

RODERO ANTÓN, Emma (2011): *Creación de programas de radio*. Madrid, Síntesis, 273 páginas.

Crear un algo de la nada es una tarea extremadamente complicada independientemente del campo artístico, industrial, social, comunicativo, etc. del que se trate. Cada sector tiene sus propias especificidades, mercados y coyunturas. La radio no escapa a todo esto por lo que es necesario tratarla en profundidad si queremos crear un producto de consumo. Justamente es ese tratamiento en profundidad lo que la autora nos ofrece en *Creación de programas de radio*.

Emma Rodero es doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca y profesora de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultat de Ciències Socials i de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) de Barcelona. Su bagaje en el campo de la comunicación radiofónica es considerable y ha plasmado su pasión en otros libros como *La radio que convence. Manual para creativos y locutores publicitarios* (Ariel, 2004) y *Producción radiofónica* (Cátedra, 2005).

Todo profesor que se ha enfrentado a la complicada tarea de impartir asignaturas llámense *Tecnología de los medios audiovisuales*, *Producción y realización radiofónica*, etc. sabe que uno de los mayores logros que los conforma es producir un producto al final del cuatrimestre o del año. Aquellos que llevamos años bregando en estas lides sabemos que la tarea principal a la que nos enfrentamos parte de dos preguntas tan básicas como necesarias. Qué y cómo son las variables a despejar en cada uno de los proyectos que los estudiantes nos presentan. Si bien algún neófito o aprendiz podría contestarnos *cualquier cosa y de cualquier manera* los veteranos sabemos que ni son una respuesta válida ni en muchos casos ofrecen una solución adecuada ante la creativa tarea de producir y realizar un producto radiofónico de cierto valor e interés.

Creación de programas de radio es sobre todo un libro de (auto)ayuda para la elaboración de espacios radiofónicos y se basa en los tres principios básicos de la educación con mayúsculas: comprender, aprender y emprender. Para ello la autora divide la obra en cinco capítulos: 1) El condicionamiento radiofónico en los programas de radio, 2) Planificación general del programa, 3) Estructuración del programa, 4) Utilización del lenguaje radiofónico; y, 5) Edición, presentación y montaje del programa.

Comprender significa interiorizar el contexto o background en el que se desarrolla el juego radiofónico. Entender que la radio como el resto de medios de comunicación de masas se organiza en torno a unos parámetros específicos que en el caso concreto del medio invisible lo hacen diferente y especial. Estas características específicas hacen a la radio no solo un medio único sino que la convierten en especial donde la creatividad, imaginación y personalidad deben de ser los ingredientes inevitables para poder seguir alimentándola de cara a su supervivencia dentro de unos márgenes de calidad suficientes. La radio no es televisión sin imágenes, la radio es un medio autónomo constituido por sólidos pilares expresivos y narrativos. Toda esta na-

turalidad específica se comprende a partir del primer capítulo titulado *El acondicionamiento radiofónico en los programas de radio*.

Aprender, por su parte, significa primero comprender que la radio no es un medio que se articula de manera superficial sino que dispone de una serie de instrumentos para el correcto encofrado de una estructura planificada. El apartado aprender se sostiene sobre los capítulos centrales de la obra: *Planificación general del programa, Estructuración del programa*; y, *Utilización del lenguaje radiofónico*. En otras palabras elaborar los planos del edificio en base a unos adecuados materiales homologados de construcción (lenguaje radiofónico).

Por último, emprender significa hacer realidad un universo sonoro propio toda vez que se ha logrado el grado de autonomía, conocimiento e interiorización necesarios. El aspecto realizativo que se desarrolla a lo largo del último capítulo (*Edición, presentación y montaje del programa*) representa la apasionante tarea de crear un algo de la nada donde confluyen las más dignas esencias del medio, a saber, la imaginación, la creatividad, el esfuerzo colectivo; y, en definitiva, la magia radiofónica.

La mayor virtud de la obra que se reseña es su innegociable aplicabilidad. En cierta manera parecen unos apuntes docentes puestos en limpio y paginados lo que no le resta importancia y mucho menos valor, todo lo contrario. La meticulosidad con la que la autora desgrana y construye el libro es una característica propia de Rodero que ya ha estampado en el pasado en obras como las citadas al comienzo de la reseña. *Creación de programas de radio* es, por tanto, una gran aportación, una gran construcción teórico-práctica de una brillante hormiguita.

Jon Murelaga Ibarra
Universidad del País Vasco (UPV/EHU)