con apariciones sorpresivas y breves, se los analiza según la cantidad y su distribución en las franjas horarias.

Los resultados del *acting* muestran con claridad que se trata de un género del que la mayoría de los programas prescinde, excepto “¿Cuál es?”.

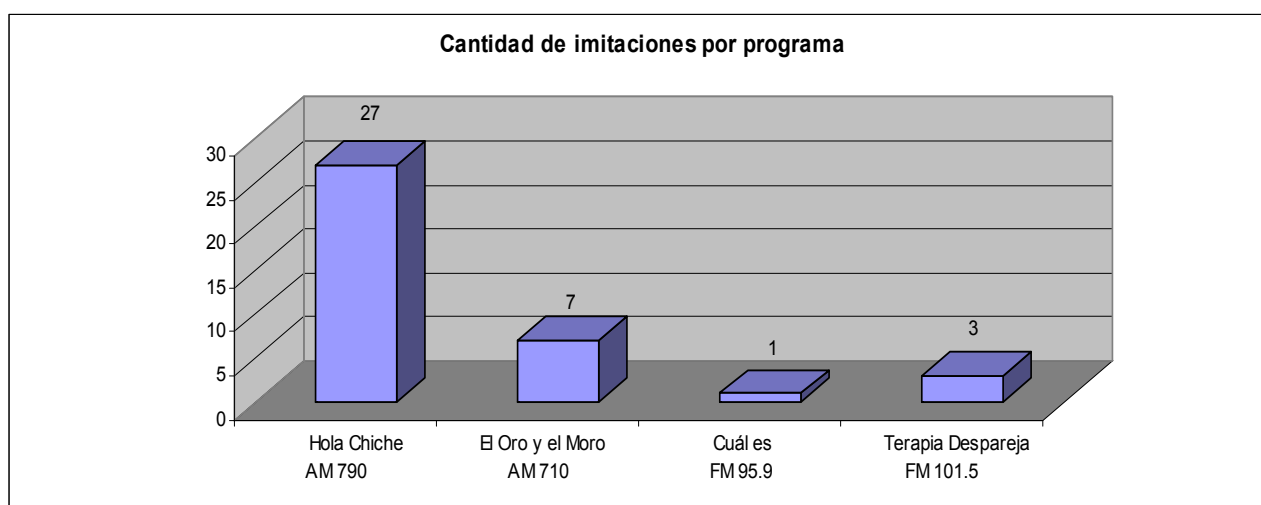
Gráfico 18



“Hola Chiche” y “Terapia Despareja” no utilizan el *acting* como género y “El Oro y el Moro” suma sólo uno. En este programa hay *acting* de forma esporádica, siempre durante el “pase” y en vivo, a cargo del humorista Rolo Villar, de González Oro o de ambos. En cambio, “¿Cuál es?” acumula 22 *actings*. Este resultado se vincula con el tipo de programa que es pero, sobre todo, con la radio a través de la cual es emitido: Rock & Pop. La producción artística de esta emisora y su ambiciosa pre-producción ubican a este género entre los prioritarios a la hora de entretener a su audiencia. “¿Cuál es?” cuenta con una apertura grabada que consiste en un *acting* fragmentado en tres partes. Además, programa un radioteatro en vivo, con la participación de casi todos sus integrantes. Tanto la apertura como el radioteatro son dos secciones emblemáticas del programa, que sus oyentes identifican claramente.

El segundo género de ficción y entretenimiento analizado es la imitación. El Gráfico 19 demuestra que su importancia presenta grandes variaciones según cada programa, aunque está presente en todos.

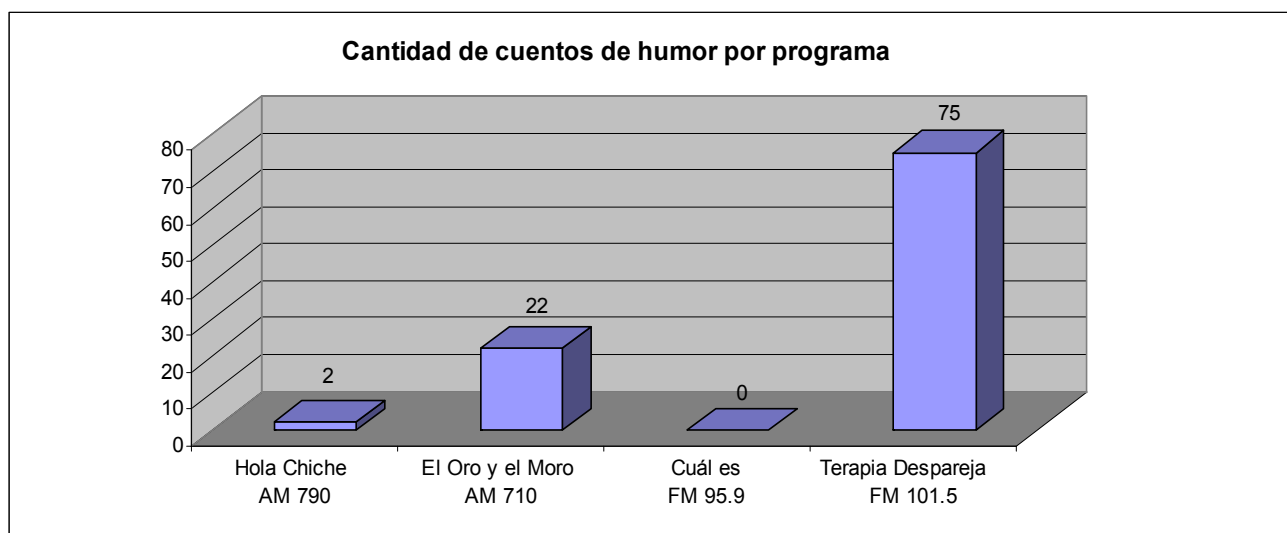
Gráfico 19



Está claro que la imitación ocupa un lugar en “Hola Chiche” muy diferente al resto de los programas. Cuenta con un humorista que es, sobre todo, imitador y por ello la mayoría de sus intervenciones cómicas son imitaciones. Desarrolla distintos personajes según los temas de actualidad que se aborden. Por ejemplo, en los días que forman parte de la muestra de esta investigación, se destaca como imitador del presidente chileno Sebastián Piñera, en el contexto del rescate de los 33 mineros atrapados en la mina San José. Asimismo, cuenta con algunos personajes fijos que hace intervenir con frecuencia y que la audiencia identifica: la columnista Silvia Naishtat, Elisa Carrió, entre otros. “El Oro y el Moro”, aunque con mucha menos cantidad, es el que ocupa el segundo lugar. Las esporádicas imitaciones de este programa están a cargo de Rolo Villar, humorista de “Cada Mañana” (el programa que va de 6 a 9 en Radio 10) y de “Terapia Despareja”, quien se luce sólo en el “pase” de Radio 10, ya que “El Oro y el Moro” no cuenta con humorista entre sus colaboradores. En tercer y cuarto lugar figuran “Terapia Despareja”, con 3 imitaciones, y “¿Cuál es?”, con una.

El único género que nos queda por analizar entre los correspondientes a ficción y entretenimiento es el cuento de humor. Puede notarse en el Gráfico 20 que es un género que algunos programas utilizan con mucha frecuencia mientras que otros prescinden de él o lo utilizan de modo muy esporádico.

Gráfico 20



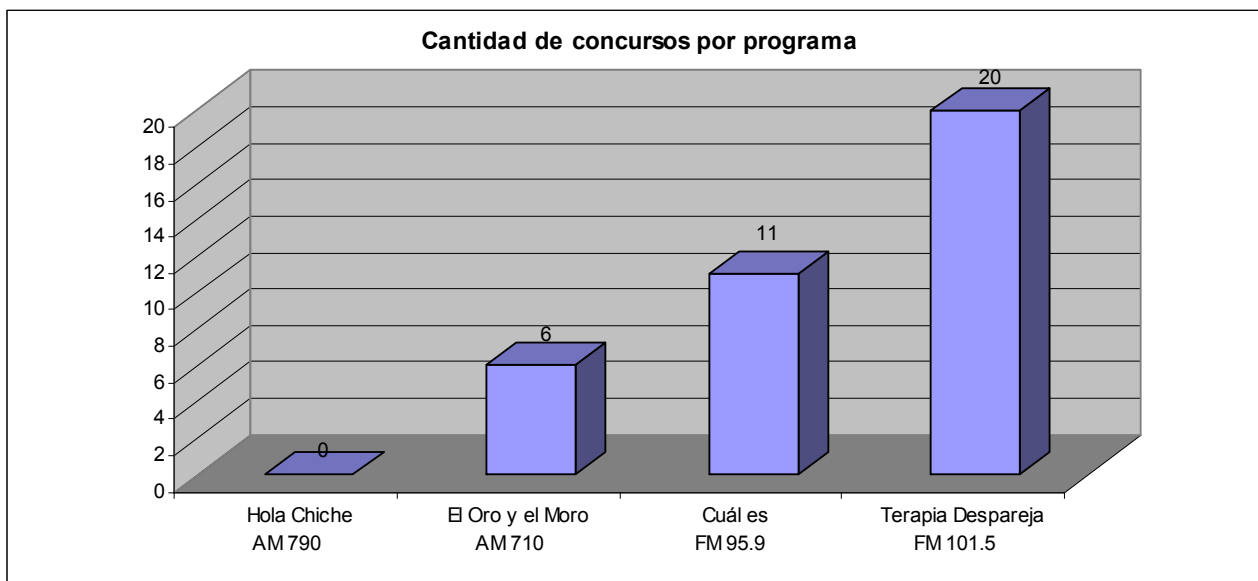
El cuento de humor o “chiste” resulta estratégico en el modo de entretener de “Terapia Despareja”. Rolo Villar, humorista del programa, remata muchos de los bloques con un cuento. Son muy breves y casi siempre relativos al tema del que se está hablando. Por esto, “Terapia Despareja” saca ventaja sobre el resto con 75 cuentos de humor. Detrás aparece “El Oro y el Moro”, que suele dar espacio a los chistes sólo en el “pase” con “Cada Mañana”. “Hola Chiche” se ubica tercero, con sólo dos cuentos, porque, como se anticipó, su humorista entretiene fundamentalmente a través de imitaciones.

Se puede concluir diciendo que los programas asumen un criterio propio a la hora de valerse de los géneros de ficción y entretenimiento en el *prime time*. Es previsible que un género como el *acting*, que supone más producción, prevalezca en la FM, y en un programa con más tratamiento artístico como “¿Cuál es?”. Las imitaciones y los cuentos de humor son tan propios de la AM como de la FM en la *segunda mañana*. “Terapia Despareja” se vale de los cuentos para cerrar los bloques y “Hola Chiche” entretiene, sobre todo, a través de las imitaciones de Ariel Tarico. El único programa que emplea más esporádicamente estos géneros es “El Oro y el Moro”.

6. Los géneros de participación de la audiencia

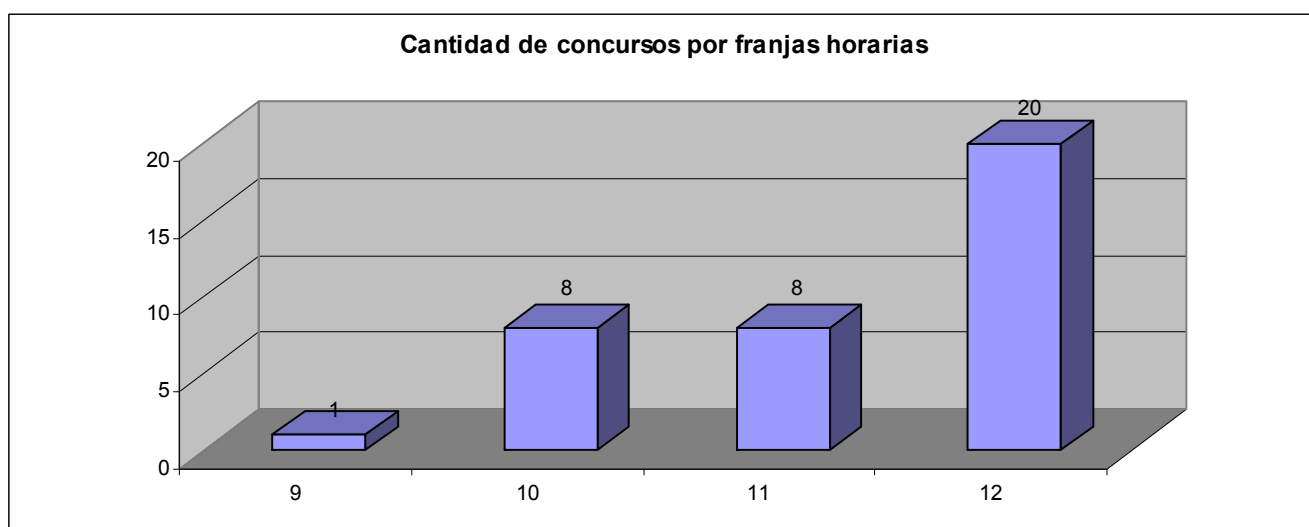
Los mensajes y los concursos fueron los dos géneros analizados entre los que pueden considerarse géneros de participación de la audiencia. Los concursos son espacios de interacción con el oyente, quien es interpelado a participar para obtener un premio mediante la respuesta a una consigna. Los mensajes son las comunicaciones que los oyentes hacen llegar al programa a través de correos electrónicos, redes sociales o mediante la grabación su voz. En cuanto a la cantidad de concursos que hay que cada programa, en el Gráfico 21 se observa que la FM propone más concursos que la AM.

Gráfico 21



El programa que lidera la cantidad de concursos es “Terapia Despareja”, con 20, seguida por “¿Cuál es?”, con 11, y por “El Oro y el Moro”, con 6. “Hola Chiche”, al menos en el período estudiado, no utiliza el concurso. Es interesante ver que esa cantidad antes descrita se concentra, sobre todo, en la última franja horaria:

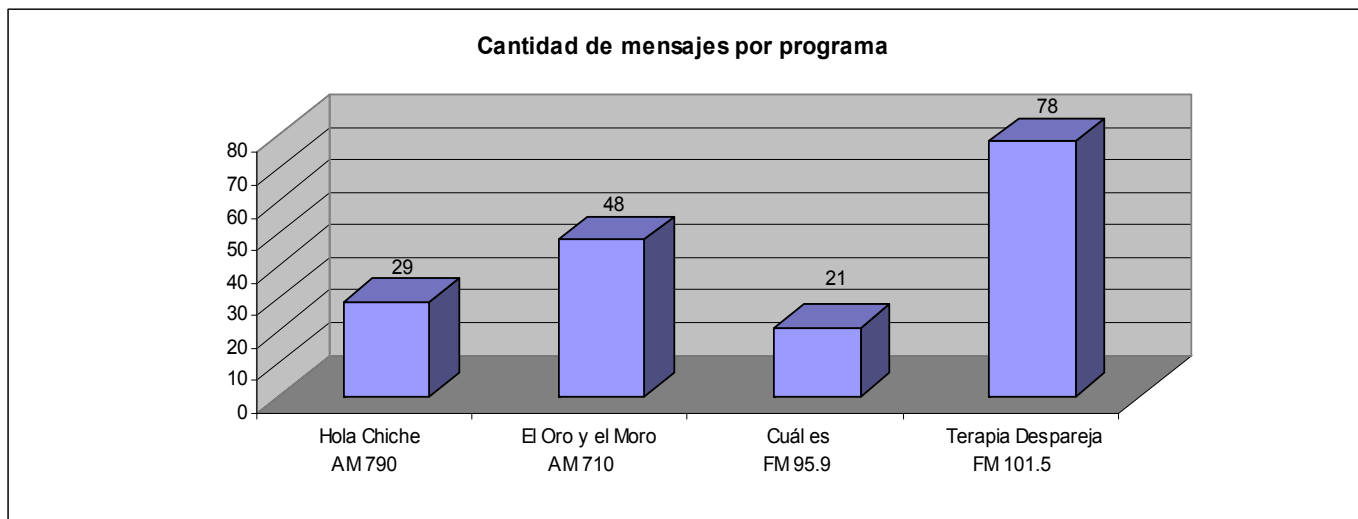
Gráfico 22



Queda en evidencia que casi no se programan concursos en la primera hora. Recién a partir de la 10 de la mañana los programas empiezan a incentivar la participación de su audiencia a través de concursos. El horario de 10 a 11 y de 11 a 12 propone el mismo número de concursos (8), y esa cifra prácticamente se triplica en la última franja. Estos resultados revelan que el entretenimiento por medio de concursos se planifica para el último tramo de los programas.

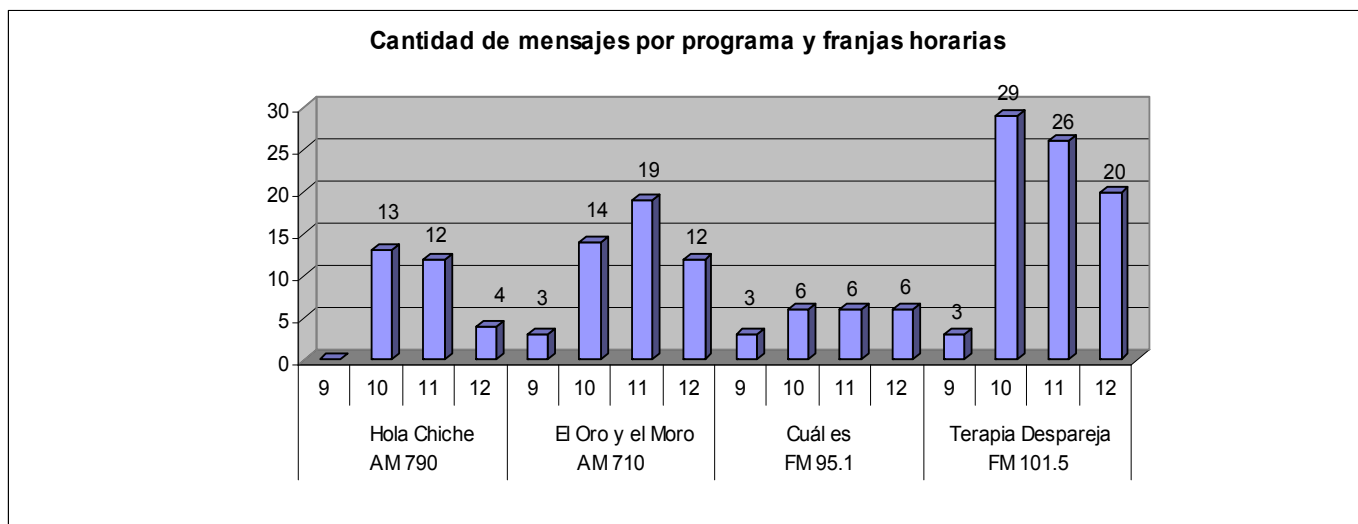
Los mensajes son el otro modo de interacción con la audiencia analizado en este trabajo. En el Gráfico 23 se distingue la cantidad de mensajes por programa.

Gráfico 23



“Terapia Despareja” lleva la delantera en la interacción con su audiencia a través de mensajes. Suma 78, seguido por “El Oro y el Moro”, con 48. Más retrasados aparecen “Hola Chiche” y “¿Cuál es?” con 29 y 21, mensajes respectivamente. Esto muestra que no hay similitudes entre las emisoras del mismo soporte, de modo de que cada programa tiene su propio estilo en el uso de los mensajes. Para “Terapia Despareja” resulta un contenido prioritario, sobre los que construye el discurso. Los mensajes impulsan los temas que se abordan, aportan nuevos, instalan oyentes que se convierten en personajes a fuerza de su originalidad y humor. En definitiva, producen contenido y alimentan el vivo. En el caso de “El Oro y el Moro”, la mayoría de los mensajes salen grabados, siempre tras la tanda y sobre un tema musical que utilizan como cortina. También el conductor y la locutora leen otros que llegan a través de correos electrónicos o de las redes sociales. En “Hola Chiche” y en “¿Cuál es?” son los conductores los que leen y responden la mayoría de los mensajes. Tanto Chiche Gelblung como Mario Pergolini utilizan los mensajes según les conviene, casi siempre con la intención de generar polémica. Ninguno es adepto a los mensajes con adulaciones o saludos. Al cruzar los datos según las franjas horarias, podemos ver en el Gráfico 24 que todos los programas tienen más mensajes en las horas intermedias, y menos en las franjas de 9 a 10 y de 12 a 13.

Gráfico 24



Es razonable que la primera hora acumule menos mensajes de oyentes. Éstos surgen generalmente a partir de lo que está pasando en el programa y lo retroalimentan. Los programas también coinciden en un decrecimiento en la última hora, excepto “¿Cuál es?”, que mantiene la misma cantidad que en las franjas que van de 10 a 11 y de 11 a 12.

Se puede afirmar que cada programa encuentra su propia forma de interactuar con el oyente. Todos utilizan los mensajes como modo de participación, no así los concursos, que son un recurso de acercamiento al oyente que emplean con más diferencias entre sí. “Terapia Despareja” es el que acumula más concursos y mensajes, lo que lo ubica como el programa con mayor interacción con el oyente. Todos coinciden en programar los concursos más cerca del cierre del programa y en dar más espacio a los mensajes en las horas intermedias: de 10 a 11 y de 11 a 12.

Conclusiones

En resumen, los programas del *prime time* de la radio argentina muestran un acercamiento en su diseño, producción y puesta en el aire. La AM y la FM presentan muchas similitudes en la utilización de los géneros, no sólo en relación a cuáles predominan sino también al tiempo que les dedican. Los géneros de diálogo y opinión son los que más se destacan. La entrevista es el género más utilizado por la AM, mientras que la tertulia es el más empleado por la FM. Todos los programas destinan tiempo al entretenimiento a través de las tertulias y el humor, éste en formato de imitación o cuento. En el *prime time*, la FM delega más en la AM el uso de los géneros de información y opinión como la crónica, la entrevista y el comentario, aunque también tienen presencia en la programación de la FM. En cuanto al *acting*, tiene protagonismo sólo en “¿Cuál es?”, un programa que se sostiene en un fuerte trabajo de pre-producción y que suele utilizar piezas grabadas de

distinto tipo. En relación al vínculo que se establece con el oyente, cada programa encuentra su propio modo de interactuar con él, y todos lo consideran pieza fundamental del relato radiofónico.

Referencias bibliográficas

Balsebre, Armand (1996): *El lenguaje radiofónico*. Barcelona: Cátedra.

Cebrián Herreros, Mariano (1994): *Información Radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis.

Martí, Josep María (2000): *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*. Barcelona: Portic

Martínez-Costa, Ma. del Pilar y Moreno Moreno, Elsa, (Coord.) (2004): *Programación radiofónica. Arte y técnica del diálogo entre la radio y su audiencia*. Barcelona: Ariel.

Martínez-Costa, Ma. del Pilar y, Díez Unzueta, José Ramón (2005): *Lenguaje, Géneros y programas de radio, Introducción a la Narrativa Radiofónica*. Pamplona: Eunsa.

Martínez-Costa, Ma. del Pilar y Herrera Damas, Susana (2008): *La crónica radiofónica*, Madrid: IORTV.

Merayo Pérez, Arturo (2000): *Estructura del proceso informativo radiofónico*. Madrid: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.