

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual

---



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



ESCOLA POLITÈCNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

**El lenguaje radiofónico: Cómo generar interés y mantener la atención de la audiencia. El caso de “El Ciudadano García” en Esto me suena y su extrapolación a Esto me cuentan**

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Autor/a:

**Pedro Pablo Saiz Esteve**

Tutor/a:

**Raul Terol Bolinches**

**GANDIA, 2021**

## **RESUMEN**

La radio, al igual que los demás medios de comunicación, tiene un lenguaje y un código específicos de los que se nutren sus profesionales para construir sus programas. El lenguaje radiofónico se compone de: la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio. No hay una forma única y correcta de su uso, sino que tiene una ilimitada riqueza expresiva y sugestiva que conseguirá adecuarse o no a un determinado programa y contribuir a su éxito en función del modo en el que se decida expresarlo.

La prioridad como profesionales de la comunicación es conseguir que este lenguaje sea entendible y atractivo, manteniendo la atención de los oyentes y captando el interés del público objetivo. El presente TFG pretende indagar y obtener una serie de elementos clave que permitan conseguir la atención de los oyentes y, entre otras cosas, hacer más atractivos algunos temas que a priori no lo puedan parecer.

“El ciudadano García”, dirigiendo y locutando en Esto me suena de RNE, consiguió duplicar la audiencia del programa predecesor en su franja horaria y trasladar este éxito a otros programas de su sello como Esto me cuentan. A través de este caso práctico, este trabajo persigue comprender cómo se consigue esta repercusión.

**PALABRAS CLAVE:** Radio, lenguaje radiofónico, audiencia, RNE, Ciudadano García.

## **ABSTRACT**

Radio, like any other media, has a specific language and a specific code that its professionals use to construct their programmes. The radio language consists of: voice, music, sound effects and silence. There is no single correct way of using it, but it has an unlimited expressive and suggestive richness that will adapt or not to a given programme and contribute to its success depending on the way in which it is decided to use it.

The priority as communication professionals is to make this language understandable and attractive, keeping the attention of listeners and capturing the interest of the target audience. This TFG aims to investigate and obtain a series of key elements that will allow us to get the attention of listeners and, among other things, to make some topics more attractive, which at first sight may not seem so.

"El ciudadano García", directing and hosting RNE's Esto me suena, managed to duplicate the audience of its predecessor programme in its time slot and to transfer this success to other programmes of its stamp, such as Esto me cuentan. Through this practical case, this work aims to understand how this impact is achieved.

**KEYWORDS:** radio, radio language, audience, RNE, Ciudadano García



# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	5
1.1 Presentación .....	5
1.2 Objetivos .....	6
1.3 Metodología.....	6
2. LENGUAJE RADIOFÓNICO .....	8
2.1 Definición y componentes.....	8
2.2 La palabra .....	9
2.3 La música .....	11
2.4 Los efectos sonoros .....	13
2.5 El silencio .....	15
2.6 Condicionantes.....	16
3. LA PERSUASIÓN .....	17
3.1 Definición y finalidad de la persuasión.....	17
3.2 Claves de la persuasión en la radio.....	18
4. EL CIUDADANO GARCÍA.....	23
4.1 Trayectoria y antecedentes.....	23
4.2 Esto me suena: las tardes del Ciudadano García .....	24
4.2.1 Trayectoria del programa .....	24
4.2.2 Contenidos del programa .....	26
4.3 Esto me cuentan.....	28
4.4 Las estrategias del Ciudadano García y su equipo en ambos programas.....	30
4.4.1 Ambiente y usos de la música.....	30
4.4.2 Uso de los efectos de sonido .....	32
4.4.3 Temas, secciones y colaboradores .....	33
4.4.4 El papel del oyente.....	37
5. CONCLUSIONES .....	40
6. BIBLIOGRAFÍA .....	43

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Presentación

En una sociedad donde cada vez prima más el contenido de consumo rápido y se es bombardeado constantemente por información visual y auditiva, es más importante que nunca crear un contenido honesto y de calidad, que no pase desapercibido y que sea lo suficientemente interesante como para que las personas decidan dedicarle su tiempo.

Esto se aplica también a la radio, un medio más íntimo que únicamente acompaña al oyente de manera auditiva y que, justamente por ello, ha de esforzarse más por retener su atención. A estos efectos cabe preguntarse cuáles son las estrategias que hacen a un programa más atractivo y cómo se puede conservar el interés de la audiencia

A lo largo de este trabajo se ha investigado qué es aquello que consigue generar interés y mantener la atención de la audiencia en la radio. Se ha definido el lenguaje radiofónico desgranando sus componentes, explicando sus características y sus aplicaciones en la radio, resaltando aquellos elementos que marcan la diferencia y consiguen hacer que un programa destaque entre los demás. De este modo, se demuestra la versatilidad, riqueza y utilidad del lenguaje radiofónico.

Asimismo, se ha proseguido con la investigación en el campo de la persuasión, analizando sus bondades y aplicación en la radio sin llegar a entrar en el territorio de la manipulación, buscando la aceptación del oyente y aquellos aspectos que ayudan a hacer el contenido más atractivo sin engañar a quienes escuchan un programa de radio.

Finalmente, en el presente Trabajo Final de Grado también se analizan las técnicas que el “Ciudadano García” pone en práctica en *Esto me suena* y que llevaron al programa a duplicar la audiencia de su predecesor en la misma franja horaria y, posteriormente, a aumentar significativamente la suya propia. Se estudia también cómo se pone en práctica la persuasión y la destreza en el uso de los elementos del lenguaje radiofónico, así como su adaptación a *Esto me cuentan*. Todo ello con intención de extraer buenas prácticas y de ver aplicada la teoría a un caso real.

## 1.2 Objetivos

### Principal:

- Extraer una serie de aspectos clave para generar interés en los oyentes y captar su atención.

### Secundarios:

- Comprender los mecanismos y componentes del lenguaje radiofónico.
- Conocer y profundizar sobre los códigos y convenciones de la radio como medio de comunicación.
- Analizar cómo se aplican los conceptos a la hora de generar interés en el caso práctico de *Esto me suena* y *Esto me cuentan*.

## 1.3 Metodología

Para llevar a cabo la investigación, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica tanto en libros como en páginas web. Los libros han supuesto el grueso del marco teórico, tanto en la parte dedicada a los conceptos puramente radiofónicos como en la dedicada a la persuasión. Para la radio, Armand Balsebre ha sido el autor de referencia en la base teórica de este trabajo, un catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad con prestigio y numerosas investigaciones en cuanto a la radio se refiere. Para la persuasión, Javier de Santiago Guervós ha sido el autor de referencia, un catedrático de la lengua española referente en la investigación de la persuasión. Aparte de estos dos autores, se ha acudido a otros referentes de calidad, muchos de los cuales también se han basado en Balsebre o Guervós.

En cuanto a las páginas web, se ha tratado de que la mayoría de ellas tuvieran información de confianza, tratándose en su mayoría de artículos de periódico, webs educativas o páginas oficiales, como es el caso de la web del Ministerio de Educación.

A partir de la teoría base, se ha analizado cómo se aplica en un caso práctico real de un programa de radio y a la vez se han extraído más técnicas utilizadas y buenas prácticas. Los programas elegidos para el análisis han sido dos en específico: *Esto me suena* y *Esto me cuentan*. Se han seleccionado estos dos programas para el análisis porque la forma de hacer radio de José Antonio García es considerada especial y estos son sus dos programas principales, el primero de ellos fuera de emisión y el segundo actualmente en antena.

También porque pertenecen a la radio pública española, por su forma característica de tratar los temas, su experiencia en antena, sus datos de audiencia y su capacidad de atraer oyentes que se consideran fuera de su *target*. Además, son programas con los que se tiene cierta familiaridad y de los que se posee conocimiento.

Para el análisis de los programas se han escuchado diez de ellos, sumándose a los que ya habían sido escuchados con anterioridad por puro entretenimiento y a aquellos escuchados con fines informativos para la parte teórica del trabajo, y en diferentes etapas de los programas, sobre todo de *Esto me suena* por su larga trayectoria, extrayendo información básica como la duración, secciones o colaboradores y examinando temáticas y estrategias utilizadas, comparándolas con la teoría extraída de los libros y páginas web.

Finalmente, al análisis de los programas se le ha sumado la realización de una entrevista al director y presentador de ambos programas, José Antonio García, al cual se hace alusión a lo largo del trabajo como “Ciudadano García”, nombre por el que es más conocido. Esta entrevista se le ha realizado vía telefónica, con previa confirmación mediante correo electrónico y ha sido transcrita con ayuda de la herramienta de transcripción que proporciona Office 365 en Word. Ha sido anexada al presente Trabajo Fin de Grado y utilizada como base de información para la descripción de ambos programas, como ratificación de la información obtenida de la web, ampliación del análisis de ambos programas y visión personal desde una perspectiva interna de ambos programas.

A través de todas estas fases del trabajo se ha ido aprendiendo y obteniendo información dando lugar a una serie de conclusiones redactadas en su propio apartado al final del trabajo.

## 2. LENGUAJE RADIOFÓNICO

### 2.1 Definición y componentes

El lenguaje se basa en el uso de signos para codificar mensajes en un proceso comunicativo interactivo entre emisor y receptor. Cada lenguaje tiene un código o repertorio de posibilidades distinto que permiten producir unos enunciados significantes. El lenguaje radiofónico no es únicamente el lenguaje verbal en la radio, sino que está constituido por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio. La significación de estos elementos viene determinada por los recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y la inmensidad de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginación visual de los oyentes. (Balsebre, 1994)

Es decir, el lenguaje radiofónico tiene unos componentes propios (figura 1) que pueden dotar de un mayor o menor interés a aquello de lo que se habla dependiendo de la utilización que se les dé a cada uno de ellos.

Balsebre (1994) propone un ejemplo muy clarificador en el que se trata un mismo tema informativo con dos usos diferentes de los elementos del lenguaje radiofónico. En ambos casos se habla del tema de la emigración rural, pero en el primero se aborda el tema a través de estadísticas, encuestas, declaraciones de expertos, análisis y contraste de datos, mientras que en el segundo se habla de dos campesinos, se escuchan los pájaros y la naturaleza alrededor, ambos comentan el viaje que emprenderán a la gran ciudad y, a partir de esta historia, se van descubriendo los datos informativos. Esto es, se expone el mismo tema, pero de manera diferente en cada caso y sin alterar la información en ninguno de ellos. El primer caso es más literal y el segundo hace un uso más rico y creativo del lenguaje radiofónico, dramatizando y añadiendo efectos sonoros.

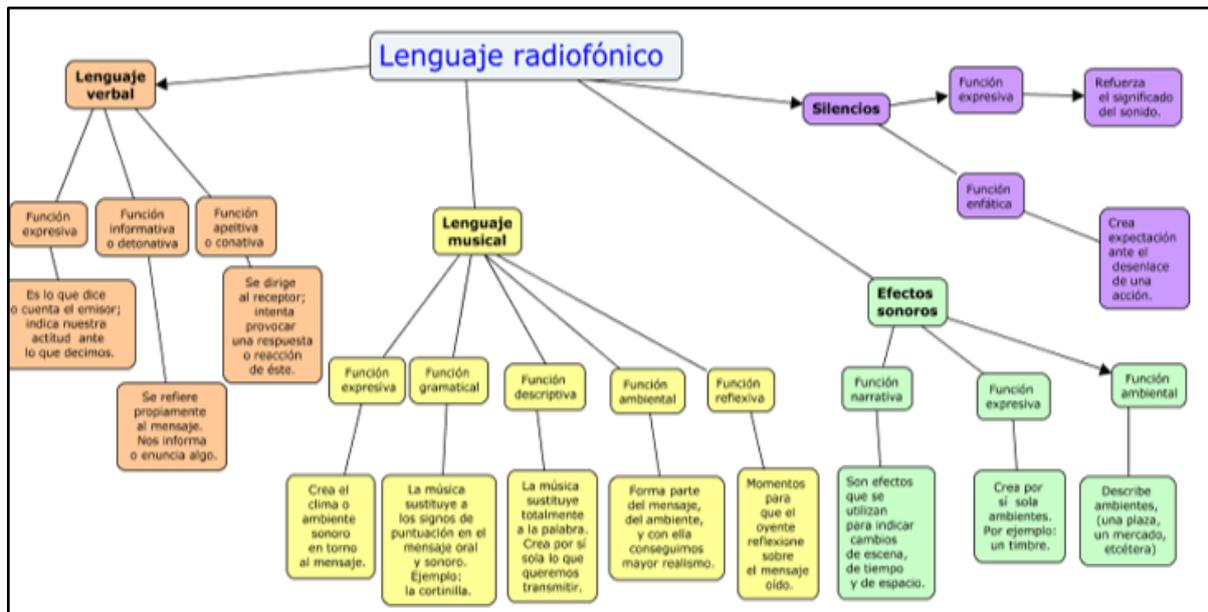


Figura 1. Elementos del lenguaje radiofónico. Fuente: NTE.mx, s. f.

Sin embargo, desde una perspectiva más global, también se deben considerar dos elementos más como constituyentes del lenguaje radiofónico: la tecnología y el oyente. La tecnología influye decisivamente en la codificación de los mensajes sonoros en la radio: la señal original se edita, se filtra, se reproduce con diferentes dispositivos, se capta con micrófonos que distorsionan la onda original y con una curva de respuesta diferente a la del oído humano, etc. Y el oyente percibe e imagina según sus propias limitaciones. (Balsebre, 1994)

## 2.2 La palabra

García Fidalgo (2021) afirma:

La palabra radiofónica se vale tanto del texto escrito como de la improvisación, que requiere cierto entrenamiento o facilidad. En este sentido, es aconsejable huir del texto que parece leído, aunque en realidad sea así, aportando todos los recursos profesionales para hacerlo parecer un texto sonoro conversacional (párr. 8)

La palabra es el principal instrumento del locutor radiofónico y depende de él mismo saber usarlo adecuadamente. El locutor debe de ser consciente de la fugacidad del mensaje en el entorno de la radio y debe hacerlo lo más transparente posible puesto que el oyente no puede volver a escuchar lo que se le intenta transmitir y se ve condicionado por la velocidad, el orden y el momento del mensaje.

A la hora de escribir para la radio se ha de tener presente el medio en el que se trabaja y por ello se debe dotar de claridad a las frases que se emplean, haciendo uso, en la medida de lo posible, de frases cortas y concisas, que no supongan un hándicap a la hora de asimilarlas por parte del oyente, ya que esto merece un tiempo de decodificación que el oyente no tiene y además lo interrumpe y distrae del resto de contenido que el emisor sigue dando. A estos efectos, el locutor está obligado a dominar la ortografía, la sintaxis y la gramática, además de poseer un vocabulario rico. (Radio Televisión Española [RTVE], s.f.a)

A esto se le debe unir un tono comunicativo que exprese con distintos matices personales y adaptados al ritmo, cadencia y entonación que se requieran en cada momento.

Balsebre(1994) habla de “color de la palabra” para hacer mención al complejo uso interrelacionado del tono, el timbre y la intensidad. Tres elementos que hay que saber dominar a la hora de expresar ideas en la radio y, sobre los cuales, Emma Rodero (2018) da las claves de su uso en las charlas TED de Malagueta.

El timbre depende de la voz que tiene cada persona y hará más amena la escucha en función de su calidad y su diversidad. Por ello, tener diferentes timbres de voz en un programa de radio mejorará la riqueza del mismo y alejará al oyente de la monotonía, lo que quiere decir que es aconsejable tener al menos dos voces distintas (que podrían ser las de un hombre y una mujer, con timbres distintos). Aun así, el timbre es ligeramente modificable con la apertura de la boca y es recomendable abrir bien la boca al hablar.

La intensidad depende primordialmente del control voluntario de la respiración que permite al locutor tener presencia y organizar sus respiraciones para no cortar el mensaje y controlar el ritmo para no pausarlo demasiado o aumentar en exceso su velocidad por falta de aire. Así como dotar de mayor intensidad o expresión a determinadas palabras consideradas más importantes o con mayor relevancia en el contexto en el que se estén empleando. Y, aunque es principalmente un proceso mecánico, también lo es mental y es aquí donde se ha de incidir, puesto que para parecer creíble se debe utilizar una intensidad enérgica, sin llegar a gritar, y evitar así una apariencia de bajo estado de ánimo e interés, siempre y cuando no sea interesante por el contexto del momento.

El tono viene marcado por la voz empleada y tiene relación con el timbre en cuanto a que también es característico de la persona que habla. No obstante, el tono se puede modular y utilizar graves y agudos en función del tipo de mensaje que se quiera transmitir, evitando la monotonía y consiguiendo entonar correctamente a lo largo del discurso. Por lo general, existe una preferencia por las voces graves, ya que son más atractivas y creíbles.

El color de las voces dará distintos matices al programa radiofónico que se han de saber controlar para adecuarlo a las pretensiones. Por ejemplo, una voz grave e íntima suele producir un mejor efecto, ya que denota presencialidad y un contacto psicológico más estrecho con el oyente y, por el contrario, una voz aguda denota más claridad e inteligibilidad y una menor presencia. Dependerá del realizador del programa considerar qué tipo de voz encaja mejor con los propósitos comunicativos y expresivos del programa o de cada sección del mismo. (Balsebre, 1994; Rodero, 2018)

Para ilustrar la importancia que tiene una voz adecuada a las necesidades del contexto basta con observar el ejemplo de la exprimera ministra británica Margaret Thatcher quien, teniendo una voz algo aguda para sus propósitos de cara al poder, “contrató a un entrenador de habla profesional para ayudarla a sonar más autoritaria, bajando deliberadamente el tono de su voz en casi 60 Hz, algo que la hizo sonar mucho más decidida y poderosa” (Alonso, 2018, párr. 5)

### **2.3 La música**

El Centro de Formación Innovación y recursos para el profesorado [CEFIRE] (s.f) escribe:

Que la música amansa a las fieras, parece claro, y que una buena melodía vale millones, también, y si no, que se lo digan a los publicistas. Una música adecuada va a ayudarnos a captar al oyente y a anclarlo al mensaje que le queremos contar. Pero además, nos puede ayudar a organizar lo que queremos decir, o proponerle un ambiente sugerente que le ayude a imaginar una situación. (párr. 1)

La música es un elemento clave en la radio y la relación entre estos dos términos es tan cercana que costaría imaginar una radio sin música. En cualquier programa hay espacio para la música y más aún si se trata de uno dedicado expresamente a ello. (Perona Páez, 2007)

Conocer las capacidades y utilidades de la música puede aumentar el valor y el éxito de un producto radiofónico. De por sí sola, tiene la capacidad de entretener, animar y deleitar a un gran número de oyentes con gustos diferentes pero, además, también tiene valor como contexto y utilidad a la hora de elaborar relatos. Sin embargo, se ha de ser consciente del tipo de música que se utiliza en cada caso (instrumental, ambiental, vocal...) y de las características de cada canción, puesto que no se debe elegir únicamente por la melodía o las sensaciones que provoca, también se debe tener en cuenta la letra de la canción y el

mensaje que da, ya que puede ser muy delicado en algunos casos e incluso influir negativamente en aquello que se quiere contar. (Sánchez Cid, 2019)

Atendiendo a esto, la música es polisémica, no solo porque pueda ofrecer diferentes significados por sí misma, sino porque se puede obtener de ella diferentes significados en función del contexto, puesto que es este último el que delimita los pensamientos musicales que pueda tener el oyente al contrario de lo que ocurre con el lenguaje articulado, donde las relaciones con el contexto están más ligadas al significado del propio lenguaje.

La música, a pesar de tener su propio carácter, utiliza la presencia de otros elementos para realizarlos o servirse de ellos para realizarse. A estos efectos, la música es capaz de anclar el mensaje y organizarlo (aunque a veces un mal uso de esta puede convertirla en un factor de confusión), de favorecer la retención del mensaje en la memoria de los oyentes y de enlazar unos temas con otros. (Merayo, 2016)

Habiendo descubierto las bondades de la música es evidente que abarca un amplio espectro de posibilidades y funciones que amplían los recursos expresivos de los que de por sí dispone el medio y que sería muy extenso y complicado enumerar todos y cada uno de los fines. Por ello, al menos cabe especificar aquellos primordiales (Merayo, 2016; Sánchez Cid, 2019):

- 1. Ambientación de una época o localización específica:** Función referencial que permite diferenciar épocas o lugares en una historia, pudiendo realizar la función de *leitmotiv*<sup>1</sup>.
- 2. Elemento caracterizador de personajes y secuencias:** Función referencial para diferenciar personajes y situaciones.
- 3. Determinación del ritmo interno de la narración:** Función narrativa que permite mantener la tensión durante un tiempo prolongado (algo que de por sí sola la palabra no puede soportar), refuerza la acción narrada. Este es el sentido del uso de música de fondo en los titulares de los programas informativos.
- 4. Definición psicológica de secuencias:** Uso de la música con intención de conseguir cambios de ritmo según lo requiera el discurso. De esta manera se enfatizan los distintos ambientes, ya sean humorísticos, románticos, violentos, etc.

---

<sup>1</sup> Tema musical dominante y recurrente en una composición.

5. **Paso del tiempo en una narración:** Permite sugerir el paso del tiempo, que puede significar incluso el paso de años en un período de tiempo real que apenas dura unos compases.
6. **Antecedente o procesamiento de situaciones:** Predispone al oyente creando una evocación asociativa al contenido que va a escuchar y a la vez lo prepara para una reflexión acerca del contenido que va a escuchar o el que ha escuchado.
7. **Encadenamiento y transición:** Función sintáctica de la música que posibilita su uso como elemento de sutura que permite unir contenidos de un mismo programa, diferentes programas o diferentes secciones, ráfagas, sintonías, caretas...
8. **Elemento protagonista:** Función programática de la música, utilizándola como contenido central. Aunque no sea el contenido principal del programa se presenta en primer plano durante cierto tiempo como contenido único y principal del mensaje.

Se puede observar pues, que se hace necesario un conocimiento profundo de la música que se quiere utilizar para conocer los efectos que se pueden lograr con ella y si se adaptan, en cada contexto, a lo que en realidad se quiere conseguir haciendo uso de ella y no hacer un uso abusivo simplemente porque se piense que «quedará bien».

## 2.4 Los efectos sonoros

Los efectos sonoros son elementos esenciales para un medio carente de imagen como es la radio puesto que, entre otras cosas, ayudan a describir paisajes sonoros: lugares, ambientes y atmósferas<sup>2</sup>. No se deben confundir los efectos sonoros con ruidos, ya que estos últimos son fruto de un descuido o de señales indeseables que entorpecen la comunicación, aunque algunos escritos sobre producción radiofónica consideren a los efectos sonoros como «ruidos». Perona Páez (2007) describe el efecto sonoro como:

Aquel sonido, natural o artificial, que sustituye objetiva o subjetivamente la realidad, desencadenando en el oyente la percepción de una imagen auditiva, es decir, del referente al cual restituye. Las formas sonoras de un efecto se reconocen y se interpretan porque están

---

<sup>2</sup> Ambiente y atmósfera son elementos diferentes. Un ambiente hace referencia a una situación real y se obtiene generalmente mediante ruidos (corral, fábrica, estación...) y una atmósfera define una tonalidad psicológica y muy a menudo está sugerida por música (misterio, alegría, serenidad...).

asociadas al mundo que nos rodea: objetos, animales, fenómenos meteorológicos, etc., aunque en ciertas ocasiones dichas formas pueden no tener un referente real, como por ejemplo las señales horarias radiofónicas o el sonido de una nave extraterrestre. (2.2.3, párr. 2)

Es decir que, en general, los efectos sonoros tienen referentes reales, pero en ocasiones se trata de efectos que se asocian a convenciones creadas a lo largo del tiempo, como por ejemplo el ruido que hace un zombi o una espada láser, que son elementos que no existen y a los cuales se les ha asignado un sonido identificativo por uso y repetición.

Asimismo, la asociación de ciertos sonidos a determinadas situaciones se ve condicionada por otros elementos, como pueden ser las distintas personalidades o culturas que existen, puesto que no todas las personas asocian igual ni todas las culturas tienen las mismas convenciones.

Al igual que sucede con la música, los efectos sonoros pueden cumplir diferentes funciones (Balsebre, 1994; Perona Páez, 2007):

- **Función ambiental o descriptiva:** El efecto sonoro ayuda a describir un lugar o ambiente con elementos de este que, en combinación, ayudan a crear una imagen mental del lugar al que hacen alusión. Por ejemplo, el sonido de un silbato, un tren y el movimiento de maletas dan al oyente la sensación de situarse en una estación de trenes.  
Además de situar, los efectos ayudan a crear una impresión de verosimilitud del mensaje, situando los diálogos en el lugar en el que corresponden. Es tal esta faceta de los efectos sonoros ambientales o descriptivos que, aunque un efecto pueda resultar redundante en una determinada circunstancia, el oyente espera escucharlo y el no hacerlo puede conseguir crear una situación inverosímil.
- **Función expresiva:** Ocurre cuando un efecto sonoro tiene de por sí un significado propio y él solo puede despertar en el oyente sensaciones y emociones basándose en metáforas. Así, el tictac de un reloj podría generar la sensación de una bomba a punto de estallar. La fuerza expresiva de cada efecto dependerá de su duración y presencia y cómo se combine con la palabra y la música, pero el efecto sonoro expresivo siempre tendrá una presencia más significativa que el ambiental o descriptivo. Al igual que en el cine, se trata de «la magia del montaje».
- **Función narrativa:** Hay efectos sonoros que desempeñan una función narrativa y que por sí solos aluden a una acción, como podría ser el sonido de una puerta

abriéndose. Sin embargo, se debe tener cuidado, porque el hecho de repetir un mismo efecto constantemente puede desencadenar la inverosimilitud, por lo que es aconsejable que uno mismo cree sus propios efectos sonoros y, aún así, modificarlos en caso necesario, ya que el oyente no se creerá que un personaje pase por distintas puertas cuando el sonido de estas es idéntico. El efecto sonoro también puede hacer la función de nexo entre secuencias o bloques temáticos de un programa.

- **Función ornamental:** Se produce cuando el efecto sonoro simplemente sirve de refuerzo, de acompañamiento y no es un efecto imprescindible para situar al oyente, a diferencia de los efectos ambientales, sino más bien estético, para dar «color». Por ejemplo, en un ambiente de bar podríamos escuchar una máquina tragaperras, pero no es un efecto esencial, podría estar o no.

Los efectos sonoros son muy útiles y se debe tener presente la tendencia que tiene el cerebro humano a asociar sonidos con sensaciones y conceptos, sabiendo en cada caso qué efecto se acerca más a las pretensiones del momento. Sin embargo, hoy en día el papel fundamental de los efectos sonoros en la radio se ve enmascarado por la palabra y la música.

## 2.5 El silencio

Podría parecer que el silencio poco tiene que ofrecer, pero es otro de los elementos del lenguaje radiofónico y, al igual que los anteriores, es capaz de describir, narrar, expresar... Por definición el silencio es la ausencia de sonido. Cuando no se escucha música, efectos de sonido u otros. Aun así, el verdadero sentido del silencio solo puede ser obtenido a partir de su relación con los elementos que le preceden o le son posteriores. (Perona Páez, 2007)

Hay que ser cauto con el uso de los silencios, pues a partir de una determinada duración éste actúa negativamente en el proceso de comunicación y el oyente puede tener la impresión de que se trate de un fallo del programa o a la hora de recibir la emisora, lo que puede impulsarlo a cambiar de emisora. Esto se refuerza por el miedo al silencio que impera en la sociedad y ese conocido «momento incómodo» marcado por el silencio en una conversación. (Balsebre, 1994; Perona Páez, 2007)

A pesar de las dificultades que pueda ocasionar el silencio, es un elemento que permite grandes posibilidades artísticas y expresivas. Sin embargo, no es un elemento que todo el mundo sepa utilizar y por ello en gran número de situaciones es una estrategia que no se tiene en consideración en el momento de idear la forma de expresar las ideas o mensajes

que se desean. Aunque se utiliza en muchas ocasiones sin ser consciente de ello para marcar ritmos en el discurso o enfatizar determinadas palabras o expresiones, no se debe confundir el silencio con la pausa. El silencio al que se hace alusión en este apartado es aquel que se prolonga de forma más acusada, entre tres y cinco segundos.

No obstante, de forma más consciente, se le puede dar usos más enriquecedores como podría ser un pequeño tiempo de reflexión para el oyente, una elipsis, dejar inacabada una oración con intención de que el oyente la continúe en su cabeza... (Balsebre, 1994; Perona Páez, 2007; Merayo, 2016)

## **2.6 Condicionantes**

Cuando en el presente trabajo se introduce el concepto de lenguaje radiofónico, se habla de dos elementos más que no son considerados oficialmente como constituyentes del lenguaje radiofónico pero que, observándose desde una perspectiva más global, son dos elementos importantes a considerar. Estos son el oyente y la tecnología, ambos condicionantes del modo en el que se creará y se recibirá el mensaje radiofónico.

El oyente es un participante en el proceso de comunicación de la radio. Un participante que no siempre está activo y prestando atención y el que debe recibir y descodificar el mensaje, entenderlo. El oyente se distrae fácilmente y más aún si el programa que escucha solo le ofrece música de fondo y nada interesante en lo que pueda poner atención. Por lo tanto, al oyente se le ha de dar contenido, un contenido que no suponga un gran esfuerzo en un medio como la radio, en el que la información es fugaz. Por ejemplo: no es aconsejable dar gran cantidad de datos que el oyente no pueda asimilar.

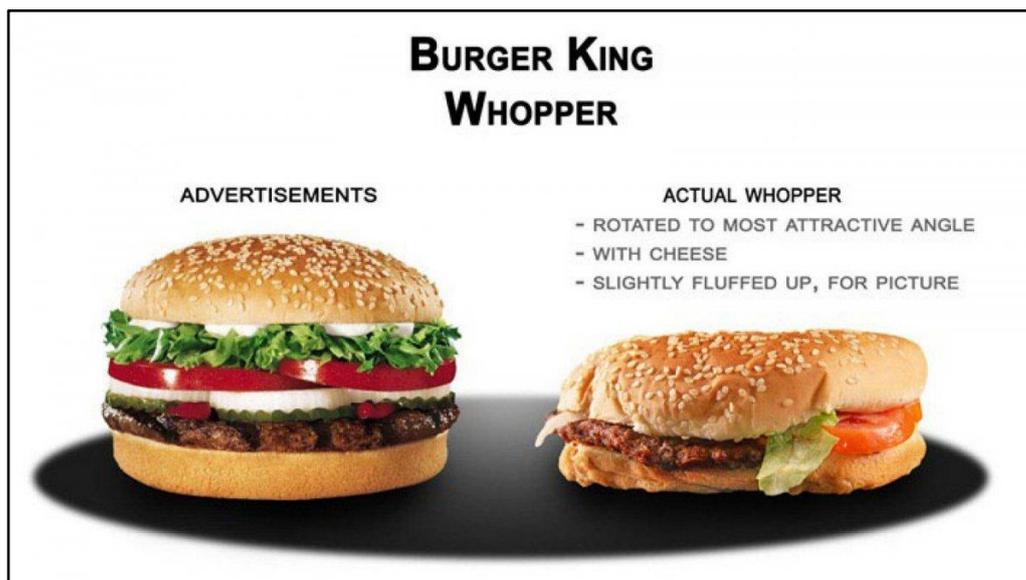
Además, el oyente no está viendo nada de lo que se le está contando, puesto que la tecnología que utiliza la radio no dispone de imagen, lo cual es una gran ventaja en algunas ocasiones, pero una dificultad añadida al éxito comunicativo. Este impedimento del propio medio hace que el oyente solamente pueda recibir estímulos auditivos, que se entremezclan con otros muchos estímulos que pueda estar teniendo a la vez (conducir un coche, ruido del vecino, niños alrededor, etc) y de los que el productor del programa radiofónico no es sabedor, pero sí que puede ser consciente. Para asimilar correctamente la información, el oyente necesita un tiempo de reacción que el locutor ha de saber otorgarle, ya sea con pausas, música, efectos sonoros u otros. Por ello, a veces es aconsejable repetir determinadas ideas, aunque pueda parecer redundante. (Balsebre, 1994)

### 3. LA PERSUASIÓN

#### 3.1 Definición y finalidad de la persuasión

La persuasión es el acto de convencer a alguien sobre algo concreto. Cambiar la actitud de una persona para que haga, crea u opine algo que originalmente no haría, es decir, tiene como objetivo influir en una persona. Se suele utilizar sobre todo en publicidad y política, pero la realidad es que inunda el día a día de las personas y en cualquier lugar hay elementos de persuasión, como en la radio. (Peiró, 2021)

Actualmente, la persuasión tiene una connotación negativa en la sociedad, puesto que se entiende persuasión como manipulación y engaño (figura 2), sin embargo, se trata más de tener habilidades sociales que de engañar a las personas. Una persona que persuade argumenta y conecta emocionalmente con los demás, esto es, consigue que la persona que tiene delante esté en un estado emocional similar y por lo tanto más abierta a escuchar dichos argumentos. No obstante, el hecho de que la publicidad utilice la persuasión para predisponer favorablemente al usuario/cliente contribuye a estigmatizar la persuasión. (Sánchez Nadal, 2019)



**Figura 2.** Manipulación en anuncios, publicidad engañosa. Fuente: Torralba, s. f.

La clave de la persuasión es que la otra persona se sienta a gusto después de haber decidido actuar de acuerdo con lo que se le ha propuesto, la persuasión manipulada apenas dura un

momento, tiene una vida corta y esto no interesa aplicarlo a los programas radiofónicos, donde se pretende que el oyente se sienta a gusto con el programa, le guste, lo disfrute, se quede a escucharlo y repita en siguientes ediciones. (Lakhani, 2015)

Por lo tanto, lo que se pretende en este punto del trabajo es mostrar las bondades de la persuasión aplicadas a los medios de comunicación, en concreto, a la radio. Una persuasión que nada tiene que ver con la manipulación y que consiga aumentar la audiencia, captar su atención y mantenerla.

### **3.2 Claves de la persuasión en la radio**

Las técnicas de persuasión existentes son numerosas y no es la intención de este trabajo enumerarlas todas, sino más bien sugerir una serie de aspectos deseables a tener en cuenta en la realización de un programa radiofónico con intención de captar y mantener la atención de los oyentes.

Hay que tener en cuenta que el oyente no es tonto y que el ser humano es el resultado de una suma de experiencias vividas por sus antepasados y por ello no se le ha de ningunear. Aun así, se puede asumir que el ser humano es previsible y esto resulta fundamental en la comunicación persuasiva. Esta previsibilidad hace que las personas sean reticentes a los cambios, que busquen crear rutinas y hábitos de vida. (Guervós, 2012)

Por lo tanto, cuando se crea un programa de radio es importante convertirlo en una rutina para el oyente, es decir, utilizar horarios de emisión fáciles de recordar y que no varíen o, al menos, que no lo hagan con mucha frecuencia, intentar que las secciones del programa, si las tiene, comiencen siempre a la misma hora, que los colaboradores o participantes tengan cada uno un horario definido y, en definitiva, que se realicen actividades similares en horarios establecidos. De esta manera, el oyente, que no siempre escuchará el programa entero, podrá intuir sobre qué hora empieza la sección que le gusta o se escuchará la opinión que él mismo mandó al programa, etc. Y así, podrá adaptar rutinas en torno a los horarios del programa. Porque cuando se habla de rutinas no se hace alusión a programas predecibles y aburridos que siempre son iguales, ya que esto se traduce en una pérdida de oyentes.

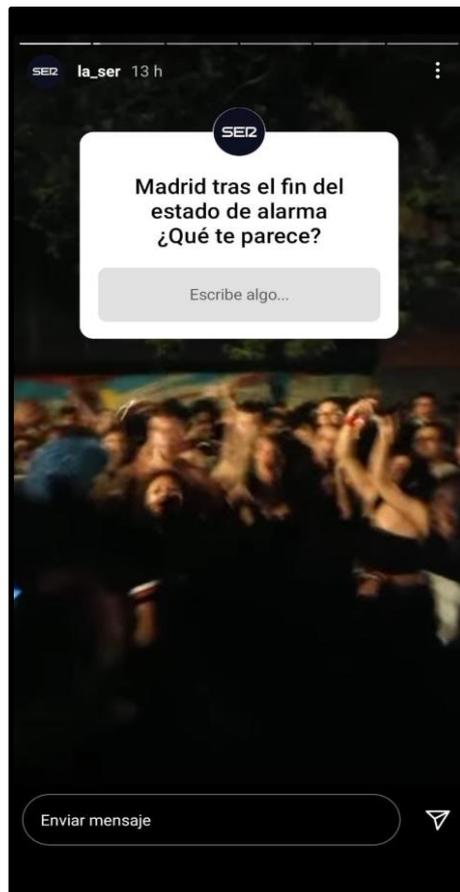
Asimismo, es un hecho a remarcar que las personas son predominantemente emocionales y reaccionan primeramente con impulsos emocionales antes que racionales. Las reacciones universales del ser humano se dan sobre todo buscando una reducción del miedo, de la

incertidumbre, las personas no pueden vivir en un estado de incertidumbre constante. (Guervós, 2012)

Aprovechando esta acusada prevalencia de las emociones en el cerebro humano, un programa de radio puede utilizar la incertidumbre para generar interés en el oyente, tanto para evitar que cambie de emisora durante la publicidad como para darle motivos para escuchar el próximo programa adelantando algo de información sobre una temática de interés que se tratará después de publicidad o en el próximo programa. También es fundamental tratar los temas desde el punto de vista emocional y contarlos de una forma diferente, siempre sin desinformar ni tergiversar. Una manera interesante de hacerlo es apelar a la autoimagen, es decir, relatar algo de tal modo que el oyente quiera sentirse identificado con lo que se está detallando. (Guervós, 2012)

Por ejemplo: se comenta que un niño de 12 años ha hecho un gran descubrimiento físico que nadie había tenido en cuenta y que la NASA está interesada en ofrecerle un futuro puesto de trabajo y le paga el viaje a Estados Unidos, además de dos semanas de estancia en un hotel de la zona para hacer turismo. Después de contar esta historia y hacerle una entrevista al niño, los oyentes empatizarían con él e incluso les gustaría verse reflejados en tal situación.

Es igualmente fundamental, aparte de despertar emociones, contar historias. El contenido de un programa gana interés al ser contado mediante historias, ya que éstas tienen de por sí el poder de atrapar la atención de los oyentes y, además, si el narrador es bueno, el oyente se sumergirá totalmente en el relato. Aquel que escucha una historia no solamente se deja deslumbrar por un uso armonioso y preciso del lenguaje, sino que tendrá una fiabilidad absoluta en un discurso bien ordenado y adornado por alguien que domina el lenguaje. Para ello se han de construir debidamente las historias, haciéndolas comprensibles, captando emociones, respondiendo a las dudas que se pudieran originar en las cabezas de quienes están escuchando y consiguiendo dar la suficiente información para que el oyente por sí solo llegue a las conclusiones necesarias. Finalmente, cabe esperar obtener un *feedback* por parte del oyente, al cual se puede forzar para que sea activo con oraciones del tipo «comentadnos si a vosotros mismos o si tenéis algún conocido al que le haya ocurrido esto y cómo salió de esa situación», «enviad un audio de whatsapp / mensaje al contestador / redes sociales contándonos qué opináis de...» (figura 3) y cuyas respuestas podrán ser utilizadas en los programas, demostrando que se leen las opiniones de los oyentes. (Guervós, 2012; Lakhani, 2015)



**Figura 3.** Publicación de *Cadena SER* en su perfil de *instastories* de *Instagram*. Fuente: Cadena SER, 2021

Todo lo expuesto anteriormente no sirve de nada si no se conoce la opinión que tiene el oyente sobre el programa: se debe oír la emisora como los oyentes. Se buscará, por tanto, la interacción de los oyentes con iniciativa, es decir, los usuarios activos, aquellos que intentan contribuir en el resultado final del programa de radio y que no solo escuchan con pasividad y sin predisposición a participar en el programa, como hacen los usuarios pasivos.

(Terol, 2016)

Las personas que trabajan en un programa de radio pueden pensar que están haciendo todo lo que pueden y que lo están haciendo muy bien, aunque la realidad pueda ser muy diferente. Lo que para un programa de radio o emisora es la realidad del programa, puede que no sea la percepción que tiene el oyente sobre el programa y la emisora, se debe conocer la percepción que tiene el oyente para así saber qué imagen da el programa y qué es lo que gusta o no y como lo percibe el oyente, aunque no sea así. Es decir, no importa que el realizador de un programa piense que se escucha mucha música en su programa si el oyente piensa que la cantidad de música que se reproduce durante el programa es insuficiente ya

que, sea o no cierto, lo realmente importante para la emisora es la percepción que tiene el oyente y es lo que hará que se quede escuchando o que se marche. (Norberg, 1998)

Viendo lo engañosas que pueden ser las percepciones que tiene uno mismo sobre su propio programa, es igualmente interesante no tomar en solitario las decisiones importantes que afecten al modo de proceder del propio programa. Cuando haya una decisión importante a tomar, es preferible que sea un grupo de personas los que evalúen los efectos de dicha decisión y si es interesante tomarla o no, puesto que una sola persona muchas veces no es capaz de ver con objetividad los problemas que tiene a su alrededor y, aunque sea capaz de ello, se le pueden escapar cosas que otras personas le pueden ayudar a ver. En este caso, serían los propios oyentes los que ayudan a tomar determinadas decisiones, pero también es interesante que sean un grupo de personas los que tomen la decisión final de hacer algo. Esto es lo que se conoce como *polarización colectiva* (Beauvois, 1987)

Otra forma de tomar ideas para captar la atención de los oyentes en la radio es estudiando a los líderes: las emisoras que tienen un largo recorrido y éxito con programas similares al que se quiere hacer o se está haciendo, pero diferenciando la propia emisora. Lo que quiere decir que hay que diferenciar el programa radiofónico propio cogiendo ideas, pero sin copiarlas, puesto que no se puede vencer al líder copiándole. (Norberg, 1998)

Tanto es así, que es común que todas las emisoras de radio tengan programas similares. Lo más reconocible ocurre con los programas mañaneros, el *prime time*<sup>3</sup> de la radio, donde todas las emisoras luchan por conseguir la máxima audiencia posible con programas que son esencialmente iguales (música para despertarse, noticias mañaneras, locutores animados, actualidad del día, etc) pero a los que cada emisora le da su punto de personalidad, como podría ser el caso de *Las mañanas de RNE* y *El pirata y su banda*, dos programas de magacín mañanero con distintos tonos, el primero, de Radio Nacional de España, es más informativo y el segundo, de Rock FM, es más humorístico y musical (figuras 4 y 5).

---

<sup>3</sup> Término con el que se denomina comúnmente al horario de máxima audiencia de un medio.



**Figura 4.** Imagen de cabecera del programa *Las mañanas de RNE*. Fuente: RTVE, 2020



**Figura 5.** Imagen de cabecera del programa *El Pirata y su banda*. Fuente: Rock FM, s.f.

## 4. EL CIUDADANO GARCÍA

### 4.1 Trayectoria y antecedentes

José Antonio García Muñoz, más conocido como “Ciudadano García”, es un periodista y locutor español nacido en 1962 en Madrid, aunque su familia procede de Navalcán, en Toledo, un pueblo al que suele nombrar con frecuencia y que le ha dedicado una calle poniéndole su nombre “Calle Ciudadano García”. Es licenciado en Periodismo por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense y desde 1985 trabaja en Radio Nacional de España. (ABC, 2012)

Sus inicios tuvieron lugar en el programa *Tierra Nuestra*, un programa local de Madrid emitido en RNE. Aunque al principio era conocido como *Reportero García*, porque se equivocaban al decir su nombre, fue Carlos Herrera en el programa *Buenos Días* quien empieza a llamarlo *Ciudadano García*. También colaboró con Pedro Piqueras en 1992 en *Abierto los sábados*. No es hasta 2008 cuando tiene su primer programa propio, en el que dirige y presenta. Se llama *Esto me suena*, aunque se conoce también como *Las tardes del Ciudadano García*, y en su primera temporada apenas llegaba a la media hora de duración. En los próximos años se cambia de franja horaria y de duración. Además, este programa le hará ganar el premio Antena de Oro en 2016, unos premios creados en 1962 que se otorgan anualmente por la Federación de Asociaciones de Radio y Televisión de España a los profesionales más destacados en la industria audiovisual. (Kintana Gastaka, 2010; Prnoticias, 2016; Turpial, 2016) Y así lo hace saber en su programa *Esto me suena* del 25 de noviembre de 2016, sobre el minuto 18 de la tercera hora del programa. (García Muñoz, 2016)

A la vez que dirige y presenta su propio programa, el Ciudadano García hace su paso por televisión, formando parte de la presentación y locución de los encierros de Sanfermines en TVE junto a Pilar García Muñiz entre 2010 y 2012 y también colaborando en el programa *Las mañanas de la 1* en la misma emisora, pero esta vez entre 2010 y 2013, en el que también pasa por la sección *Saber cocinar*. (Fórmula TV, 2012)

A partir de 2019 empieza su cambio de programas radiofónicos, deja *Esto me suena* para comenzar su nueva aventura en *Esto me suena... a pueblo*, siguiendo el estilo de su anterior programa, pero enfocándose en la “España vaciada”, con programas más cortos y solamente sábados y domingos. En 2020 comienza un nuevo programa llamado *Esto me suena... en la cocina*, donde habla de gastronomía y se emite apenas media hora sábados y domingos. De

este programa sacará en 2021 un libro con el nombre del propio programa. A su vez que este programa, también en 2020, empieza un nuevo programa con el nombre de *Esto me cuentan*, un programa algo diferente a lo que acostumbra a hacer, pero siguiendo con su mismo estilo, que se emite todos los lunes en la madrugada durante una hora, de 2 a 3 de la mañana. Ambos programas continúan emitiéndose en 2021. (Kintana Gastaka, 2010; P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

A parte de su faceta como periodista y locutor tanto en radio como en televisión, durante estos años el Ciudadano García ha escrito tres libros. El primero de ellos, junto con otros autores, lo escribió en 2006 y el título es *Usted lo dijo en Buenos días*. Escribió también *Amnistía Internacional: crónicas de una organización incómoda* en 2008 y finalmente, el libro citado anteriormente y ligado a su último programa *Esto me suena... en la cocina*, en 2021. (Kintana Gastaka, 2010)

## **4.2 Esto me suena: las tardes del Ciudadano García**

*Esto me suena: las tardes del Ciudadano García* de Radio Nacional de España, más conocido como *Esto me suena* o *Las tardes del Ciudadano García*, es el programa con más repercusión de la carrera del Ciudadano García. Fue el primer programa que dirigía y presentaba y en el que se ha basado a la hora de crear sus posteriores programas, tanto en el nombre como en estilo del programa. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

Cuando García estaba de vacaciones o tenía asuntos que le impedían presentar y dirigir el programa, eran otros quienes se encargaban de hacer su papel. Normalmente esto sucedía en verano, aunque en determinados programas y por circunstancias especiales también ocurría. Habitualmente era David Sierra, subdirector de *Esto me suena*, quien lo sustituía. (Zumeta, 2018)

### **4.2.1 Trayectoria del programa**

El programa comenzó a emitirse en 2008 todos los días entre semana y con apenas media hora de duración, tal y como se comenta en el apartado de “trayectoria y antecedentes”. Sin embargo, algo que penalizó mucho al programa, y de lo que los oyentes se han quejado en numerosas ocasiones, fue el cambio de horarios a lo largo de sus temporadas. Aunque no es una cuestión que decida el propio programa, sino la dirección de la propia RNE.

En 2009, y hasta 2012, cambia su duración a una hora y se establece en el horario de 15:00 a 16:00. En 2012 vuelven a cambiar el horario de emisión, aunque manteniendo la duración del programa, para situarlo en la franja horaria de 5:00 a 6:00, horario que apenas durará un año. De 2013 a 2017 el programa gana cierta estabilidad y se sitúa en la franja horaria que siempre lo ha caracterizado y donde empezó a ganar popularidad, de 15:00 a 19:00. Durante este tiempo se le añadió la parte final al título oficial del programa, denominándose oficialmente desde entonces como *Esto me suena: las tardes del Ciudadano García*. Estos años de estabilidad fueron los mejores años para el programa. Finalmente, en 2018 el programa vuelve a cambiar su duración y pasa a durar tres horas, empieza a las 15:00 y acaba a las 18:00, aunque con mínimos cambios, las secciones se reubican y se mantiene la estructura del programa. Este último cambio se prolonga hasta 2019, cuando el programa como tal termina, después de hacer varios programas especiales, como el programa número 2500 (RTVE, 2019) (figura 6) o el programa “mejores momentos”, y se crea uno muy similar de media hora los fines de semana con el nombre de *Esto me suena... a pueblo*. (Kintana Gastaka, 2010; Radio Nacional de España [RNE], s.f.; RTVE, s.f.b; RTVE, s.f.c; RTVE, s.f.d; RTVE, s.f.e)



**Figura 6.** Ciudadano García y Álvaro Urquijo, vocalista de *Los Seceretos*, en el programa especial 2500 de *Esto me suena*. Fuente: RTVE, 2019b

En cuanto a las audiencias, según datos del EGM (Estudio General de Medios), en 2013, primer año en el que se estabilizan en una franja horaria durante más tiempo, el programa

del Ciudadano García consigue prácticamente duplicar el número de oyentes del programa que emitía anteriormente en su misma franja horaria, alcanzando los 245.000 oyentes diarios. (RTVE, 2013; Cortes Generales, 2013, p. 23) Aunque es un dato muy positivo, lo es aún más si se echa un vistazo a las audiencias de años posteriores, donde en ningún año bajan de esta cantidad de oyentes, e incluso llegan a los 365.000 oyentes diarios en 2014 (Periodista Digital, 2014), es decir, casi un 40% de crecimiento. Y es interesante conocer también que, en general, no bajaban de la cifra de los 300.000 oyentes diarios.

La cancelación del programa no se debió a malos datos de audiencias sino, como comenta el Ciudadano García en la entrevista que se le ha realizado para este trabajo, a un cansancio generalizado en el equipo que llevaba muchos años creando y buscando contenido que rellenaran las 3-4 horas del programa, lo que les quitaba muchas horas al día y sacrificar momentos de su propia vida o la inclusión de temas que no fueran tan interesantes con la intención de abarcar la franja horaria completa. Todo ello unido a otros temas más sensibles no relacionados con el buen desempeño del programa en la radio. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

#### **4.2.2 Contenidos del programa**

La intención del programa siempre ha sido, como dice el Ciudadano García en uno de sus artículos en el blog del programa: dar voz a esas personas que siempre están en un segundo plano, como puede ser una vicepresidenta, un agricultor o los propios oyentes. (RNE, s.f)

En *Esto me suena*, exceptuando los inicios donde el programa no disponía de una amplia franja horaria y se dedicaban a recopilar los sonidos del día con un tono humorístico, siempre ha habido gran cantidad de secciones y colaboradores que le daban ritmo a este magacín radiofónico e incluso los propios oyentes tenían gran cantidad de secciones para participar. El tono del programa siempre ha sido distendido y humorístico. Las secciones del programa han ido variando con el tiempo, pero los temas siempre han sido variados: matemáticas, economía, música, noticias, salud, deportes, cocina, literatura...

La inclinación del programa hacia los oyentes y la exaltación de lo rural consiguió que muchas de las secciones giraran en torno a estos temas. Entre estas secciones se podría destacar *El boletín del pueblo* donde se les hacían preguntas a los habitantes de pequeños pueblos sobre una noticia local para ver qué opinaban y conocer la vida de los propios habitantes, cubriendo

así tanto la faceta de informativo como la de divulgación y acercamiento a los pueblerinos. Y también es destacable la sección *Fiestas del pueblo*, en la que se investigaban las fiestas que había en los diferentes pueblos de España cada semana.

Las noticias también formaban parte del programa, aunque solían contarse de forma diferente para no aburrir al oyente y contribuir al dinamismo del programa. Dentro de esta temática se podrían destacar las siguientes secciones:

- *Noticias Torrefactas*: Las noticias más llamativas o ridículas del día.
- *Reflexión*: Noticias de actualidad sobre las que se hace una pequeña reflexión a modo de columna radiofónica. Reflexiones que solían ser humorísticas o filosóficas.
- *Tritulares*: Montajes de sonido a partir de algunos titulares llamativos de la prensa

Además de estas secciones nombradas, abundaban y tenían un gran peso en el programa, las secciones dedicadas a los oyentes. En estas la audiencia tenía un papel muy activo y aportaba dinamismo y diferentes formas de pensar al programa. Entre estas secciones podrían distinguirse las siguientes:

- *Redes sociales*: Resumen de las reacciones de los oyentes en redes sociales y lectura de sus comentarios críticos hacia el programa.
- *El rincón del ciudadano*: Esta era la sección más importante del programa y la más representativa. Los oyentes simplemente llamaban y decían lo que pensaban. Normalmente se trataban de denuncias públicas, como calles mal asfaltadas o construcciones innecesarias en determinadas ciudades, y reflexiones en voz alta, algunas de ellas realmente interesantes.
- *Tarareos del oyente*: Un oyente tararea una canción, de la cual no conoce el título, para que el resto de los oyentes encuentren el título de la canción y lo compartan.
- *Veintinueve segundos y medio*: El equipo del programa proponía un tema y los oyentes llamaban para opinar sobre este tema en 29,5 segundos, aunque con el paso de los programas se fue dejando más tiempo para opinar porque se quedaba muy corto. En ocasiones se hacen especialmente dedicados a un segmento de la audiencia determinado, como a los niños, preguntando por un tema más relacionado con ellos.

Aun habiendo nombrado las secciones más importantes de *Esto me suena*, eran muchas más las que lo componían, con multitud de colaboradores. No todos los días se hacían las mismas secciones, cada día se escuchaban unas determinadas secciones que eran fijas de cada día de la semana. Había secciones de música, historia, cultura general, sexo, divulgación científica, cocina... De algunas de ellas hay colaboradores que aún siguen trabajando con el Ciudadano García en sus programas actuales, como podría ser el caso de Arola Poch en *Esto me cuentan* o Sergio Fernández en *Esto me suena... en la cocina*.

### **4.3 Esto me cuentan**

*Esto me cuentan* es el nuevo y actual proyecto del Ciudadano García desmarcado de los programas derivados de *Esto me suena* como podrían ser *Esto me suena... en la cocina* y *Esto me suena a pueblo*, este último actualmente fuera de emisión. El primer programa de *Esto me cuentan* fue emitido el 7 de septiembre de 2020 y actualmente, en 2021, sigue en emisión todos los lunes de 2 a 3 de la mañana. Es el programa que más duración tiene, de los que ha hecho el Ciudadano García, junto con *Esto me suena*, por ello, podría considerarse su programa principal actualmente, aunque no tiene cuenta propia en redes sociales y se reutiliza la que tenía anteriormente *Esto me suena*, algo que también hacen con el programa de *Esto me suena... en la cocina*.

Este programa tiene unas características diferentes a *Esto me suena*, aunque mantiene la esencia y el sello del Ciudadano García. Además, hay que tener en cuenta que es un programa nocturno, por lo que su ambiente es más íntimo y tranquilo y sus temas más adaptados a estas horas: cuentos, estrellas y sexo. No es un magacín de tres horas, pero aun así, el oyente tiene su participación. Consta de cuatro secciones. La primera de ellas es una entrevista, pero no una entrevista cualquiera, sino más bien un diálogo entre el Ciudadano García y una persona con algo especial que contar que varía semana a semana. El entrevistado suele ser una persona que no acostumbra a tener presencia en los medios, como ocurría en *Esto me suena*, es decir, se trata de una persona que están en un segundo plano, tal y como se explica en el punto anterior del presente trabajo, que acude al programa a descubrir al oyente algo curioso o que probablemente no conozca con anterioridad, como podría ser un oficio en extinción o desaparecido (García Muñoz, 2020a), un coleccionista de cámaras analógicas (García Muñoz, 2020c) o el notario más joven de España (García Muñoz, 2020b).

La segunda sección es llevada a cabo por uno de los tres colaboradores del programa, Pep Bruno, un narrador oral profesional desde 1994, editor y escritor. Durante su sección se dedica a contar un cuento, después de haberlo contextualizado y habiendo comentado algunas curiosidades sobre el mismo. Una vez acabado de contarlo lo comenta con el Ciudadano García y termina de contextualizarlo. Normalmente se trata de cuentos extravagantes o versiones que no se está acostumbrado a escuchar de los cuentos clásicos. (Bruno, s.f.)

La tercera sección trata de astronomía y es Javier Armentia quien la lleva a cabo. Javier Armentia es un astrofísico y comunicador científico, conocido también por su papel como director de *Crónicas Marcianas*. (EFE, 1996) Es un antiguo colaborador de *Esto me suena*, donde tenía su sección semanal conocida como *El vecino de la azotea* y actualmente dedica parte de su tiempo a la divulgación científica en *Esto me cuentan*, donde habla de estrellas y de curiosidades y mitos sobre el espacio, además suele enlazarlo todo con historias y con cómo se veía y entendía el cosmos en épocas pasadas para así comprender algunos de los nombres que tienen hoy en día ciertas constelaciones. (Armentia, s.f.)

La cuarta y última sección del programa está a cargo de Arola Poch, la última colaboradora del programa. Arola Poch colaboraba también en su sección semanal de *Esto me suena* y actualmente lo hace también en *Esto me cuentan*. Es una psicóloga y sexóloga que participa en el programa del Ciudadano García y habla sobre diferentes temas de sexo, además de responder preguntas de los oyentes y de los demás colaboradores y el propio García. Cada semana trae al programa un tema diferente sobre el que explica la realidad acerca de este, falsos mitos a su alrededor y, en determinadas ocasiones, referentes históricos y curiosidades. (Poch, s.f.)

El Ciudadano García dirige y presenta el programa, además de hacer la entrevista inicial. Durante el resto de las secciones actúa de conductor del programa y se dedica a escuchar lo que cuentan sus colaboradores, aportando en determinadas circunstancias, realizando preguntas para que los colaboradores expresen mejor alguna de las ideas y para darle dinamismo al programa. Además, introduce audios de los oyentes y los comenta. Esto último suele suceder al inicio del programa. Todos los colaboradores suelen hablar también en secciones que no son las que les corresponden y se les hace mención en ocasiones para que participen, consiguiendo que todos sean partícipes y no únicamente en sus pequeñas secciones. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

## 4.4 Las estrategias del Ciudadano García y su equipo en ambos programas

Tanto en *Esto me suena* como en *Esto me cuentan*, el Ciudadano García y su equipo emplean gran cantidad de estrategias radiofónicas para conseguir generar interés en los oyentes y mantener su atención. Muchas de ellas tienen que ver con los dos primeros puntos del presente trabajo: el lenguaje radiofónico y la persuasión.

### 4.4.1 Ambiente y usos de la música

Como se ha comentado anteriormente, la música es un aspecto muy importante en la radio y en todos los programas del Ciudadano García tiene una gran presencia, aunque adaptada al contexto del programa ya que, por ejemplo, *Esto me suena* tiene una mayor cabida por la extensión del programa y se emplea música con asiduidad, teniendo incluso secciones propias en las que se habla de la música, se analiza y se hacen recomendaciones, como en la sección *heavy* de Vicente Esplugues (Telemadrid, 2018), *La sotana metálica*. A él también se le conocía en el programa como el *Padre Esplugues*, por su condición de sacerdote.

Sin embargo, en programas más cortos como *Esto me cuentan*, la música no tiene sus propias secciones, pero en cada momento que se puede poner una canción, se hace. En este programa, cuando acaba cada sección, cada colaborador trae un fragmento de una canción elegida vinculada al tema que ha tratado en su sección.

Además de estos usos de la música como ambientación y para hacer más amenos los discursos y que los oyentes no abandonen el programa, también se emplea la música como antecedente, uno de los múltiples usos que se comenta en el apartado de música del lenguaje radiofónico en este mismo trabajo. Esto se consigue cada vez que se escuchan las sintonías de los programas. Todos los programas del Ciudadano García utilizan la misma sintonía y el oyente ya la reconoce y sabe qué programa es el que va a escuchar, se predispone favorablemente a su escucha y en ese momento es en el que se empieza a captar la atención de la audiencia. Y no solo eso, sino que cada sección tiene su propia melodía a modo de ráfaga<sup>4</sup>, por lo que el oyente sabe qué sección está a punto de escuchar y se quedará a la espera de que ésta dé comienzo. Igualmente, se utilizan breves fragmentos de canciones que generan un efecto psicológico en el oyente que crea similitudes y revive recuerdos que ayudan a conseguir un cambio de temática dentro del programa o de una misma sección. Un

---

<sup>4</sup> Cortina musical de enlace. Estructura melódica que suena durante muy poco tiempo, que sirve para separar bloques de contenidos (en general, similar a la sintonía del programa.)

- Más información en: Ráfaga (Radio) © <https://glosarios.servidor-alicante.com>, <https://glosarios.servidor-alicante.com/radio/rafaga>. Se consultó el 20 may. 2021.

caso muy ejemplificador es el del programa de *Esto me suena* del 2 de noviembre de 2015 (García Muñoz, 2015), donde en la segunda hora del programa, sobre el minuto 27 se hace uso de la canción *This is Halloween* para reconducir al oyente hacia un tema diferente, en este caso *Halloween*.

La música también se emplea como provocación. El Ciudadano García dice que en *Esto me suena*, en ocasiones, aunque la sección en curso se llevase a cabo por una persona joven, él ponía, por ejemplo, una canción de Manolo Escobar, porque sabía que así abriría un debate interesante y sabía que a la audiencia de Radio Nacional le gusta Manolo Escobar. De esta manera jugaba con blancos y negros, con el choque entre diferentes generaciones y gustos. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

Volviendo a las pequeñas sintonías que se escuchan antes de cada sección, cabe decir que tienen relación con el contenido de la misma para que el oyente las asimile más fácilmente y no se hace como en algunos otros programas, en los que se suele utilizar parte de la melodía de la cabecera para las ráfagas entre secciones. De este modo se consigue ubicar mejor al oyente que, en situación contraria, tendría una sensación de caos e incertidumbre<sup>5</sup> que le haría abandonar la emisora en busca de información más fácil de asimilar.

El oyente no solamente está condicionado por la sensación de caos que le pueda producir un programa mal estructurado, sino que un ambiente constante e innecesariamente alborotador también contribuirá a una huida precipitada. En unos tiempos como los que se viven actualmente, donde el oyente es constantemente bombardeado por inputs sonoros y audiovisuales, la radio tiene más competencia que nunca y hay una fragmentación cada vez más extrema y esto sitúa a la radio ante un proceso de reformulación de sus audiencias (Gallego Pérez, 2012). En este caso, tanto en *Esto me suena* como en *Esto me cuentan* optan por un formato más tranquilo que evada a los oyentes de ese constante bombardeo, un lugar en el que descansar y dónde reflexionar, con un tono calmado, sin música estridente y con una aparente calma en ambos programas, a pesar de tener que ceñirse a una franja horaria y unos tiempos marcados. De esta manera, el oyente, cansado de tanta estridencia se ve atraído por este tipo de formato, que le permite descansar del bullicio y entretenerse con temas igualmente interesantes.

Además, debido a que gran parte de la audiencia escucha la radio en el coche, con periodos de estrés por atascos, se hace necesaria una emisora más calmada que entretenga y no

---

<sup>5</sup> Concepto tratado en el punto “la comunicación persuasiva” en este mismo trabajo.

genere tensión y agotamiento ya que, en caso contrario, el oyente tendría la necesidad de cambiar de emisora, para sentirse más relajado o apagar la radio para buscar aparcamiento.

#### 4.4.2 Uso de los efectos de sonido

En los programas del Ciudadano García son más partidarios de sugerir con la música que con los efectos de sonido, por ello no hay gran abundancia de efectos de sonido en sus programas, pero cuando se deben usar, se usan.

Cuando se deciden por usar efectos sonoros normalmente se trata de elecciones de los colaboradores porque combinan bien con sus secciones y aportan algo, aunque en determinados momentos del programa existen efectos de sonido más sutiles. Es común, por ejemplo, escuchar el pitido característico del contestador telefónico antes de que se escuche un mensaje que un oyente ha dejado en el contestador del programa, de esta manera el radioyente ya sabe que lo que va a escuchar pertenece a un mensaje dejado en el contestador, asimismo funciona como un elemento que permite volver a obtener el interés de quien escucha como si le dijera «escúchame, que tengo algo que decirte aquí y empieza ya» puesto que un sonido de breve duración como puede ser un pitido o un disparo suele indicar el inicio de algo, tal y como sucede en las carreras. Es decir, tiene una función expresiva, como así se comenta en el apartado del lenguaje radiofónico. Este pequeño efecto de sonido se utiliza tanto en *Esto me suena* como en *Esto me cuentan*.

Si bien es cierto que en *Esto me cuentan* el empleo de efectos de sonido es prácticamente inexistente por el tipo de programa y el horario de emisión, en *Esto me suena* existe un repertorio más amplio de efectos de sonido, ya que tiene numerosas secciones y distintos ambientes y temas que dan pie a ello. Un ejemplo esclarecedor podría ser sobre el minuto 7 del programa del 16 de diciembre de 2014, durante la primera hora del mismo. Un programa que presenta David Sierra durante las dos primeras horas por “temas navideños.” (García Muñoz, 2014b) En este momento del programa empieza la sección de las buenas noticias del día y dentro de esta sección hay una subsección que se llama *La buena noticia animal*, un momento en el que se busca generar en el oyente el sentimiento de cariño que suelen provocar los animales en las personas. La noticia de este día dice que han conseguido rescatar a un pequeño gato y antes de empezar a contar la noticia y durante la misma se reproducen efectos de sonido de un gato maullando que, por el tono, se puede deducir que es un gato pequeño, lo que consigue impregnar al oyente de ternura y dirigir su atención hacia la noticia.

Otro ejemplo con un uso diferente de los efectos del sonido en el programa podría extraerse del programa de *Esto me suena* del día 25 de noviembre de 2016, durante la tercera hora del programa, a partir del minuto 20. (García Muñoz, 2016) En ese momento se puede escuchar la sección de David Asensio sobre los *Gazapos del día*, una sección con un ritmo diferente al que acostumbra el programa. Se trata de una sección dinámica en la que se escuchan los mejores momentos de la semana de forma acelerada y, por lo tanto, se reproducen gran cantidad de efectos de sonido que ambientan dichos momentos en clave de humor.

#### **4.4.3 Temas, secciones y colaboradores**

Los temas que se tratan tanto en *Esto me suena* como en *Esto me cuentan* se presentan antes de empezar ambos programas en un pequeño resumen. El Ciudadano García realiza un resumen antes de comenzar con *Esto me suena* en el que comenta los invitados que van a ir ese día al programa, los colaboradores que harán su sección y los temas que se van a tratar en cada sección. Esto lo hace de forma breve y concisa, aunque buscando siempre el aspecto más curioso y que más pueda llamar la atención. El oyente que escucha este pequeño resumen de lo que se va a encontrar en el programa se queda con ganas de conocer más y, gracias a este pequeño resumen, se quedará en el programa para saber qué es lo que sucede en las secciones que le han llamado la atención, además puede hacerse una idea de cuándo se emitirá la sección que le interesa y hacerse un esquema mental de los contenidos del programa. Esto último es conveniente para que el oyente se sienta cómodo y no en una constante incertidumbre, como se comentaba anteriormente.

Este formato de resumen especial se ha extrapolado a *Esto me cuentan*, siendo más corto en este programa por la duración del mismo, pero sirviendo igualmente de aliciente para el oyente.

En ambos programas los temas a tratar se abordan desde una perspectiva diferente y llamativa. Las técnicas y habilidades deseables del lenguaje radiofónico comentadas en el punto dos de este trabajo son llevadas a la práctica a la hora de desarrollar los temas, buscando una manera alternativa de narrar y descubrir los hechos. Es decir que, si el Ciudadano García lleva a su programa a un agricultor de patatas, no se limita simplemente a hacerle una entrevista en la que cuente la hora a la que se levanta para ir a trabajar o cuánto tiempo está trabajando en sus campos, sino que también contará como sigue utilizando un antiguo método de cultivo que ya no se utiliza en España, que es el último agricultor que existe en su pueblo, que él y su mujer llegaron al pueblo después de haber vendido todo lo

que tenían y que actualmente gente de toda España va a comprarle sus patatas porque son excepcionales.

Dado el gusto que tiene el propio Ciudadano García por hacer entrevistas a “paisanos”, como él mismo los llama, éstas constituyen el grueso de las entrevistas en ambos programas, puesto que son personas que tienen mucho que contar. Además de estas entrevistas a paisanos, también es común escuchar a escritores.

La elección de invitados hecha por García se limita a personas que a él mismo le parezcan interesantes, de este modo se puede escuchar una entrevista en la que el presentador parece interesado en lo que pregunta y las preguntas y conversaciones surgen más naturales. En palabras del propio Ciudadano García en la entrevista que se le ha realizado (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021):

Se trata de que el entrevistado esté a gusto e incluso crea que ni siquiera se le está entrevistando, sino que está hablando con tranquilidad y por eso muchas veces también los científicos parecían paisanos, porque de alguna manera eran tratados con la misma curiosidad que un campesino

De igual modo, para contribuir a esta naturalidad en las entrevistas el Ciudadano García se informa de quién es la persona a la que va a entrevistar, como se hace en cualquier otro programa, pero además se lee su libro. Es decir, cada semana se tiene que leer uno o varios libros de las personas a las que va a entrevistar, lo cual no se hace en otros programas en los que simplemente se entrevista a los autores de moda que van pasando por varios programas publicitando su último libro, el cual muchos no se leen antes de hacer la entrevista, quedando un resultado final impersonal e insulso. Es cierto que esto no siempre puede ser así cuando hay gran cantidad de entrevistas, como era el caso de *Esto me suena*, donde algunas entrevistas las preparaba el equipo por necesidad de llenar las horas de programa. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

En la búsqueda de maneras sugerentes de desarrollar un tema, tanto en *Esto me suena* como en *Esto me cuentan*, se opta mayoritariamente por apelar a los sentimientos, ya sea en entrevistas o en los propios temas a tratar, aunque en las entrevistas de *Esto me cuentan* no se dé tanto la posibilidad de hacerlas extensas, por lo que se comprimen bastante y quedan como una degustación de algo más grande. Esta técnica de apelar a los sentimientos o las emociones se trata en el punto de las *claves de la persuasión en la radio* en este trabajo.

Como se ha comentado, es común recurrir a las emociones en ambos programas y por ello existen numerosos ejemplos, uno de ellos podría ser en el programa de *Esto me suena* del

del 15 de diciembre de 2014, durante la primera hora del programa. (García Muñoz, 2014a) En este programa se le hace una entrevista al presidente de la Asociación Cultural Española de Aficionados a los Mecanos<sup>6</sup>, para hablar de la asociación y de los propios *Meccano*, unos juguetes de construcción que surgieron en 1898 (Colectibondi, 2020) y que llevan varias generaciones en España, como cuenta el propio Ciudadano García en el programa. Estos juguetes tienen un componente sentimental y, solamente por ello, ya es una entrevista que interesa a mucha gente. Además, este hecho se refuerza con una broma realizada por el propio equipo al poner una canción del grupo *Mecano* por compartir nombre con estos juguetes. Durante la entrevista se habla de todos los sentimientos que despertaban estos juguetes y que siguen haciéndolo actualmente, pasando el testigo durante generaciones de padres a hijos.

Un ejemplo similar al de los *Meccano* puede extraerse del programa de *Esto me cuentan* del día 17 de mayo de 2021 (García Muñoz, 2021), en el cual, con motivo del 75 aniversario de la *Vespa*, una de las motos más famosas del mundo, se le hace una entrevista al presidente del Vespa Club Lucena<sup>7</sup>, teniendo la atención de todos los oyentes nostálgicos. En ese mismo programa Pep Bruno cuenta una versión alternativa de *Blancanieves*, de hace más de cien años, un cuento clásico que también apela a las emociones de los oyentes.

Como se relata en el apartado de las *claves de la persuasión en la radio*, una forma interesante de utilizar las emociones es recurrir a la autoimagen. Esta técnica también es muy utilizada en ambos programas, sobre todo a la hora de hacer las entrevistas. Del modo en el que se enfocan las entrevistas, en muchas ocasiones al oyente le gustaría estar en una situación parecida, se ve reflejado en ella o empatiza con el protagonista de dicha situación. Lo cual no quiere decir que si, retomando el ejemplo comentado en puntos anteriores, se hace una entrevista a un niño muy inteligente en el cual se ha fijado la NASA el oyente se sienta identificado con una situación igual que le pudo haber ocurrido en el pasado, pero si se detallan aspectos cotidianos de la vida de este niño, el oyente sí que puede sentirse más representado y, probablemente, le hubiera gustado verse en una situación de éxito similar a la del niño.

Un ejemplo ilustrativo de esto puede ser el programa del 2 de noviembre de 2020 de *Esto me cuentan* (García Muñoz, 2020b), al cual se le hace alusión en el punto 4.2 de este trabajo. En este programa se le hace una entrevista a un joven que con tan solo veinticuatro años se ha convertido en el notario más joven de España en los últimos cuarenta años, y en un tiempo récord. En esta entrevista podemos ver que es un joven con una vida normal que podría

---

<sup>6</sup> "ACEAM - Bienvenidos." <https://www.aceam.org/es/>. Se consultó el 23 may. 2021.

<sup>7</sup> "Vespa Club Lucena." <http://vespaclublucena.es/>. Se consultó el 23 may. 2021.

representar a muchos otros jóvenes y adultos en su época estudiantil y a los que, probablemente, les hubiese gustado estar en su misma situación.

Algo que tienen en común todos los temas es el humor, aunque no sea la base sobre la que se cimentan. Es decir, hay determinadas secciones dedicadas al humor y en las cuales los temas que se tratan son humorísticos, como podría ser cuando se habla sobre noticias o hechos virales, y hay secciones que no tratan temas humorísticos pero que, aun así, el modo de reaccionar ante lo que se cuenta y el modo en que se cuenta le confieren un toque de humor. Los colaboradores, junto con el Ciudadano García, hacen bromas y chistes constantes sobre los temas que tratan, algo que consigue hacerlos amenos y que crea un ambiente distendido que el oyente agradece.

Las secciones propiamente dedicadas al humor son más propias de *Esto me suena*, ya que al tener una mayor extensión que abarcar, tiene cabida para numerosas secciones. No obstante, *Esto me cuentan* apenas tiene cuatro secciones, por lo que ninguna de ellas está enteramente enfocada al humor, aunque sí que se sigue empleando el humor y haciéndose bromas como en *Esto me suena*.

Son muchos los ejemplos del uso del humor en ambos programas y, además, es una tónica constante. Se puede intuir de forma clara en el programa de *Esto me suena* del día 17 de mayo de 2021 (García Muñoz, 2021), el mismo en el que se hace una entrevista sobre las motos *Vespa*. Justo después de acabar la entrevista el Ciudadano García pregunta a sus colaboradores si ellos tenían moto cuando eran más jóvenes, a modo de conclusión y como puente para pasar a la siguiente sección de uno de ellos. Cuando les pregunta bromea con que dos de ellos «iban sobrados de cadera en la moto», uno de ellos comenta que «si se caía rebotaba» y el otro que «tenía tupé» y es cuando todos comienzan a reírse porque actualmente no le queda pelo.

Este tipo de bromas y comentarios consiguen que ambos programas parezcan una conversación cotidiana de la que el oyente siente formar parte. Esto es algo que comenta el propio Ciudadano García. Dice que aunque ambos programas están guionizados bastante literalmente, se intenta que parezca un ambiente distendido y él mismo se prepara preguntas para hacerles a los colaboradores en sus secciones y que se cree un diálogo entre preguntas y bromas, haciendo también la función de puente entre secciones e introduciendo una nueva voz que será la del siguiente colaborador que entrará con su sección. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

En *Esto me suena* los colaboradores están más divididos por sus secciones, aunque en determinadas ocasiones no sea así, pero en *Esto me cuentan*, a pesar de tener cada uno su

sección, todos participan durante el programa, ya que, además de haber menos secciones, se trata de un ambiente nocturno más íntimo en el que todas las voces desembocan en una charla que va cambiando de temática paulatinamente.

Ambos programas tienen en común el uso de diferentes voces, cuya importancia ya se comenta en el apartado del lenguaje radiofónico. Al Ciudadano García le gusta juntar voces de hombres y mujeres, con diferentes entonaciones y que no generen monotonía, así como juntar personas jóvenes con otras más mayores, no solo con intención de tener variedad de timbres a lo largo de las secciones, sino también con la voluntad de tener diferentes visiones en el programa y crear un choque de personalidades que despierte inquietud en el oyente, un oyente activo. Igualmente, para contribuir a la obtención de una respuesta por parte de la audiencia, el Ciudadano García no se limita a ser un locutor imparcial, sino a ser él mismo, con sus cualidades y defectos, dotando de personalidad al programa y despertando una opinión en la audiencia, siempre cuidando las formas y siendo consciente del lugar en el que se encuentra. De este modo, se encarga de explotar todas las cualidades de sus colaboradores y secciones, en ocasiones haciéndoles preguntas que otras personas no harían como el hecho de preguntarle al *Padre Esplugues*, del cual se ha hablado anteriormente, si España es un Estado laico, un tema que podría ser controversial para muchas personas pero que genera interés y, sobre todo, si la pregunta la contesta una persona que forma parte de un colectivo religioso. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

#### **4.4.4 El papel del oyente**

Como se ha comentado anteriormente en el punto de las *claves de la persuasión en la radio*, es importante conocer la percepción que tiene el oyente sobre el programa y, tanto en *Esto me cuentan* como en *Esto me suena* el oyente tiene plena libertad para dar sus opiniones sobre los programas.

Una técnica útil para este aspecto es el uso de canales de contacto como el teléfono del programa al que la gente llama y envía sugerencias, de esta manera se puede conocer la opinión que la audiencia tiene sobre el programa, así como ayudar al desarrollo del mismo, dando tema de conversación para el propio programa. El ciudadano García utiliza muy a menudo este método para comunicarse con los oyentes, los cuales suelen elogiar el programa o dar propuestas de mejora. Por ejemplo, una petición bastante demandada en los

programas de *Esto me cuentan* es la voluntad de los oyentes de que se vuelva a un estilo de programa como el de *Esto me suena*, con una franja horaria más amplia y en la que los oyentes disfrutaban más del programa, aunque, como ellos mismos dicen: aprovechan para escucharlo en el poco tiempo que tiene. Así pues, el Ciudadano García, y el resto del equipo, tienen la seguridad de que los oyentes, en general, perciben la nueva franja horaria como escasa y para saberlo no han tenido que hacer encuestas ni realizar una profunda investigación, sino que la información ha llegado a ellos.

Hay que comentar que también tienen redes sociales, en concreto Twitter y Facebook, pero no es un canal por el que reciban mucho *feedback* ya que para determinadas secciones de *Esto me suena* se utilizaban mucho las redes sociales, pero no eran algo primordial para el resto del programa y en *Esto me cuentan* han quedado únicamente como medio informativo de los programas. Las redes sociales cada vez suponen un medio de comunicación con los oyentes más importante, gusten o no, y es un aspecto donde los programas del Ciudadano García pierden fuerza. Sin embargo, el propio García comenta en la entrevista que se le ha realizado que él nunca ha sido partidario de las redes sociales y prefiere darles voz a los oyentes a través del contestador, algo a lo que él llama “hacer radio”, porque considera que los oyentes hacen un esfuerzo al llamar al programa y, por lo general, no se dedican a comentar insulsamente, sino a aportar. Además, él rechaza la idea de utilizar las redes sociales como escaparate visual de la radio, “la radio se hace en la antena” comenta. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

En los programas del Ciudadano García los oyentes siempre han tenido mucha importancia, sobre todo a través del contestador. El Ciudadano García juega con estos mensajes, ya que tiene muchos en comparación con otros programas, en sus programas los oyentes son muy participativos. Comenta García que cuando recibía un comentario negativo, jugaba con ello y lo ponía en la radio, se hacía la víctima bromeando y luego recibía muchos otros mensajes de apoyo, de esta manera forzaba al oyente a participar. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021) En *Esto me cuentan* se escuchan los audios de los oyentes al empezar el programa, se utiliza a modo de introducción y normalmente son quejas, cumplidos o formas de mejorar el programa. También se escuchan audios en otros momentos del programa si se les ha pedido a los oyentes que compartan su experiencia sobre algún aspecto o si piden alguna canción, la cual suele reproducirse. Pero en este programa el tiempo dedicado a los mensajes de los oyentes es menor, al tratarse de un programa más corto, aun así, se intenta darles voz dentro de lo posible.

En *Esto me suena* los oyentes tenían sus propias secciones, como ya se ha comentado anteriormente, donde tenían el grueso de su participación, como podría ser *el rincón del ciudadano*, donde se escuchaban todas las propuestas de mejora que tenía la gente para sus ciudades y pueblos, aunque a lo largo del programa se intercalaban muchos de sus mensajes en el contestador sin necesidad de una sección propia. Se escuchaban los audios de los oyentes, se leían mensajes en redes sociales, se hacían sorteos y competiciones, se les piden anécdotas a los oyentes, encuestas, etc.

Un ejemplo de esta interacción con los oyentes puede extraerse del programa del 17 de octubre de 2017 (García Muñoz, 2017), durante la segunda hora del programa. En él se les pide a los oyentes que llamen al programa y digan cual piensan que es la ciudad más fea de España en la que han estado. De esta manera hacen participar al oyente y además se introduce el tema del que se va a hablar: se empieza a hablar de ciudades y de lo que tiene cada ciudad y se acaba diciendo que León ha sido calificada como la ciudad gastronómica de 2018 y se empieza la entrevista al alcalde de la ciudad.

Como se puede observar, el oyente tenía un papel más relevante en *Esto me suena* que en *Esto me cuentan*, debido a, como se ha comentado, la diferencia de horario y extensión de ambos programas. No obstante, la audiencia sigue teniendo un papel fundamental, puesto que es parte del sello del Ciudadano García y a él le gusta darle la mayor presencia posible. Sin embargo, la actividad de los oyentes ha ido cambiando y aunque poco a poco se vuelve a estabilizar, lo cierto es que el continuo cambio de horarios que sufrieron los programas del Ciudadano García consiguieron que el oyente rompiera sus hábitos de escucha y se perdiera, puesto que crear rutinas y mantener horarios establecidos es un aspecto realmente importante, tal y como se comenta en el apartado de las *claves de la persuasión en la radio*. Esto es algo que ha reconocido el Ciudadano García en la entrevista que se le ha realizado y además comenta que esto es un error de la propia empresa y que se debería avisar debidamente al oyente de los cambios que se producen en los horarios de los programas para así evitar esta pérdida de audiencia por el camino. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

Dejando de lado los errores cometidos con los cambios de horario, lo cierto es que los programas del Ciudadano García son un ejemplo de cómo se debe tratar al oyente y hacerlo partícipe, consiguiendo una audiencia activa y engancharlo a los oyentes al programa. Y aunque actualmente en *Esto me suena*, debido al horario de emisión la gente no participa tanto en directo, sí que se suele escuchar el podcast del programa y el contestador sigue llenándose de mensajes. (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

## 5. CONCLUSIONES

La radio es un medio que debe esforzarse por mantener la atención de los oyentes, ya que no dispone de elementos visuales y no se es consciente de lo que el oyente pueda estar haciendo mientras escucha un programa. Por ello, se ha de meter de lleno a la audiencia en aquello que se está contando. Una vez acabada la investigación se puede concluir que una utilización óptima de los elementos del lenguaje radiofónico adaptados a las pretensiones y características de cada programa puede contribuir a ello, teniendo en cuenta las limitaciones y condicionantes del propio medio y también sus grandes posibilidades. Es decir, es importante sintetizar la información y explicarla con claridad, repetir cierta información que pueda no haber quedado clara, hacer un uso más rico y creativo del lenguaje y utilizar diferentes tonalidades para resaltar información importante, así como disponer de diferentes voces que aporten variedad de timbres de voz al programa. Asimismo, es reseñable el uso de silencios y pausas que aporten el énfasis, el misterio y el ritmo deseados.

No es aconsejable enfocarse únicamente en la voz. A lo largo del trabajo también se han descubierto las cualidades de otros elementos como la música o los efectos de sonido, que de por sí solos pueden generar diferentes sensaciones en las personas que escuchan el programa y que, muchas veces estas sensaciones vienen impuestas por creencias culturales o simplemente por costumbres o experiencias auditivas que un buen locutor ha de conocer para saber expresar con éxito aquello que desea y para ayudarse de estos elementos, tan eficaces recuperadores de atención, a la hora de enriquecer sus narraciones.

Tan importante como el lenguaje radiofónico es la persuasión, puesto que el ser humano ha sido estudiado durante muchos años y se han descubierto unos hábitos, costumbres y formas de pensar generalizados que pueden ser aprovechados para captar y mantener la atención de los oyentes, de una manera ética y que no contribuya a la manipulación, sino a la explotación de las cualidades de un programa de forma atractiva. Ya sea apelando a los sentimientos, contando historias o utilizando técnicas como la incertidumbre para conseguir la intriga de la audiencia y que sigan escuchando el programa.

En cuanto a los programas del Ciudadano García, se ha podido observar que se hizo una adaptación de *Esto me suena* a *Esto me cuentan*, pero salvando las distancias, ya que el Ciudadano García no pretende tener el éxito que tuvo con *Esto me suena*, sabe que son proyectos diferentes y que este último no está en una franja horaria de gran consumo radiofónico, por lo que su pretensión es seguir con la esencia de *Esto me suena*, pero en un formato más reducido y personal. *Esto me suena* cosechó grandes audiencias durante su

época de estabilidad, llegando a duplicar al programa que había anteriormente en la misma franja y alcanzando los 245.000 oyentes (RTVE, 2013; Cortes Generales, 2013, p. 23), que además supera un año después llegando a los 365.000 oyentes. (Periodista Digital, 2014) Sin embargo, se vio afectado por el constante cambio de horarios posterior, que acabó con la rutina de la audiencia. Ambos programas tienen gran interacción de sus oyentes, aunque en el nocturno sea menor, enfocan los temas de forma que el oyente pueda participar y buscan sus curiosidades y aspectos llamativos. No obstante, existen deficiencias en el uso de las redes sociales que han sido y son poco explotadas.

También emplean efectos sonoros, de forma contenida, y música, tanto para generar reacciones específicas como para contentar al oyente con sus peticiones o crear ambientes propicios. Es destacable también el humor empleado a lo largo de los programas. Un humor muy distendido y natural, a modo de conversaciones que simulan la desaparición de un guion establecido.

En conclusión, de todos estos datos y la información redactada en este trabajo se podrían extraer una serie de elementos y actitudes deseables en un programa de radio para generar y mantener la atención de los oyentes, de los cuales se podrían destacar los siguientes:

- Uso adecuado del lenguaje: conciso, elaborado y con tono comunicativo.
- Aparición de diferentes voces que permitan la variedad de timbres, jugando con voces masculinas y femeninas.
- Empleo de la música y los efectos de forma controlada y con un motivo, siendo conocedor de los efectos psicológicos que causan. Contentar al oyente con alguna petición musical.
- Uso inteligente del silencio, no desmedido: tiempo de reflexión, pequeña incertidumbre, previo a un acontecimiento importante.
- Crear una rutina en el oyente a través de unos horarios y una programación estables en el programa y en las secciones.
- Tener en cuenta la percepción de los oyentes sobre el programa.
- Los oyentes deben tener una importante participación e interacción tanto en redes sociales como en el contestador.
- Apelar a los sentimientos y emociones.
- Buscar curiosidades y partes interesantes de los temas que se tratan y prepararlos bien.
- Preparar bien las entrevistas, usar preguntas pertinentes e interesantes y que parezcan conversaciones distendidas, aunque estén guionizadas.

- Colaboradores y locutores han de estar interesados en los temas que se tratan, para dar fluidez y mostrar consistencia.
- Buscar referentes, pero no copiarlos.

Estos serían, en aspectos generales, los puntos destacables que se podrían obtener como conclusión de este trabajo. Aun así, por encima de todo, y como conclusión más importante de este trabajo, se ha de subrayar esta afirmación del propio Ciudadano García en la entrevista que se le ha realizado: “ser tú mismo [...] que lo que haces en el programa, que las entrevistas, las colaboraciones... todo te guste y te interese a tí mismo. Porque es la manera de seguir manteniendo la atención tuya y de los demás, y luego, currar...” (P.P. Saiz, comunicación personal, 25 de mayo de 2021)

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- ABC. (2012). Una calle para el «Ciudadano García». *ABC*.  
[https://www.abc.es/espana/castilla-la-mancha/toledo/abci-calle-para-ciudadano-garcia-201201260000\\_noticia.html](https://www.abc.es/espana/castilla-la-mancha/toledo/abci-calle-para-ciudadano-garcia-201201260000_noticia.html)
- ACEAM - Asociación Cultural Española de Aficionados a los Mecanos. (s. f.). Asociación Cultural Española de Aficionados a los Mecanos. Recuperado 23 de mayo de 2021, de <https://www.aceam.org/es/>
- Alonso, I. (2018, junio 14). El tono de voz femenino se torna más grave. *ABC*.  
[https://www.abc.es/ciencia/abci-tono-femenino-torna-mas-grave-201806140853\\_noticia.html](https://www.abc.es/ciencia/abci-tono-femenino-torna-mas-grave-201806140853_noticia.html)
- Armentia, J. (s.f.). *Por La Boca Muere El Pez*. <http://javarm.blogalia.com/>
- Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Cátedra.
- Beauvois, J.-L. (1987). *Pequeño tratado de manipulación para gente de bien*. Pirámide.
- Blanco Alfonso, I., & Fernández Martínez, P. (2004). *El lenguaje radiofónico: La comunicación oral*. Fragua.
- Bruno, P. (s.f.). *La página de Pep Bruno—Inicio*.  
<https://www.pepbruno.com/index.php?lang=es>
- Cadena SER. (2021). *Instagram de Cadena SER*. [https://www.instagram.com/la\\_ser/](https://www.instagram.com/la_ser/)
- CEFIRE. (s.f.). *El lenguaje sonoro: Recursos y planos sonoros*.  
[http://cefire.edu.gva.es/pluginfile.php/194575/mod\\_resource/content/0/contenidos/108/12\\_la\\_msica.html](http://cefire.edu.gva.es/pluginfile.php/194575/mod_resource/content/0/contenidos/108/12_la_msica.html)
- Colectibondi. (2020, agosto 6). *Meccano, el famoso sistema de construcción de juguetes creado en 1898 en el que también existen colectivos para armar | Revista Colectibondi*.  
<https://www.revistacolectibondi.com.ar/2020/08/06/meccano-el-famoso-sistema-de-construccion-de-juguetes-creado-en-1898-en-el-que-tambien-existen-colectivos-para-armar/>

- Cortes Generales del Congreso. (2013). *Diario de sesiones de las Cortes Generales del congreso*, núm. 91.  
[https://www.congreso.es/public\\_oficiales/L10/CORT/DS/CM/DSCG-10-CM-91.PDF](https://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CORT/DS/CM/DSCG-10-CM-91.PDF)
- EFE. (1996, diciembre 25). La cúpula del Planetario viaja al planeta Marte. *El País*.  
[https://elpais.com/diario/1996/12/26/madrid/851603060\\_850215.html](https://elpais.com/diario/1996/12/26/madrid/851603060_850215.html)
- Formula TV. (2012). Pilar García Muñoz y Ciudadano García repiten como presentadores de los Sanfermines 2012. *FormulaTV*. <https://www.formulatv.com/noticias/25749/pilar-garcia-muniz-ciudadano-garcia-repitent-presentadores-sanfermines-2012/>
- Gallego Pérez, I., & García Leiva, M. T. (2012). *Sintonizando el futuro: Radio y producción sonora en el siglo XXI*. Instituto RTVE.
- García Fidalgo, M. T. (2021). *EL LENGUAJE RADIOFÓNICO | EducaMadrid*. Educa2 Madrid.  
<https://www.educa2.madrid.org/web/teresa.garciafidalgo/el-lenguaje-radiofonico>
- García Muñoz, J. A. (2014a, diciembre 15). Esto me suena (N.º 15/12/14). En *Esto me suena*, 1ª hora. <https://www.rtve.es/alaharta/audios/esto-me-suena-las-tardes-del-ciudadano-garcia/esto-suena-tardes-del-ciudadano-garcia-primera-hora-15-12-14/2909686/>
- García Muñoz, J. A. (2014b, diciembre 16). Esto me suena (N.º 16/12/14). En *Esto me suena*, 1ª hora. <https://www.rtve.es/alaharta/audios/esto-me-suena-las-tardes-del-ciudadano-garcia/esto-suena-1h-161214/2911669/>
- García Muñoz, J. A. (2015, noviembre 2). Esto me suena (N.º 02/11/15). En *Esto me suena*, 2ª hora. <https://www.rtve.es/alaharta/audios/esto-me-suena-las-tardes-del-ciudadano-garcia/esto-suena-tardes-del-ciudadano-garcia-segunda-hora-02-11-15/3344511/>
- García Muñoz, J. A. (2016, noviembre 25). Esto me suena (N.º 25/11/16). En *Esto me suena*, 3ª hora. <https://www.rtve.es/alaharta/audios/esto-me-suena-las-tardes-del-ciudadano-garcia/esto-suena-tardes-del-ciudadano-garcia-tercera-hora-25-11-16/3812342/>
- García Muñoz, J. A. (2017, octubre 17). Esto me suena (N.º 17/10/17). En *Esto me suena*, 2ª hora. <https://www.rtve.es/alaharta/audios/esto-me-suena-las-tardes-del-ciudadano-garcia/esto-suena-tardes-del-ciudadano-garcia-segunda-hora-17-10-17/4259433/>

- García Muñoz, J. A. (2020a, octubre 26). Esto me cuentan (N.º 26/10/20). En *Esto me cuentan*. <https://www.rtve.es/alacarta/audios/esto-me-cuentan/esto-cuentan-26-10-20/5694068/>
- García Muñoz, J. A. (2020b, noviembre 2). Esto me cuentan (N.º 02/11/20). En *Esto me cuentan*. <https://www.rtve.es/alacarta/audios/esto-me-cuentan/esto-cuentan-02-11-20/5702013/>
- García Muñoz, J. A. (2020c, noviembre 9). Esto me cuentan (N.º 09/11/20). En *Esto me cuentan*. <https://www.rtve.es/alacarta/audios/esto-me-cuentan/esto-cuentan-09-11-20/5708460/>
- García Muñoz, J. A. (2021, mayo 17). Esto me cuentan (N.º 17/05/21). En *Esto me cuentan*. <https://www.rtve.es/alacarta/audios/esto-me-cuentan/17-05-2021/5905652/>
- Kintana Gastaka, T. (2010). Bienvenidos a casa [Podcast digital]. En *José Antonio García, un ciudadano muy particular*. <https://www.rtve.es/alacarta/audios/bienvenidos-a-casa/bienvenidos-casa-jose-antonio-garcia-ciudadano-muy-particular/879588/>
- Lakhani, D. (2015). *Persuasión: El arte de influir y obtener lo que desea* (2ª). Profit Editorial.
- Merayo, A. (2016). *Para entender la radio* (3ª). Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- Norberg, E. G. (1998). *Programación radiofónica: Estrategias y tácticas*. Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- NTE.mx. (s. f.). *Función y características de los guiones de radio—Lenguaje Sexto de Primaria*. NTE.mx recursos educativos en línea. <https://nte.mx/funcion-y-caracteristicas-de-los-guiones-de-radio-lenguaje-sexto-de-primaria/>
- Peiró, R. (2021, febrero 1). *Persuasión*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/persuasion.html>
- Periodista Digital. (2014). EGM: Batacazo de la Cadena COPE, que pierde 200.000 oyentes respecto a la anterior oleada. *Periodista Digital*. <https://www.periodistadigital.com/periodismo/radio/20141201/egm-batacazo-cadena-cope-pierde-200-000-oyentes-respecto-anterior-oleada-noticia-689401949300/>

- Perona Páez, J. J. (2007). *Radio. Media Radio* Ministerio de Educación.  
<http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/radio/>
- Poch, A. (s.f.). *Arola Poch – Psicóloga y Sexóloga*. <https://arolapoch.com/>
- Prnoticias. (2016, octubre 7). '*Ciudadano García*', Francino y Piqueras: Listado completo de las Antenas de Oro. <https://historico.prnoticias.com/radio/radios-tematicas/20156709-listado-completo-de-las-antenas-de-oro-2016>
- RNE. (s.f.). Esto me suena. *Esto me suena*. <https://blog.rtve.es/estomesuena/>
- Rock FM. (s. f.). *El Pirata y su banda en Rock FM - Programas | RockFM*. Recuperado 11 de mayo de 2021, de <https://www.rockfm.fm/programas/el-pirata-y-su-banda>
- RTVE. (2013). *RNE consigue 1.235.000 oyentes en la 3ª ola del EGM, «Las tardes del Ciudadano García» aumenta su audiencia y suben Radio 3, Radio 5 y Radio Clásica*. <https://www.rtve.es/rtve/20131128/rne-consigue-1235000-oyentes-3-ola-del-egm-rne-consigue-1235000-oyentes-3-ola-del-egm-tardes-del-ciudadano-garcia-aumenta-su-audiencia-suben-radio-3-radio-5-radio-clasica/804881.shtml>
- RTVE. (2019a). «*Esto me suena*», de RNE, celebra sus 2.500 emisiones con un especial desde el Teatro Monumental. RTVE.es. <https://www.rtve.es/rtve/20190605/esto-suena-rne-celebra-2500-emisiones-especial-desde-teatro-monumental/1951688.shtml>
- RTVE. (2019b, junio 7). *Álvaro Urquijo: «Si tocásemos siempre lo mismo sería muy aburrido»*. RTVE.es. <https://www.rtve.es/alcarta/audios/esto-me-suena-las-tardes-del-ciudadano-garcia/alvaro-urquijo-si-tocasemos-siempre-mismo-seria-muy-aburrido/5266840/>
- RTVE. (2020). *Las mañanas de RNE con Íñigo Alfonso—Programas*. <https://www.rtve.es/alcarta/audios/las-mananas-de-rne-con-inigo-alfonso/>
- RTVE. (s.f.a). *Características del lenguaje radiofónico | Manual de Estilo de la Corporación RTVE*. <http://manualdeestilo.rtve.es/rne/3-1-caracteristicas-del-lenguaje-radiofonico/>
- RTVE. (s.f.b). *Esto me cuentan—Programas*. RTVE.es. <https://www.rtve.es/alcarta/audios/esto-me-cuentan/>

- RTVE. (s.f.c). *Esto me suena a pueblo—Programas*. RTVE.es.  
<https://www.rtve.es/alacarta/audios/esto-me-suena-a-pueblo/>
- RTVE. (s.f.d). *Esto me suena. Las tardes del ciudadano García—Programas*.  
<https://www.rtve.es/alacarta/audios/esto-me-suena-las-tardes-del-ciudadano-garcia/>
- RTVE. (s.f.e). *IVoox de esto me cuentan*. iVoox. [https://www.ivoox.com/podcast-esto-me-cuentan\\_sq\\_f11057087\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-esto-me-cuentan_sq_f11057087_1.html)
- Sánchez Cid, M. (2019). *LA MÚSICA EN LA RADIO: SUGERENCIAS BÁSICAS - URJC online*. Radio Universidad Rey Juan Carlos. <https://online.urjc.es/es/radio-urjc-noticias/item/554-la-musica-en-la-radio-usos-y-utilidad-algunas-sugerencias>
- Sánchez Nadal, M. V. (2019, marzo 21). El arte de la persuasión: Cómo lograr lo que quieres y quedar bien. *El País*.  
[https://elpais.com/retina/2019/03/18/talento/1552909346\\_515183.html](https://elpais.com/retina/2019/03/18/talento/1552909346_515183.html)
- Santiago Guervós, J. de. (2012). *Principios de comunicación persuasiva*. (2ª ed.). Arco/Libros.
- TEDx Talks. (2018, marzo 15). *Persuade con tu voz. Estrategias para sonar creíble*. | Emma Rodero | TEDxMalagueta. <https://www.youtube.com/watch?v=YII-e4QJWG0>
- Telemadrid. (2018, febrero 7). *Vicente Esplugues: Del rock y las birras, a las misiones* [Digital].  
<https://www.youtube.com/watch?v=891XC4upEBI>
- Terol Bolinches, R. (2016). *Radio 3.0 en el entorno municipal: Valores, herramientas y recursos. El caso de la emisora municipal Llosa FM* [Universitat Politècnica de València]. <https://riunet.upv.es/handle/10251/67930?show=full>
- Torralba, G. (s.f.). *Las 10 técnicas de persuasión en la publicidad más usadas*. Carácter Urbano. <https://caracterurbano.com/consumidor/tecnicas-persuasion-publicidad>
- Turpial. (2016, octubre 9). *Jose Antonio García Muñoz—Ediciones Turpial*.  
<https://web.archive.org/web/20161009230057/http://www.turpial.com/portfolio/jose-antonio-garcia-munoz/>
- Zumeta, G. (2018, junio 19). *David Sierra (RNE): “Para foguearse, la radio local es fundamental”*. <https://www.gorkazumeta.com/2018/06/david-sierra-rne-para-foguearse-la.html>

