

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Primo Incontro.(FIGURE DELLA RADIO, TERMINOLOGIA TECNICA, COMUNICAZIONE RADIOFONICA).

Il primo giorno è come conviene un giorno in cui si fanno le presentazioni. I 5 discenti (noi che ascoltiamo) ci siamo presentati. La platea è abbastanza diversificata, da ragazzi universitari fuorisede che studiano poco, passando per altri che fanno altro lavoro e hanno passione per la radio, a chi vuole saperne di più sul tema. E comunque aspetti in una certa misura trasversali a tutti i partecipanti.

E' stato quindi presentato il corso e il programma dello stesso. Il corso si svolge presso un'agenzia di moda dove è c'è anche la sede di alcune web radio. Gli incontri saranno cinque dalle 10 alle 13 nei prossimi cinque mercoledì. L'ultimo incontro è previsto per il 4 Luglio.

Abbiamo iniziato parlando della radio ovviamente. Giorgio ci ha illustrato un po' di terminologia tecnica dell'ambiente radiofonico. Ci ha parlato delle figure che sono presenti all'interno del sistema radio, che in conclusione è un'azienda. Ci sono sicuramente le figure che si interfacciano con l'ascoltatore finale, che in ultima istanza è una figura tecnica. Quali può essere un fonico o un regista. Di fatto chi è responsabile tecnicamente dell'invio del segnale è il responsabile dell'emittente (lo Station Manager). I tecnici alle sue dipendenze possono essere di diretta o di postproduzione. La postproduzione è la sede in cui si realizzano e i JINGLE e i LINER, ma anche la pubblicità e i GR, e i servizi, e le interviste e quant'altro di postprodotto per la connessione tra diverse unità radiofoniche. Il tecnico della diretta per contro si occupa di controllare che la diretta stessa proceda come programmato. Allo scopo vi è un'ampia gamma di prodotti software, che si occupano di gestire questi aspetti.

In sostanza il tecnico e/o il regista deve controllare che tutto proceda come previsto vuoi dal punto di vista dei tempi che dal punto di vista dei contenuti e della linea editoriale. E' evidente che in realtà piccole, molte figure si concentrano in una sola. Più è importante la radio e più il lavoro è diviso.

Diciamo che lo Station manager è il coordinatore della stazione radiofonica intorno a cui girano tutte le figure sia tecniche, ma anche e soprattutto quelle redazionali e quelle di marketing-pubblicità. Il proprietario è l'editore, che è colui che - per usare la terminologia del passato - possiede i mezzi di produzione, e quindi decide e indirizza il prodotto verso la sua linea editoriale o comunque del gruppo che rappresenta. Abbiamo poi parlato delle tipologie di radio più diffuse in Italia: così esistono radio di flusso, talk-radio (che sono le due radio presenti nel luogo dove si svolgono i corsi), radio musicali e radio di programmi. Abbiamo fatto menzione riguardo al fatto che ogni radio ha una sua anima, ovvero ogni radio è ovviamente espressione di un gruppo sociale che quindi gli conferisce la peculiare identità e che contraddistingue la radio stessa e quindi di riflesso quella dello speaker: stationality, branding, personality, friendly e auto-branding, l'immagine ramp per il rientro dal cluster pubblicitario, teaser, brano e intervento sono solo alcuni dei termini che richiamano determinate strategie di comunicazione "aziendale". Esempi lampanti RMC e RDJ due brand editoriali che per molti versi si trovano agli opposti: una regale, elegante e per un pubblico adulto; un'altra giovane, dinamica, allegra e scherzosa.

Dunque è stata una giornata di presentazione, dove abbiamo visto che esistono due realtà. Una realtà amministrativa ovvero una di management, e una più squisitamente tecnica. Una che si deve interfacciare con il mondo esterno e una con l'organizzazione aziendale, una con la diretta e una con la postproduzione, una con l'editore e un'altra con le figure realizzative del prodotto radiofonico: l'azienda radio dunque produce in varia misura suoni e voci che sapientemente miscelati e composti riscuotono più o meno successo. Più o meno spazi pubblicitari venduti. Costi maggiori degli stessi spazi. E Tema pubblicitario che pertanto assume una rilevanza strategica da ogni punto di vista.

ESEMPIO DI LINER/JINGLE : "entrata con fischio" + "voce: <RADIO POWER STATION>" + "voce: <POTESTAS RADIO STATIO>" + "coda con bonghi".

"entrata con voci da stadio attesa OOOO" + voce: "tutto calciomercato.it e hai (già) vinto" + "coda stadio: gol".

Roma 6 giugno 2012.

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Secondo incontro.(X-AUTOMATION E MESSA IN ONDA).

Oggi c'era solo Max Leoni. Il dj-producer-regista. Lezione molto pratica. Ovvero molto tecnica.

Ci ha dapprima illustrato il programma per la messa in onda. X-Automation. Un programma che gestisce la messa in onda musicale, la playlist dei brani, gli effetti, i loops, le postproduzioni con i blocchi pubblicitari, ecc. Insomma un programma che permette come detto la gestione della diretta, o in modo automatico o in modo "live". Questo dipende dalle circostanze.

Poi siamo entrati in studio, dove con Max abbiamo trattato un po' di temi relativi alla messa in onda, e al percorso che il segnale segue prima di essere irradiato nell'etere. Ovvero esce dal mixer e va sul monte dove si trovano le antenne. Passando per vari apparati, che lavorano il segnale e lo rendono appetibile appunto per l'etere. Il segnale può essere modulato in vari modi. Modulare è un sinonimo di campionare il segnale stesso. Campionare significa smontare il segnale perché poi possa essere ricomposto dalla radio. Il segnale può essere modulato in frequenza o in ampiezza, il campione lo si prende o sull'ascisse o sull'ordinata della sinusoide. In sostanza abbiamo valori x,y tradotti fisicamente in valori di tensione e/o di corrente che viaggiano in modo sequenziale e contengono informazione codificata.

C'è un altro apparecchio che, dice costa 20 mila euro, perfeziona il segnale in termini di equalizzazione.

Lo rende migliore evitando problemi di emissione, quali possano essere il volume, e i livelli delle varie fasce di frequenza del segnale stesso. Orban è una delle aziende leader del settore. Poi c'è l'RDS, che aggiunge informazioni testuali al segnale audio. Abbiamo detto che in cantiere ci sono innovazioni tecniche importanti, come il DAB(Digital Audio Broadcasting) dove viaggia audio digitale, la cosa positiva del digitale è che presenta meno problemi di rumore in fase di trasmissione, certo la fedeltà dell'analogico non è eguagliabile in quanto non vi sono trasformazioni brutali da sinusoide(che è la realtà) a onda quadra(valori 0 e 1) che è una semplificazione della realtà. Quindi il passaggio da un sistema di codifica a un altro implica necessariamente perdita di informazioni. Abbiamo accennato alla trasmissione via satellite, in cui il segnale viene inviato appunto a un satellite che lo amplifica e rispedisce ai potenziali ricevitori.

Al momento comunque le strategie usate dalle emittenti per inviare il segnale ai ripetitori sono di due tipi sostanzialmente: Il cosiddetto ponte-radio e l'invio tramite connessione internet. Nel primo caso le emittenti inviano il segnale alle antenne sul monte. Il ponte-radio permette un collegamento in chiaro del segnale tra due punti determinati. Nel secondo caso il segnale viaggia su una linea telefonica o ancora meglio su fibra ottica attraverso connessioni avanzate. E' nel sito di smistamento dei segnali (nel caso di Roma abbiamo Monte Cavo sopra il lago di Albano, e Monte Mario) dove avviene il processo di modulazione e invio del segnale pronto per essere decodificato dagli apparati di ricezione del segnale: la radio.

Il segnale, dice Max, dalle antenne deve andare sempre verso il basso, e il segnale stesso è molto sensibile a interruzioni che gli impediscono di proseguire il proprio viaggio nell'etere, come ad esempio il volo delle aquile, che sul Monte Cavo sono storicamente e tradizionalmente sempre presenti già a partire dalla notte dei tempi, da quando qui avvenivano le famose Feriae Latine presso il tempio di Giove Latiaris dove veniva sacrificato un toro albino.

Abbiamo anche accennato alla possibilità che in futuro il segnale della radio possa essere veicolato sulla infrastruttura della telefonia cellulare sia essa gprs, UMTS, o qualsivoglia altra tecnologia che usi gli stessi sistemi che permettono di utilizzare un telefono cellulare ovunque ci troviamo, o quasi.

Lasciamo però l'approfondimento del tema agli esperti di scenari futuri, con DAB cellulari e filodiffusioni diversificate, e nuovi strumenti tecnologici e nano-tecnologici, innovazioni frenetiche alle quali ormai ci siamo abituati. E che ci fanno guardare alla vecchia e cara Radio analogica con crescente nostalgia .

Roma 13 giugno 2012.

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Terzo incontro.(SOFTWARE POSTPRODUZIONE E PROGRAMMAZIONE RADIOFONICA).

Oggi la lezione è stata diversa. C'erano molti ospiti. Oltre a Max, c'era un suo compagno DJ (Stefano Gamma), e poi più tardi è arrivato Mario Marinotti, un ragazzo che si occupa della gestione di una radio musicale. La lezione è stata abbastanza fluida e scorrevole, spesso anche andando fuori tema.

Con Max abbiamo parlato dei strumenti con cui si opera in postproduzione, ovvero Cooledit e Appleton live. In sostanza sono programmi che presentano una barra temporale su quale c'è il segnale relativo al file audio aperto in modalità di modifica. Il segnale si può tagliare e modificare in volume. E più il prodotto software è avanzato maggiori sono le funzionalità disponibili. Sostanzialmente questo prodotto permette di unire più file, avendo la possibilità di farlo rispettando i canoni temporali, in termini tecnici: "metterlo a tempo". I file possono essere più d'uno, e spesso lo sono: una base su cui si mettono delle voci ad esempio, o due clusters che vanno uniti. Si può rallentare il brano, ingrandirlo per avere più informazioni visuali e così via, in modo da poter essere più precisi possibile. Abbiamo visto che LiveAppleton è un programma più serio, e quindi sarà anche destinato a un pubblico più competente, con requisiti di precisione e di affidabilità superiori.

Successivamente è arrivato Massimo Marinotti. Richiamiamo a riguardo i temi del primo incontro, quando abbiamo parlato delle figure presenti in radio. L'editore che è il proprietario in cima, poi ci sono i vari settori con i rispettivi responsabili: la redazione, la stazione effettiva e il settore pubblicitario. Lo Station manager in teoria dovrebbe coordinare e indirizzare il lavoro nella direzione richiesta dalla proprietà, grazie all'ausilio di varie figure, tra cui i tecnici, ma anche del direttore musicale e dei programmi. Nella realtà però iniziamo a vedere che le cose non sono così, anche per necessità di budget. Infatti molte figure scompaiono e si accorpano e/o non vengono gestite. In questo caso abbiamo un coordinatore che non deve gestire alcuna redazione, né alcun settore pubblicitario. Deve pensare solo all'aspetto musicale e ovviamente alla definizione dell'identità della radio attraverso i strumenti a sua disposizione: i jingle, i liner, la musica e i speakers/djs. In questo caso la radio è una radio perlopiù musicale e quindi la selezione musicale e la "jingolistica" concorre alla definizione dell'identità stessa della radio. Nel caso in cui ci fosse una redazione e un ufficio della pubblicità la questione si complica, gestire il personale tecnico e i fonici e i djs che per definizione sono indisciplinati, è già un risultato.

Quindi egli stesso identifica la propria figura come "sound designer" piuttosto che "direttore artistico", in quanto il suo compito è di definire dapprima il blocco dei clusters identitari della radio(jingle e liner), indirizzare il lavoro dei speakers(pochi) e scegliere i brani da utilizzare.

Riguardo alle due figure di djs presenti, possiamo dire che uno appare più pratico, tecnico e pragmatico, e l'altro Stefano, ha dimostrato interesse al confronto anche su temi diversi da quelli strettamente tecnici. La figura del tecnico, in sostanza, e il dj tendono a confondersi; l'editore e il coordinatore anche (se vi)pare. Pubblicità e redazione giornalistica non le abbiamo prese in considerazione in modo diretto. Ma pensandoci bene però, in sostanza il mondo della pubblicità è presente, perché la moda, in cui la Alpa agency opera e in cui si svolge il corso è adiacente all'ambiente pubblicitario se non proprio coincidente. La redazione anche è presente perché ci sono i giornalisti della web radio "radioCalcioMercato" intenti a lavorare negli studi radiofonici ivi presenti. E lo stesso Giorgio dirige la redazione della sua testata "RadioSpeaker.it".

Quella discussa, in conclusione, sarà una fotografia della realtà effettiva? Dove la parte tecnica e programmatica della radio è molto invischiata con le difficoltà quotidiane, mentre giornalisti e agenti pubblicitari dell'azienda-radio sono molto più attenti e combattuti a osservare ciò che accade all'interno e all'esterno della società, a seguire il continuo e incessante fluire dell'informazione e delle abitudini sociali. Tralasciando inevitabilmente i problemi aziendali?

Roma 20 giugno 2012.

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Quarto incontro.(STUDI RADIOFONICI X-AUTOMATION MIXER).

Ultimo incontro del corso Radiospeaker. E' quindi il momento di tirare le somme. I temi sono diversi. Iniziamo però a parlare dell'incontro odierno; che ultimo però non è. E' previsto infatti un ulteriore incontro in cui si andrà a fare il riepilogo dei temi trattati e in più si costruiranno i jingle e saranno consegnati gli attestati.

Oggi con noi c'era solo Max. La sala grande dove di solito si è tenuto il corso era occupata e utilizzata dall'agenzia di moda. Infatti probabilmente stava iniziando un corso della Alpa Model Agency(AMA). In più come spesso è accaduto hanno avuto luogo delle "session" fotografiche per "books". I Books sono come dice la parola inglese dei libri, ma libri di foto però che hanno lo scopo di promuovere e quindi fare pubblicità ai ragazzi che si propongono per calcare palcoscenici, sfilate di moda o per sfidare le macchine da presa in generale. Certo la pubblicità è molto di più, è anche "copywriting", creatività, grafica. La pubblicità in questo senso Intesa, quella per capirci che vediamo e in TV, e sui cartelloni è solo una parte del tutto. L'immagine deve essere coordinata con la parola. Vedere, ma anche udire. La Radio su questo aspetto presenta peculiarità proprie perché difetta dell'immagine. E quindi deve produrre una comunicazione efficace per tutti i sensi. La vendita però della pubblicità è altro. L'operatore pubblicitario attraverso la sua rete di agenti intrattiene relazioni al fine di creare e promuovere spazi pubblicitari servendosi dei mezzi, i più diversi.

Tornando all'oggi invece, abbiamo visto in modo abbastanza pratico il funzionamento delle due radio e dei relativi studi presenti nel luogo dove si sono tenuti i due corsi. Come detto vi è una radio che parla di calcio, quindi una talk-radio, e una di flusso, dunque più musicale. Abbiamo visto come funzionano i microfoni e i mixer; e come sono stati progettati gli studi, che ovviamente devono essere conformati e pensati per la tipologia di radio che devono ospitare. Quindi la talk-radio per esempio avrà bisogno di apparecchiature per traslare il segnale telefonico nel caso in cui si vogliano usare le telefonate all'interno dei programmi.

Riguardo al mixer, questo è un apparato di forma rettangolare le cui dimensioni dipendono dalla quantità di canali che gestisce. Sostanzialmente presenta tre uscite: il preascolto, le cuffie e il master. Il master è l'uscita finale del segnale in direzione del monte e quindi dell'etere. Ogni canale del mixer ha un cursore, con cui si regola il volume del segnale e tre switch per gestire l'output, si trovano nella parte inferiore del mixer. Nella parte superiore troviamo il "gain" che modifica il segnale in tutti i suoi aspetti processandolo. Tra gain e cursore abbiamo le regolazioni delle alte, medie e basse frequenze. Queste le funzioni principali. La consolle della regia presenta quindi tre-quattro monitor. Due per i ricevitori del digitale terrestre e di Sky. Due ancora per i computers, per la gestione della diretta e per registrare e modificare tracce da input diversi con l'ausilio di software di editing audio. Abbiamo visto ancora il programma per la messa in onda X-Automation, che dispone poi di ulteriori moduli per la gestione delle diverse problematiche legate alla messa in onda. Infatti per fare un esempio la pubblicità è gestita con un modulo separato, così come la gestione dei log, ovvero lo storico delle attività svolte dal programma. Infatti per legge devono essere registrate le operazioni fatte e il backup dei programmi su disco rigido. Ancora una volta abbiamo visto come la gestione del clock viene eseguito in modo manuale; ovvero compilando la playlist con le unità che vanno sequenzialmente in onda. Quando bisogna inserire la voce dello speaker si interrompe la playlist. Così ci ha detto Max. Ovviamente c'è anche la possibilità di automatizzare queste operazioni con funzioni di schedulazione. Una quantità minima di manutenzione è comunque sempre richiesta.

Dunque in conclusione con un taglio ora tecnico ora progettuale, il corso ha presentato tutti gli aspetti della radio e le sue figure principali: dall'aspetto tecnico passando per quello redazionale e quindi di gestione della radio stessa. Per arrivare agli aspetti più editoriali come la pubblicità e la progettazione editoriale che inquadra e definisce l'identità di una radio: radio di programmi, talk radio, radio musicale, radio di flusso, radio persona e perché no, anche Radio-Scuola.

Roma 27 giugno 2012.

Altri documenti utili

Storia della Radio: Origine dei Generi Radiofonici

[Storia della Radio](#)

Pubblicato il 2012-04-09



Tempo fa su Radiospeaker avevamo parlato dei [formati radiofonici](#), oggi, invece faremo un viaggio a ritroso per conoscere come sono nati i generi radiofonici.

Prima occorre fare delle precisazioni. Infatti è importante ricordare che i generi sono nati prima dei formati, mentre questi ultimi si sono sviluppati in America a partire dagli anni cinquanta parallelamente all'evoluzione della radio, arrivando così ad inglobare i generi, e permettendo una catalogazione più precisa.

Esiste inoltre, una differenza sostanziale tra “formati” e “generi”.

Quando parliamo di “formati” intendiamo: **Radio di Flusso, Radio di Programmi, Talk Radio, Radio Musicali e Radio Persona.**

Mentre quando usiamo la parola “generi” ci riferiamo a: **notiziari, programmi comici, quiz, musica per le famiglie, trasmissioni religiose, programmi sportivi, sceneggiati a puntate, programmi per la casa, per l'agricoltura, per i ragazzi e bollettini dei prezzi di mercato.**

In particolare, questi “generi” che vi ho elencato, vengono affrontati nel saggio “The People Look at Radio” scritto da Paul Lazarsfeld nel 1946, in cui il sociologo fa una catalogazione di quello che veniva trasmesso nelle radio americane.

Prima degli studi di Lazarsfeld, in America durante la fine degli anni venti erano le agenzie pubblicitarie ad organizzare la programmazione per fasce orarie, concentrando insieme emissioni simili. Questo prevedeva anche la pubblicità, che iniziò ad essere considerata come un vero e proprio genere, tanto che veniva interpretata dal conduttore stesso per creare una continuità con l'intrattenimento.

Dopo il testo di Lazarsfeld, si approfondì l'argomento dei generi radiofonici, arrivando ad esempio a distinguere i generi teatrali in tre tipi: comedy, radiodramma e varietà. Durante gli anni trenta, anche in Italia, il varietà era un genere molto sentito. Rappresentava un momento di evasione, una radio fatta di cantanti ai quali si mescolavano elementi di comicità, formula che si consolidò soprattutto negli anni settanta.

Infine, come accennavo prima, con i generi nacque anche l'esigenza di un palinsesto diviso per fasce orarie, in modo che ogni categoria di persone e lavoratori avesse l'opportunità di ascoltare il proprio programma in base alle esigenze lavorative. Ad esempio la mattina presto c'erano emissioni dedicate agli agricoltori proprio per permettergli di ascoltare la radio prima di recarsi nei campi a lavorare. A seguire c'erano, poi, programmi per le casalinghe dedicati alla cucina.

Articolo a cura di **Ilaria Frosi**

I Formati Radiofonici: Flusso, Programmi, Talk, Musicali, Persona

[Conduzione Radiofonica](#)

Publicato il 2010-12-07



Tratto dal libro "[Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica](#)"

Come ogni settore "aziendale" e "mediatico" che si rispetti, anche il settore radiofonico si caratterizza per una forte concorrenza tra le parti. Ogni Editore Radiofonico cercherà di accaparrarsi il maggior numero di ascoltatori possibile per aumentare gli introiti pubblicitari della propria "azienda". Per questo affiderà la direzione della Radio ad uno Station Manager di qualità in grado di gestire al meglio l'Emittente. **Tra i vari compiti di uno Station Manager c'è quello di individuare e gestire al meglio il formato radiofonico da seguire.**

Una scelta non da poco se si pensa che su questa scelta si basa il clock radiofonico, il palinsesto, la scelta delle voci, dei tecnici e dei direttori musicali. Questi sono **i quattro Macro Formati Radiofonici presenti tra le radio italiane: Radio di Flusso, Radio di Programmi, Talk Radio, Radio Musicali.** A questi ultimamente se n'è aggiunto un quinto: **la Radio Persona.**

Radio di Flusso

La Radio di Flusso è un tipo di radio molto strutturato, di solito basato su uno schema preciso che si ripete ogni ora. L'esempio più riuscito di radio di flusso in Italia è quello di RDS. **In una radio di flusso c'è una netta prevalenza musicale e lo speaker fa degli interventi brevi e ripetuti in punti strategici del palinsesto.** Una radio di flusso ha un "clock" o un "palinsesto" orario ben preciso che si ripete ogni ora. La ripetitività del palinsesto, la riconoscibilità del formato e della Stationality tende a "rassicurare" l'ascoltatore. Le radio di Flusso di solito hanno un grande successo all'interno di negozi, bar e supermercati, fungono da "tappeto sonoro" per via della poca invasività delle voci e della grande presenza di musica.

Radio di Programmi

La Radio di Programmi mette al primo posto la personalità degli speaker e la diversità dei contenuti (Personality). A differenza di una radio di flusso, **la radio di programmi ha una grande quantità di interventi in voce che arrivano tranquillamente ai 5-6 minuti.** Il palinsesto è molto più malleabile a seconda della personalità del conduttore in diretta e al contenuto del programma. Ogni programma ha una durata oraria variabile e ha sigle, contenuti, effetti sonori e strutture specifiche, rendendo la radio sempre diversa nel corso della giornata. Esempi di Radio di Programmi si trovano in Radio Dee-Jay, Radio 105, RTL 102.5, Radio Kiss-Kiss e nella maggior parte delle Emittenti Nazionali.

Talk Radio

La Talk Radio italiana per eccellenza è Radio 24 (1856 ascoltatori nel giorno medio - [Dati Audiradio quarto bimestre](#)). **Una talk radio si distingue per la quasi totale assenza di musica.** Tutto il palinsesto si basa sugli speaker e sui loro contenuti. E' una radio specializzata nell'informazione e nei contenuti e di solito coinvolge un numero di conduttori e di giornalisti molto più alto rispetto a tutti gli altri formati.

Radio solo Musicali

Le radio solo musicali sono molto diffuse a livello locale, visti i bassissimi costi di gestione dovuti alla quasi totale assenza di speaker. La radio italiana che si avvicina di più a questa tipologia è Virgin Radio che, a parte alcuni momenti della giornata, è caratterizzata dalla presenza massiccia di musica (nel caso specifico di Virgin Radio musica Rock). Le radio musicali spesso sono dei semplici jukebox con i più grandi successi musicali di sempre, ma possono distinguersi per:

- **Generi musicali:** *radio reggae, radio metal, radio house, radio country*
- **Epoca musicale:** *radio oldies, radio anni '80, radio con le hit del momento:*
- **Cantanti o band:** *ad esempio Radio Bob Marley, Radio Queen, Radio Nirvana*
- **Temì Specifici:** *Radio Natale, Radio Religiose, Radio Christian*

Radio Persona

Le così dette "Radio Persona" sono radio con un formato molto particolare: l'intera programmazione si basa sulla personalità di un solo conduttore radiofonico. Nella Radio Persona c'è un solo conduttore, sempre lui, 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

Le Radio Persona vogliono dare l'impressione che il palinsesto sia gestito da una sola persona, che seleziona musica, racconta la sua storia, parla della sua vita e gestisce l'emittente a 360 gradi. E' il caso ad esempio di Jack Fm, radio americana che ha al centro il personaggio Jack, un ragazzo che ama il rock, ma non solo, passa dal punk all'hip hop e cambia genere musicale e argomento di cui parlare a seconda del suo stato d'animo, proprio come fa ognuno di noi quando si trova a casa con la propria playlist. Un esempio italiano di questo formato è Radio Veronica, la prima

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Radio Persona in Italia, in cui Veronica è una donna di 35 anni impegnata nella sua vita quotidiana di madre, moglie, impiegata, donna di casa e amica dei propri ascoltatori con cui si confida e condivide sogni, passioni e musica.

Piccola postilla: ogni formato radiofonico finora descritto avrà delle varianti specifiche per ogni emittente. Potremo ascoltare una Radio di Flusso che ad una certa ora del giorno ha un "programma specifico" che si discosta dal palinsesto blindato, così come avremo Radio di Programmi che, specialmente la sera, si trasformano in radio solo musicali. Le strutture di base vengono personalizzate ad hoc dai rispettivi station manager.

Approfondiamo l'argomento all'interno dell'ebook "[Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica](#)"

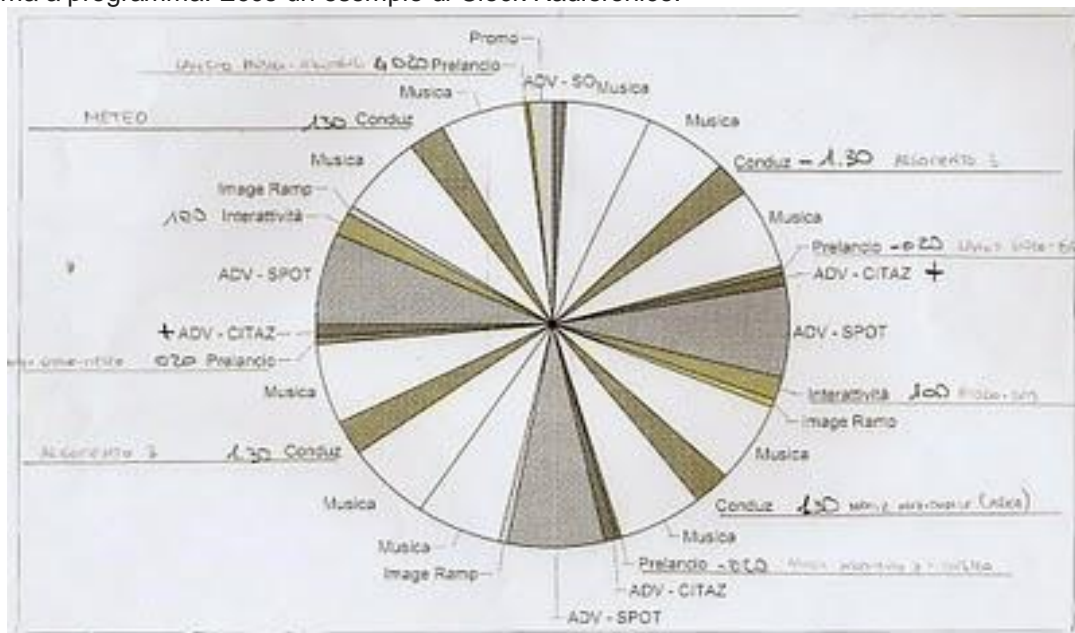
Articolo a cura di **Giorgio d'Ecclesia**

Gli elementi fondamentali di un Clock Radiofonico (jingle, promo, gr, cluster, liner, image ramp, brani, interventi, ecc...)

Cerchiamo di fare un po' di chiarezza sulla composizione strutturale di un clock radiofonico. Partendo proprio da questo:

Cos'è un clock radiofonico?

Con il termine clock radiofonico si intende **la struttura oraria di base di un'emittente**. Di solito è rappresentato da un grafico circolare diviso a spicchi e rappresenta un orologio. Ogni spicchio corrisponde ad un elemento del clock e coincide con l'orario di messa in onda. Nelle Radio di Flusso il clock è solitamente invariato per le 24h di programmazione, mentre nelle radio di programmi il clock varia di solito da programma a programma. Ecco un esempio di Clock Radiofonico:



Gli Elementi fondamentali di un Clock Radiofonico

Segnale Orario: è un elemento che non si trova in tutte le radio, è un classico segnale con l'orario esatto che scandisce l'inizio dell'ora ed è di solito contornato da pubblicità. Il segnale orario è uno dei punti del clock vendibili dal punto di vista commerciale...[continua a leggere](#).

GR (Giornale Radio): questo elemento è obbligatorio per tutte le radio private. Con la legge Mammi del 2020 le radio private sono obbligate a garantire un certo minutaggio di informazione giornaliero. Analizzeremo in futuro, con articoli dedicati, la struttura e la vendibilità commerciale di un Giornale Radio.

Jingle: (si legge gingòl) in inglese indica uno "scampanello". Inizialmente consisteva in un breve motivo musicale utilizzato dalle radio per preannunciare uno spot pubblicitario. Oggi per jingle intendiamo un "inframezzo musicato e cantato" inserito tra due brani per identificare l'emittente o un suo programma. Di solito il motivo musicale è molto semplice ed è sempre lo stesso per facilitare la memorizzazione della radio da parte dell'utente. Il jingle è un elemento fondamentale per il Sound Branding di una Radio.

Liner: (si legge "lainer"): indica l'unione tra un brano e l'altro realizzata attraverso le parole di uno speaker, di solito la voce ufficiale o voce immagine della radio, che annuncia il nome dell'emittente, il suo claim o il nome di un programma. Di solito un liner è montato con una base e degli effetti sonori e non dura più di 6-7 secondi. Molti intendono con il termine liner anche gli annunci di news, traffico, sport, meteo.

Brano/i: la musica che la radio trasmette.

Intervento: l'intervento di uno speaker per intrattenere, informare o divertire gli ascoltatori.

Prelancio o Teaser: intervento parlato breve che precede il cluster pubblicitario. Ha la funzione di attivare la curiosità degli ascoltatori. Elemento molto importante per non perdere l'ascoltatore durante i minuti di pubblicità. E' una tecnica presa in prestito dal mondo pubblicitario, il teaser dall'inglese to tease, stuzzicare,

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

è di solito una campagna pubblicitaria preliminare, di forte impatto, che cerca di suscitare nel pubblico la maggior curiosità possibile senza però rivelare la natura né il nome o la marca del prodotto pubblicizzato. Necessita di una seconda campagna (follow up) in cui si svela il mistero e si pubblicizza esplicitamente il prodotto; nel nostro caso lo speaker anticiperà qualcosa (senza dire di cosa si tratta) che poi dirà in seguito, dopo la pubblicità.

Image Ramp: Rientro dello speaker dopo il cluster pubblicitario, di solito su base chiusa. Lo speaker al suo rientro in diretta rilancia l'immagine della radio. (leggi anche:

Come riprendere il controllo della radio dopo la pubblicità? L'Image Ramp)

Lancio Gioco: Lo speaker lancia un gioco (via sms, chiama e vinci o un clicca e vinci).

Interazione: momento del clock in cui lo speaker interagisce con il pubblico (attraverso telefonate o sms). Questo elemento è importante per rendere la radio più "friendly" e più vicina agli ascoltatori.

Promo: In genere il promo è un elemento audio preconfezionato in cui si ricordano alcuni appuntamenti del palinsesto della radio (come il promo di uno o più programmi), iniziative e appuntamenti (come un evento o una festa), il sito web o qualsiasi altro elemento importante.

Citazione in diretta: la citazione coinvolge il conduttore radiofonico in prima persona. Non è altro che un intervento sponsorizzato da un'azienda. Molto efficace dal punto di vista commerciale, leggi anche: Perchè il messaggio pubblicitario letto da uno speaker in diretta è più efficace?

Cluster Pubblicitario/Spot: Elemento fondamentale per ogni emittente radiofonica perchè procura i soldi per mandare avanti l'azienda. I blocchi pubblicitari possono variare di durata e di numero. Solitamente si preferisce inserire almeno 3 blocchi pubblicitari.

E' necessario ripetere il nome della Radio ad ogni intervento?

[Conduzione Radiofonica](#)

Publicato il 2011-10-22



Tratto dal libro "[Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica](#)"

Tra le tante questioni poste dai lettori di Radiospeaker.it ce n'è una che riguarda tutti i conduttori radiofonici: **nominare il nome della propria Emittente ogni volta che si rientra in onda è necessario?** La nostra risposta a questa domanda non ha mezze misure: Sì.

"Era Madonna su Radio Speaker con give it to me right"...ecco una classica frase di rientro di un conduttore in diretta, frase modificabile in tutte le sue parti tranne in quella fondamentale, il nome dell'Emittente Radiofonica.

Perchè il nome della propria Radio va ribadito ogni volta che si ritorna in voce?

Localizzazione: il nome dell'Emittente serve a ribadire il "luogo" in cui si trova l'ascoltatore in quel momento. Potrebbe trovarsi in centinaia di altri luoghi (tante quante sono le frequenze e le radio fm), ci siamo noi a tranquillizzarlo e a ricordargli dove si trova.

Branding: il nome dell'Emittente è parte fondamentale del Brand dell'Emittente stessa, quanto più si nomina tanto più resterà impresso nella mente degli ascoltatori

Stationality: ribadire il nome dell'Emittente contribuisce a formare l'identità della radio stessa, evitando confusioni tra gli ascoltatori. Costruiamo l'identità della Radio partendo proprio dal suo nome.

E' necessario ripetere anche il nome del conduttore?

E' buona regola, inoltre, ricordare il nome del conduttore radiofonico in onda in quel momento tutte le volte che si può:

" Era Madonna su Radio Natura con Give it to me Right, ancora buona giornata da Jack..."

Friendly: ricordando il proprio nome il conduttore diventa più "umano" e più familiare all'udito dell'ascoltatore, il quale inizia ad associare la sua voce ad un nome. Non dimentichiamo inoltre, che gli ascoltatori hanno degli amici con cui potrebbero parlare di noi (es: Hai sentito quanto è bravo quel Jack di Radio Speaker). Aiutiamo chi ci ascolta a ricordarsi di noi.

Auto-Branding: Associamo il nostro nome a quello dell'Emittente Radiofonica e ne acquisiamo la stessa rinomanza. Se Jack parla su Radio Speaker vuol dire che Jack è un personaggio della stessa levatura della radio presso cui lavora.

Personality: Costruiamo il nostro personaggio partendo dal nome, così come la Stationality per le Radio, la personality di uno speaker serve a costruire e ribadire la propria identità tra gli ascoltatori, evitando confusioni con altri speaker (che magari hanno una voce molto simile alla nostra).

Approfondiamo l'argomento all'interno dell'ebook "[Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica](#)"

Articolo a cura di **Giorgio d'Ecclesia**

Image Ramp: Come riprendere il Controllo della Diretta dopo la Pubblicità

[Conduzione Radiofonica](#)

Publicato il 2011-05-03



Tratto dal libro "[Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica](#)"

Sappiamo bene come la pubblicità sia un elemento di disturbo per gli ascoltatori e dobbiamo trovare il modo più efficace per riprendere il controllo della radio dopo averlo perso durante il cluster pubblicitario.

In nostro aiuto potrebbe arrivare un Image Ramp, letteralmente tradotto con "Rampa Immagine" è un elemento del palinsesto molto importante. Di solito viene posizionato subito dopo la pubblicità per far rientrare lo speaker e ribadire "L'immagine della radio": in pratica il conduttore radiofonico riprende il controllo della radio dopo averlo perso durante il cluster pubblicitario.

Solitamente l'Image Ramp dura pochi secondi (15-30 secondi) e consiste in una "base chiusa" con un refrain sonoro che ricorda il logo musicale della Radio e chiude con il claim dell'Emittente (solitamente un Jingle).

Far ripartire il palinsesto con un Image Ramp è utile perchè per recuperare l'attenzione dell'ascoltatore si usano tutte le qualità del conduttore radiofonico che ribadisce il nome dell'emittente, recupera l'attenzione dell'ascoltatore e anticipa quello che sta per accadere. E' un modo più "personale" e "caldo" di rientrare dopo la pubblicità rispetto ad un brano generico che si può trovare in ogni altra radio.

Durante l'Image Ramp solitamente lo speaker si presenta, presenta la Radio e annuncia subito quello che sta per accadere, ad esempio l'arrivo di un brano, o anticipa qualcosa che dirà a breve. Ad esempio: "Riparte la serata di Radio X, la radio più Rock della Lombardia, io sono Pablo, tra pochissimo parleremo del nuovo concerto degli Oasis qui a Milano ma subito ci ascoltiamo i Rolling Stones: Simpaty for the devil!"

L'ascoltatore che si è sorbita 3-5 minuti di pubblicità viene "ripreso" dallo speaker che gli ricorda dove si trova e cosa sta ascoltando, gli anticipa che tra poco gli darà una notizia molto figa, intanto soddisfa subito la sua voglia di musica lanciando un pezzo dei Rolling Stones.

Buone "rampe" a tutti...occhio a non cadere! ;)

Approfondiamo l'argomento all'interno dell'ebook "[Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica](#)"
Articolo di **Giorgio d'Ecclesia**

I Mestieri della Radio: dall'Editore al Conduttore Radiofonico

Conduzione Radiofonica

Publicato il 2011-08-08



Tratto dal libro "Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica"

Fino ad oggi abbiamo nominato più di una volta Editori, Station Manager, Conduttori Radiofonici, Tecnici, e via dicendo. E' arrivato quindi il momento di analizzare i vari ruoli dell'Azienda Radio e di strutturarli in un'organigramma piramidale che vede al vertice l'Editore della Radio e alla base una serie di figure professionali variegata, come riportato in figura.

Editore

E' il proprietario dell'Emittente Radiofonica, colui che firma i contratti, assume il personale, paga tutte le spese dell'Emittente (compreso lo stipendio di tutto il personale), possiede o affitta gli immobili della radio e detta le regole, o meglio, "la linea editoriale" ed il formato da seguire. Di solito assume in prima persona lo Station Manager, il Direttore Marketing ed il Capo Redattore.

Station Manager

Gestisce l'azienda nel complesso, coordina i direttori dei vari reparti (marketing, musicale, programmi, redazione), fa rispettare la linea editoriale ed il formato concordato con l'Editore, controlla che tutti svolgano il proprio compito e ascolta le esigenze di tutto il personale. In genere, lo Station Manager si occupa di scegliere conduttori radiofonici e tecnici di diretta e di produzione.

Direttore Marketing

Come si può intuire dal nome, il direttore marketing, studia le strategie di marketing che la radio dovrà seguire, coordina gli agenti per la ricerca di nuovi clienti e cura i rapporti con le grandi aziende in contatto con la Radio (per pubblicità).

Agente Marketing

Figura essenziale per il corretto funzionamento dell'Emittente Radiofonica perchè ha il compito principale di procurare clienti pubblicitari, ovvero denaro per l'Emittente stessa. In buona sostanza gli agenti pubblicitari lavorano per appuntamenti, procacciano clienti, passano la loro giornata al telefono e si muovono fisicamente tra un cliente e l'altro per esporre le offerte pubblicitarie dell'Emittente.

Direttore Musicale

Si occupa della scelta musicale dell'Emittente, cerca di rispettare il più possibile la "linea musicale" ed il formato radiofonico concordato con lo Station Manager e l'Editore. Di solito dirige un ufficio musica presso cui lavorano alcuni collaboratori con cui ascolta e seleziona i brani che successivamente inserirà nel

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

palinsesto della radio.

Direttore Programmi

Controlla che tutto ciò che vada in onda sia corretto, risolve i problemi improvvisi che si generano durante le trasmissioni e con il Direttore Musicale e lo Station Manager studia la messa in onda di nuovi programmi o le modifiche da apportare ad un programma già esistente.

Capo Redattore

Dirige il reparto giornalistico dell'Emittente, controllando che l'informazione sia impeccabile e corretta e solitamente conduce il Giornale Radio. Di solito seleziona e assume personalmente i nuovi giornalisti ed è il responsabile stampa dell'Emittente.

Giornalista Radiofonico

Si occupa della parte redazionale dell'Emittente. Recupera le notizie, realizza interviste, scrive e conduce il Giornale Radio, oltre a registrare servizi ed approfondimenti da mandare in onda durante il GR.

Approfondiamo la figura del giornalista radiofonico in tutti gli articoli presenti nella categoria "giornalismo radiofonico".

Speaker/Conduttore Radiofonico

Lo Speaker Radiofonico è la Voce dell'Azienda, è in prima linea per esprimere al pubblico l'immagine dell'Azienda, la sua voce riassume quella di tutto lo staff: tecnici, giornalisti, editore e direttori compresi.

Approfondiamo la figura dello speaker radiofonico in tutti gli articoli presenti nella categoria "conduzione radiofonica".

Tecnico di diretta

Si occupa della messa in onda. Controlla che i volumi siano corretti, che la radio non faccia dei buchi (dei minuti di silenzio), che tutto ciò che arrivi al pubblico suoni bene. E' il braccio destro dello speaker, lo accompagna durante tutto il percorso di diretta e spesso interviene con effetti sonori, sigle o spezzoni di canzoni. Il suo ruolo è molto delicato, almeno quanto quello dello speaker: al tecnico è affidata la messa in onda del lavoro di tutto lo staff.

Tecnico di produzione

Si occupa di produrre materiale audio che verrà messo in onda preconfezionato: jingle, basi, promo, liners, sigle, programmi, spot, interviste e quant'altro.

Web Designer

Come si può immaginare è colui che si occupa del sito internet dell'Emittente. Di solito è accompagnato da un numero non precisato di collaboratori, spesso gli stessi membri della Radio.

Segretari

Si occupano di tutto il lavoro di segreteria, telefonate, fax, giochi a premi, redazionali, ecc...

Approfondiamo l'argomento all'interno dell'ebook ["Teorie e Tecniche di Conduzione Radiofonica"](#)

Articolo a cura di **Giorgio d'Ecclesia**

Radio (elettronica)

Da Wikipedia, l'enciclopedia libera.

La **radio** è la [tecnologia elettronica](#) che utilizza le [onde elettromagnetiche](#), la cui [frequenza](#) è al di sotto di quella della [luce visibile](#), per le [telecomunicazioni](#) o alcuni altri scopi come la localizzazione di oggetti ([radaristica](#)) e lo studio di fenomeni celesti ([radioastronomia](#)).



Antenna per le trasmissioni radio

Terminologia [\[modifica\]](#)

Le onde elettromagnetiche utilizzate per la radio sono chiamate [onde radio](#).

L'apparecchio elettronico che permette di trasmettere e/o ricevere onde radio, è chiamato radio. In particolare, se è in grado solo di trasmettere è chiamato *radiotrasmettitore* o *radiotrasmittente*; se è in grado solo di ricevere è chiamato *radioricevitore*, o *radioricevente*; se è in grado sia di ricevere che di trasmettere è chiamato *ricetrasmittitore* o *ricetrasmittente*.

Storia [\[modifica\]](#)



Per approfondire, vedi la voce [Cronologia della radio](#).

[Maxwell](#) scrisse la teoria per la descrizione del fenomeno delle onde elettromagnetiche, nel suo "Trattato di elettricità e magnetismo (1873)". [Hertz](#) mise in pratica la teoria e generò onde [elettromagnetiche](#) usando dei semplici circuiti elettrici nei quali venivano create delle scariche elettriche ad alta frequenza (rocchetto di Ruhmkorff). Mediante dei circuiti risonanti riusciva a rivelare queste onde elettromagnetiche. Hertz realizzò così il primo oscillatore in grado di irradiare onde elettromagnetiche rilevabili a breve distanza.

Questo rudimentale sistema fu perfezionato nel tempo, passando dai semplici circuiti elettrici, ai sistemi [coherer](#), molto più sensibili dei precedenti.

Tappe [\[modifica\]](#)

Ecco alcune tappe:

- Nel 1887, [David E. Hughes](#) trasmise segnali radio usando un Trasmettitore di scintille comandato da orologio, raggiungendo una distanza di circa 500 metri.

- Nel 1888, [Heinrich Hertz](#) produsse e misurò la distanza dell'Ultra Alta Frequenza (tramite trasmettitore a scintilla).
- Nel 1891, [Nikola Tesla](#) cominciò la ricerca wireless (senza fili). Sviluppò mezzi per la realizzazione di produzione di frequenze radio, dimostrò pubblicamente i principi della radio e trasmise segnali a lunga distanza.
- Fra il 1893 e il 1894, Roberto Landell de Moura, un prete e scienziato brasiliano, condusse esperimenti. Non pubblicò le sue scoperte fino al 1900 ma più tardi ottenne un brevetto brasiliano.
- Nel 1894 a Kolkata ([Calcutta](#)), Sir [Jagadish Chandra Bose](#) (J. C. Bose) inventò il [coesore](#) a mercurio, insieme al ricevitore telefonico, e fece esplodere una carica esplosiva a distanza tramite un segnale radio.
- Nel 1894, [Aleksandr Stepanovič Popov](#) costruì il suo primo ricevitore radio, che conteneva un coesore, ma in effetti il coesore fu inventato per la prima volta da [Édouard Branly](#). Popov mostrò il coesore, dopo tramutato in un analizzatore di segnale lampeggiante, alla Società Russa di Fisica e Chimica il 7 maggio, 1895.
- Nel 1894, [Guglielmo Marconi](#) lesse il lavoro di Hertz e [Tesla](#) sulla telegrafia senza fili, e cominciò i suoi esperimenti. Un anno dopo fu fatto l'esperimento realizzato a [Pontecchio \(BO\)](#), durante il quale fu trasmesso un segnale morse oltre i due [km](#) di distanza. Nello stesso anno [Tesla](#) comunicava a più di 50 [km](#) dal suo laboratorio di [New York](#) a [West Point](#).
- Nel dicembre del 1901 Guglielmo Marconi usò le invenzioni di J.C. Bose per ricevere il segnale radio nella sua prima comunicazione radio transatlantica su una distanza di 2.000 miglia (3.200 km) da [Poldhu, Regno Unito](#), a [St. Johns, Newfoundland](#). Marconi fu celebrato nel mondo per la sua trasmissione. Poco dopo gli fu dato il brevetto e ricevette così anche il Nobel insieme a [Karl Ferdinand Braun](#).
- Nei primi del 900 [Reginald Fessenden](#) e [Lee de Forest](#) inventarono radio ad ampiezza-modulata ([AM](#)) permettendo ad un segnale audio di essere inviato nell'aria.
- Intorno agli anni [1910](#) vennero realizzati i primi tentativi di trasmissione della voce umana, e di lì a pochi anni vennero effettuate le prime trasmissioni transoceaniche. Le prime trasmissioni erano effettuate usando il [codice Morse](#), quindi un semplice sistema di comunicazione, basato su punti e linee, lo stesso usato sulle linee telegrafiche.
- Marconi dopo aver letto le pubblicazioni di [Tesla](#) che teorizzavano e provavano l'esistenza della ionosfera venne a conoscenza della propagazione delle [onde corte](#), e scoprì che le trasmissioni radio su queste [frequenze](#) potevano essere udite a distanze grandissime.
- Molto tempo prima, nel [1911](#), l'*High Court* britannica nella persona di Mr. Justice Parker deliberò su un analogo procedimento^[1] la validità dei brevetti di Marconi e negli anni prima del '43 molte altre sentenze sono state pronunciate con andamenti altalenanti per le parti in causa.
- Il [15 aprile 1912](#) il [Titanic](#) affonda nell'[Atlantico](#) e lancia il segnale Morse di soccorso [SOS](#). Marconi, in quel periodo a New York, sentendo del disastro, si fa trasportare sulla nave che ha raccolto i superstiti per incontrare il radiotelegrafista. La radio incontra in questo modo il suo primo grande successo.
- Il [30 maggio 1924](#) Marconi realizza la prima trasmissione della voce umana fra [Poldhu](#) e [Sydney \(Australia\)](#).
- Il [6 ottobre 1924](#) alle ore 21 Ines Viviani Donarelli annuncia la messa in onda della prima trasmissione radiofonica in Italia per l'[Unione Radiofonica Italiana](#).
- Nel 1935 [Edwin H. Armstrong](#) inventò la radio a frequenza-modulata ([FM](#)), così un segnale audio può essere "statico," che è, interferenza da un apparato elettrico e atmosferico.

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

- In [1943](#), la U.S. Corte Suprema degli Stati Uniti D'america scoprì che il lavoro di Marconi non era originale, e i diritti del brevetto furono restituiti a [Nikola Tesla](#). Comunque, [Tesla](#) morì poco prima della sentenza. Sulla causa della Corte Suprema Statunitense vi sono critiche dovute anche al fatto che all'epoca la società Marconi aveva una causa legale in atto con l'esercito Statunitense e la sentenza della Corte Suprema rese nulle le richieste della società Marconi sulle presunte violazioni intellettuali dell'esercito. In realtà ciò non è vero del tutto visto che il governo Usa pagò la somma di circa 43.000 dollari di allora, oltre agli interessi, alla società di Marconi per un brevetto di [Oliver Lodge](#) che suddetta società aveva comprato da quest'ultimo^[2].
- Il 6 giugno 1944, su Radio Londra, venne trasmesso l'ordine dello sbarco verso la Normandia da parte degli alleati Inglesi. Lo sbarco era stato posticipato il sei per una forte tempesta che aveva impossibilitato il viaggio via mare, ma di fatto doveva essere eseguito il tre giugno 1944.
- Gli ultimi decenni del secolo scorso vedono un notevole incremento delle prestazioni, tanto che furono attivate le prime stazioni radio commerciali.

Funzionamento [\[modifica\]](#)

Per poter coprire la distanza tra la radio trasmittente e la radio ricevente, è necessario usare l'[antenna](#): un dispositivo ([trasduttore](#)) in grado di trasformare una grandezza elettrica in segnali elettromagnetici.

La lunghezza e la forma delle antenne (trasmettenti e riceventi) sono proporzionali alla [lunghezza d'onda](#) della [frequenza](#) usata.

Nelle comunicazioni professionali o amatoriali, le antenne sono [particolarmente](#) curate, mentre nelle comunicazioni [broadcast](#), generalmente l'antenna trasmittente emette una grande [potenza](#). In questo modo le radio riceventi possono usare antenne anche di piccole dimensioni.

Per poter trasmettere informazioni da una trasmittente ad una ricevente, è necessario definire una frequenza ed una [modulazione](#).

Ad esempio, per poter ricevere le emittenti radiofoniche private, è necessario usare un semplice apparato che riesca a sintonizzare le frequenze tra gli 87,5 e i 108 [MHz](#) in [modulazione di frequenza](#) (FM). Tali frequenze corrispondono ad una lunghezza d'onda di circa 3 o 4 [metri](#).

Le onde radio [\[modifica\]](#)



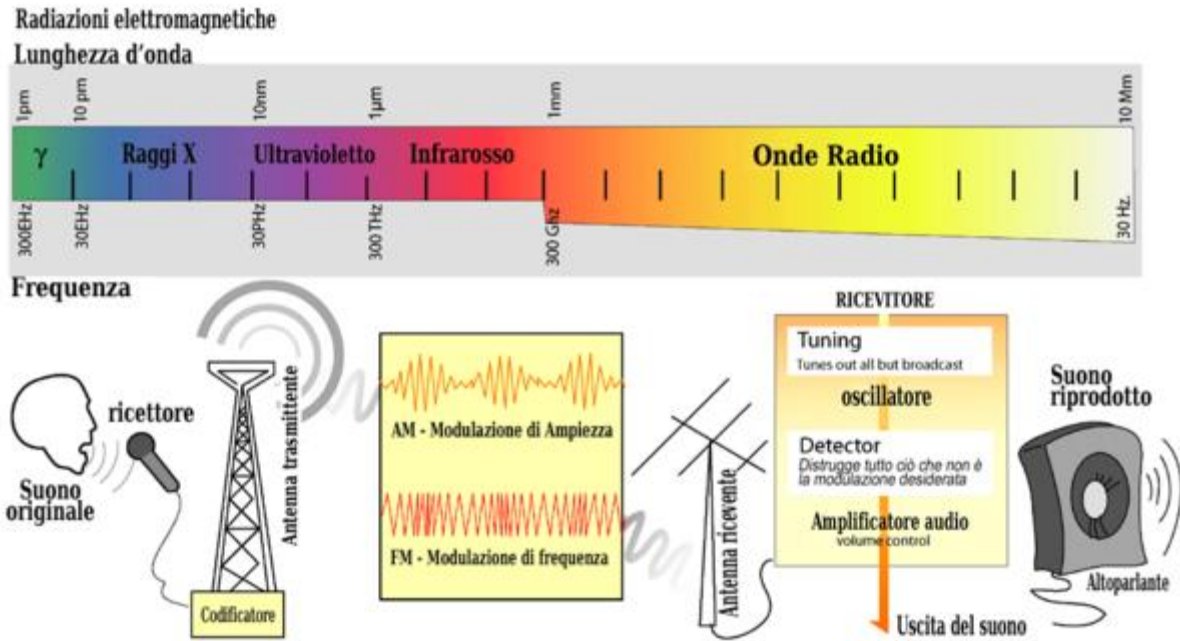
Per approfondire, vedi la voce [Onde radio](#).

Le onde radio sono una forma di [radiazione elettromagnetica](#), creata grazie ad un elemento carico (nella classica trasmissione radio si tratta di un [elettrone](#)) accelerato con una frequenza legata alla porzione di [radio frequenza](#) (RF) dello [spettro elettromagnetico](#). Nella radio, questa accelerazione è causata da una [corrente alternata](#) in un'[antenna](#). Le frequenze radio vanno da poche decine di [hertz](#) ad alcune centinaia di gigahertz.

Spettro elettromagnetico radio										
ELF	SLF	ULF/VLF	VLF	LF/LW	MW	HF/SW	VHF	UHF	SHF/MW	EHF

Altri tipi di radiazioni elettromagnetiche, con frequenze superiori allo spazio RF, sono l'[infrarosso](#), la [luce](#) visibile, l'[ultravioletto](#), i [raggi x](#) e i [raggi gamma](#).

Quando l'energia di un singolo [fotone](#) associato a radiazioni elettromagnetiche di una data frequenza è troppo bassa per rimuovere un [elettrone](#) da un [atomo](#), le onde aventi quella frequenza sono classificate *radiazioni non ionizzanti*; le onde radio sono sempre non ionizzanti.



Spettro elettromagnetico e diagramma di trasmissione radio di un segnale audio.

Le onde elettromagnetiche si propagano nell'aria e nel vuoto dello spazio e non richiedono un mezzo di trasporto (a differenza di quanto accade con le onde acustiche). Quando le onde radio incontrano un [conduttore elettrico](#) (l'antenna), l'oscillazione elettrica o il [campo magnetico](#) (dipende dalla forma del conduttore) induce una corrente alternata nel conduttore. Questa può essere trasformata in audio o altri segnali che trasportano informazioni.

La parola *radio* è usata per descrivere questo fenomeno e le trasmissioni di [televisione](#), radio, [radar](#) e [telefoni cellulari](#) sono tutte classificate come emissioni in radio frequenze.

Applicazioni [\[modifica\]](#)

- [Radiotelegrafia](#)

Diversi scienziati e inventori mostrarono l'utilità della telegrafia senza fili, radiotelegrafia, o radio, fin dal [1890](#). [Heinrich Rudolf Hertz](#) riuscì a generare onde elettromagnetiche a brevissima distanza durante i suoi esperimenti a cui [Guglielmo Marconi](#) si ispirò. Marconi fu però il primo a coprire distanze utili per le telecomunicazioni utilizzando un apparecchio inventato da Temistocle Calzecchi-Onesti nel 1884. Famoso è l'esperimento effettuato nella primavera del 1895 a [Pontecchio](#) (BO) in cui Marconi raggiunse una distanza di circa 2 km: era il primo segnale radio della storia. È la comunicazione tra due o più persone in [codice Morse](#) per mezzo di onde radio. Oggi è in disuso, sebbene venga ancora parecchio utilizzata dai [radioamatori](#), per le lunghe distanze a cui si può trasmettere utilizzando poca potenza. La radiotelegrafia è stata la prima applicazione della radio: è la prima volta che le onde elettromagnetiche vengono utilizzate per trasportare un'[informazione](#).

- [Radiofonia](#)

Inventata da [Reginald Fessenden](#) nel [1900](#). È la trasmissione e ricezione di contenuti [sonori](#) per mezzo di onde radio. Nei primi decenni si distingueva in *radiotelegrafia* e *radioaudizione circolare*. La radiotelegrafia ha sostituito la radiotelegrafia nella comunicazione tra due o più persone per mezzo di onde radio, la radioaudizione circolare è stata invece il primo sistema di diffusione del [mezzo di comunicazione di massa](#) che chiamiamo [radio](#). Oggi il termine "radioaudizione circolare" è completamente in disuso. Oggi esistono le emittenti radiofoniche che diffondono onde radio per mezzo di un'enorme antenna.

- [Radiotelefonìa](#)

È una tipologia di radiofonia. È la comunicazione sonora (tipicamente [vocale](#)) tra due o più persone per mezzo di onde radio.

- [Radaristica](#)

È la localizzazione di oggetti fissi o mobili per mezzo di onde radio.

- [Televisione terrestre](#)

Inventata da [John Logie Baird](#) nel [1925](#). È la diffusione alle masse di contenuti visivi e sonori per mezzo di onde radio emesse da [trasmettitori](#) posti sulla superficie terrestre.

- [Televisione satellitare](#)

È la diffusione alle masse di contenuti visivi e sonori per mezzo di onde radio emesse da trasmettitori posti su [satelliti per telecomunicazioni geostazionari](#).

- [Radioastronomia](#)

È lo studio di fenomeni celesti attraverso l'analisi delle onde radio che essi emettono naturalmente.

- [Telefonia mobile](#)

È l'accesso alla [Rete Telefonica Generale](#) per mezzo di onde radio e dispositivi mobili utilizzabili in ampie aree geografiche.

- [Telefonia cellulare](#)

È una tipologia di telefonia mobile. È l'accesso alla Rete Telefonica Generale per mezzo di onde radio emesse e ricevute da trasmettitori posti sulla superficie terrestre e dispositivi mobili utilizzabili in ampie aree geografiche.

- [Telefonia satellitare](#)

È una tipologia di telefonia mobile. È l'accesso alla Rete Telefonica Generale per mezzo di onde radio emesse e ricevute da trasmettitori posti su satelliti per telecomunicazioni e dispositivi mobili utilizzabili in ampie aree geografiche.

[DAB: perché la radio digitale non ha avuto successo](#) di [Raffaele Fanizzi](#) - giovedì 7 gennaio 2010

Spesso per chi come noi partecipa ad un blog che può avere come oggetto una riflessione su prodotti, tecnologie e tendenze passate, presenti e future, trovare l'argomento alla base del prossimo articolo può risultare essere difficoltoso a causa dell'evidentemente troppo ampio spettro di topic papabili.

Fortunatamente l'appena trascorso periodo di festa ha rappresentato per il sottoscritto una sorta di musa ispiratrice ed è successo, giusto per introdurre la riflessione protagonista di questo post, che, semplicemente osservando con più calma il mondo che mi circonda, i miei occhi si siano poggiati su una vecchia radio.

E' proprio in quest'occasione che è sopraggiunta alla mia mente la seguente domanda: che fine ha fatto lo standard DAB di cui qualche anno fa avevo sentito parlare più volte quale futuro della radio?



Il **Digital Audio Broadcasting (DAB)**, anche conosciuto con il nome Eureka 147, è una tecnologia di trasmissione digitale del segnale radio frutto di un progetto di ricerca europeo risalente agli anni 80 e che è stato utilizzato per la trasmissione di un programma radiofonico per la prima volta dalla BBC nel 1995.

L'obiettivo principale del DAB era di introdurre una tecnologia digitale per la diffusione dei segnali radio che, rispetto alla tradizionale trasmissione analogica FM, comportasse diversi **vantaggi**: maggiore qualità del suono, più contenuti inviati ai radioascoltatori (testi, immagini, ecc...), maggiore efficienza nella gestione delle frequenze disponibili da cui deriva un maggior numero di stazioni possibili e costi inferiori per la trasmissione.

In particolare la capacità di trasmettere più segnali radio digitali attraverso un solo trasmettitore, il cosiddetto **multiplexing**, avrebbe dovuto rappresentare un forte incentivo per i produttori di contenuti radio nel passare al DAB.

In realtà tutti i presunti benefici dello standard DAB sono stati smontati uno dopo l'altro al punto da portare tale tecnologia ad essere vista dagli operatori del settore semplicemente come un investimento da evitare, soprattutto nel nostro Paese. Innanzitutto la maggiore qualità del suono in termini di eliminazione del rumore di fondo che affligge solitamente le trasmissioni analogiche è stata ampiamente controbilanciata dalla scelta di un codec per la compressione audio inadeguato, soprattutto in relazione ai bitrate utilizzati.

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Il codec maggiormente diffuso per il DAB è l'**Mpeg 1 Layer 2** o MP2, cioè il diretto progenitore del famosissimo Mpeg 1 Layer 3 o MP3. Il problema della qualità non è dovuto al codec in sé, anche perché all'epoca si trattava di uno dei più avanzati, ma all'uso che ne è stato fatto: il 98% delle stazioni radio in UK, la nazione che più di altre ha spinto e adottato il DAB, trasmetteva utilizzando un **bitrate di appena 128 kbit/s**, assolutamente insufficiente a garantire una qualità percepita paragonabile alle trasmissioni analogiche FM.

Il vantaggio derivante dal multiplexing, inoltre, in realtà è solo a medio-lungo termine perché i **costi di realizzazione** delle stazioni di trasmissione in DAB sono notevolmente superiori a quelli dei corrispondenti trasmettitori FM e possono essere ammortizzati solo nel tempo visti i condivisi (tra tutte le stazioni che afferiscono ad un trasmettitore) costi di manutenzione.

Questo problema è stato la causa principale dell'**inferiore qualità audio percepita** perché, al fine di ridurre il più possibile i costi in fase di startup, nel Regno Unito moltissime stazioni radio si sono consorziate per trasmettere utilizzando il minor numero possibile di trasmettitori e, semplificando i vari tecnicismi, possiamo dire che il bitrate disponibile attraverso un trasmettitore è stato suddiviso tra troppi attori, comportando il degradamento del segnale di cui gli inglesi si sono spesso lamentati nel corso degli anni.

Possiamo aggiungere quale ulteriore motivazione alla base della scarsa diffusione del DAB, il mancato beneficio del maggior numero di contenuti che si possono veicolare attraverso il segnale digitale essenzialmente per due ragioni: la maggioranza dei sintonizzatori DAB non è dotato di schermi video in grado di mostrare adeguatamente una grande quantità di testi o immagini. Inoltre la radio di per sé è uno strumento utilizzato per intrattenersi mentre l'ascoltatore fa qualcos'altro (cucina, guida, lavora, ecc...) e che, pertanto, molto difficilmente potrebbe distogliere la propria attenzione per leggere testi o osservare immagini.

Infine, una considerazione che più di altre si sposa con la realtà del nostro Paese è legata all'incompatibilità delle modalità di trasmissione del segnale DAB rispetto alle tradizionali radio FM. Moltissime stazioni radio in Italia, infatti, hanno assunto una **struttura redazionale e commerciale** organizzata con riferimento al territorio che servono e, pertanto, una stessa stazione radio è libera di fornire contenuti differenti a seconda dell'area in cui la trasmissione viene effettuata.

La tecnologia DAB, invece, basa la sua filosofia di diffusione sul concetto di consorzio tra radio al fine di condividere le strutture dedicate alla trasmissione. E' chiaro che quest'ultima organizzazione è difficilmente conciliabile con una pregressa rete di stazioni radio FM nazionali e locali ricca e fitta come quella che abbiamo in Italia.

Quali prospettive quindi si aprono per il Digital Audio Broadcasting nel prossimo futuro? Il problema della qualità del suono è in via di risoluzione grazie all'introduzione nel 2006 dello standard DAB+ che aggiorna il codec utilizzato per la compressione audio in favore del più moderno e avanzato **High Efficiency Advanced Audio Codec** (HE-AAC).

Questa evoluzione, che ovviamente non offre nessuna retrocompatibilità né a livello di trasmettitori, né di ricevitori, con le apparecchiature DAB preesistenti, potrebbe rappresentare un nuovo punto di partenza per la diffusione della radio in digitale oppure, come è mia personale opinione, potrebbe essere l'ultimo tentativo di mettere in piedi un'**infrastruttura di trasmissione specific-purpose** in attesa della diffusione di massa degli standard wireless (WiMax, 4G, ecc...) a banda larga attraverso i quali potremo fruire di tutte le trasmissioni audio video a cui siamo abituati oggi.

Xautomation FM

La tua radio merita una suite

Xautomation FM è il software di regia automatica che gestisce in maniera completa tutte le esigenze delle emittenti radiofoniche. Il software si basa su semplici e intuitive funzioni ed è adatto a tutti i tipi di messa in onda, sia automatica che manuale. La semplicità di installazione lo rende portatile e utilizzabile su Pc portatili e durante le dirette esterne. Sviluppato per gli ambienti Windows, è compatibile con la maggior parte delle schede audio disponibili in commercio.

Caratteristiche tecniche

- Supporta file audio MP2, WAV, ADPCM, OGG
- Archivio virtualmente illimitato. L'unico limite è rappresentato dalla memoria del disco e dalla velocità del PC
- Precisione al millisecondo nell'editing del file audio
- Editing non distruttivo dei file (ovvero possibilità di impostare punti di IN, INTRO vocale, MIX e OUT per ciascun brano, senza modificare il file originale su disco)
- Ogni brano può avere differenti punti di editing (ad es. per mandare in onda in certe situazioni solo i ritornelli dei brani)
- 5 differenti tipi di fade per mixaggi di precisione: Nessun Fade, Lineare, Fast, Slow, Slow to Fast
- Visualizzazione della forma d'onda nell'editing dei file MPEG
- Permette di organizzare l'archivio secondo le proprie necessità, e soprattutto di personalizzarlo per ciascun deejay
- Consente di creare playlist manualmente o automaticamente (secondo percentuale o secondo sequenze stabilite a priori)
- Inserisce automaticamente i jingle identificativi della radio a seconda del tempo o del genere del brano
- E' dotato di una interfaccia utente che consente a coloro che lavorano manualmente un reale LIVE ASSIST
- Molte operazioni si basano sul semplice drag 'n drop (trascinamento), evitando noiose aperture di finestre o numerosi click prima di poter mandare in onda un brano
- Semplice gestione dei notiziari su singolo file audio o con notizie distribuite su più file
- Gestisce la rotazione e l'invecchiamento dei brani, organizzandoli in categorie (Promo, Hits, Contemporanei, etc. tutte comunque personalizzabili dall'utente)
- Gestisce la messa in onda ad orario di eventi speciali (pubblicità, jingles, brani e playlist create in precedenza)
- Gestisce il segnale orario con speaker virtuale e con base personalizzabile (è possibile utilizzare più voci per il segnale orario)
- Jingle machine (fino a 40 jingles o files audio pronti per l'uso)
- Jingle inizio spot, tra-spot e fine spot, personalizzabili per ciascuna fascia oraria di pubblicità
- Crea e stampa report degli eventi andati in onda durante la giornata
- Gestisce la messa in onda di eventi esterni, ad esempio satellitari (sincronizzazione ad orario)
- Voice track per creare programmi radiofonici virtuali
- Portabilità del software e semplicità di gestione su pc portatili (ad esempio per dirette esterne utilizzando sempre Xautomation)
- Gestione di utenti e permessi di accesso al software
- Live Recorder, per effettuare registrazioni direttamente in MPEG (se il sistema è dotato del codec opportuno) che possono essere ritrasmesse con molta semplicità
- Si interfaccia ai più comuni software di editing audio (Cool Edit, Sound Forge, etc..)



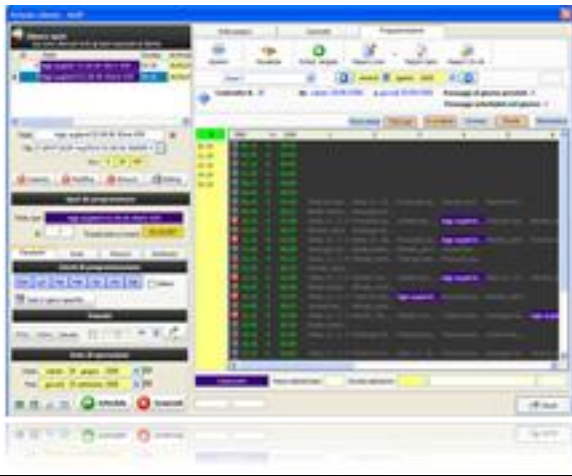
Xmanager

Gestisci efficacemente la pubblicità

Xmanager è l'applicazione che permette la gestione della programmazione pubblicitaria delle emittenti radiofoniche. Organizza l'archivio clienti ed i relativi contratti, gestisce la programmazione del palinsesto pubblicitario attraverso opzioni avanzate per la schedulazione degli spot e permette di effettuare le stampe dei report contenenti i passaggi pubblicitari prima o dopo la messa in onda.

Caratteristiche tecniche

- Potente e semplice programmazione del palinsesto pubblicitario per soddisfare anche il cliente più esigente
- Gestisce l'archivio clienti
- Gestisce i contratti del cliente
- Programmazione basata sulla tipologia di commercio del cliente
- Rotazione degli orari di programmazione dello spot
- Rotazione dei file audio (spot) del cliente
- Programmazione a giorni alterni, o solo in certe giornate (ad es. potreste programmare un cliente per 3 mesi, ma mai di domenica, etc.)
- Stampa del report dei passaggi pubblicitari per il cliente prima e dopo la messa in onda degli stessi



Xreport

Stampa il registro a norma di legge

Xreport è il software che si occupa della gestione e della stampa del registro programmi trasmessi. Permette di definire degli eventi standard che costituiscono il palinsesto tipo dell'emittente, effettua le stampe giorno per giorno o per periodi personalizzati, consente di modificare i diversi elementi del report e permette di stampare solo i numeri di pagina sui fogli A4 prima della vidimazione a norma di legge.

Caratteristiche tecniche

- Elenco di tutti gli eventi andati in onda giorno per giorno e "suonati" dalla regia
- Elenco di tutti gli eventi che devono apparire nel REGISTRO PROGRAMMI
- Possibilità di intervenire manualmente e AGGIUNGERE, MODIFICARE gli elementi che devono apparire nel registro programmi. Ad esempio: se la regia non viene utilizzata per "andare in onda", ma si effettua un programma radiofonico con lettori cd oppure una diretta esterna senza ausilio della regia, è possibile inserire manualmente l'evento che deve apparire nel registro
- Possibilità di definire degli eventi standard che devono sempre apparire nel registro ad orari ben precisi
- Possibilità di stampare solo i numeri di pagina per poter portare i fogli A4 all'ufficio registro per la vidimazione
- Possibilità di stampare giorno per giorno o periodi
- Possibilità di stampare il registro omettendo i numeri di pagina e/ o l'intestazione

ORA	TITOLO	SITUAZIONE	SITIO	SITIO	SITIO
05:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
06:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
06:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
06:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
06:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
07:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
07:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
07:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
07:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
08:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
08:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
08:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
08:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
09:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
09:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
09:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
09:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
10:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
10:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
10:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
10:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
11:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
11:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
11:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
11:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
12:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
12:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
12:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
12:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
13:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
13:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
13:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
13:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
14:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
14:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
14:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
14:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
15:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
15:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
15:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
15:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
16:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
16:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
16:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
16:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
17:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
17:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
17:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
17:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
18:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
18:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
18:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
18:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
19:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
19:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
19:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
19:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
20:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
20:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
20:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
20:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
21:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
21:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
21:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
21:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
22:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
22:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
22:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
22:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
23:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
23:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
23:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
23:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
00:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
00:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
00:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
00:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
01:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
01:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
01:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
01:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
02:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
02:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
02:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
02:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
03:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
03:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
03:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
03:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
04:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
04:15:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
04:30:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
04:45:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA
05:00:00	Radio TAORMINA	ON AIR	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA	Radio TAORMINA

Xwebcopy

Gestisci i file online

Xwebcopy effettua la gestione automatica dei download di file da Internet. Può essere utilizzato in modalità automatica, tramite la programmazione ad orario nei diversi giorni della settimana, o manuale sia per il download che per l'upload dei file da Internet in modalità Ftp o http per un immediato riascolto.

Caratteristiche tecniche

- Effettua download da siti HTTP o FTP direttamente sul vostro pc
- Programmazione ad orario dei download/upload nei vari giorni della settimana
- Effettua upload automatici di file dal vostro pc a siti FTP
- Connessione ad internet e disconnessione automatica
- Conversione automatica in MP3 e normalizzazione del file audio



Xsms

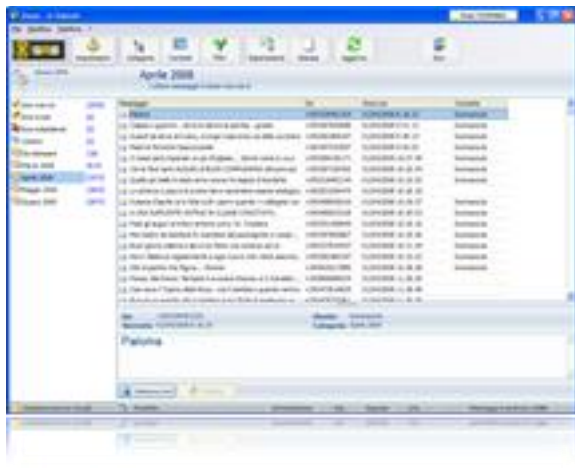
Organizza i tuoi messaggi sms

Xsms si occupa della gestione della messaggistica sms.

Xsms riceve e gestisce gli sms sul Pc, consentendovi di archiviare i mittenti, filtrare i messaggi contenenti vocaboli specifici e di pubblicare i messaggi su un sito Internet definito dall'utente.

Caratteristiche tecniche

- Utilizza modem GSM o telefoni cellulari che supportano comandi AT e connessioni seriali o USB
- Riceve messaggi sms svuotando la memoria del telefono automaticamente
- Organizza i messaggi in categorie definibili dall'utente
- Gestisce archivio dei mittenti
- Condivide l'archivio dei messaggi tra più postazioni
- Consente di bloccare i messaggi di mittenti specifici
- Invia messaggi sms a più destinatari
- Filtra i messaggi che contengono vocaboli specifici
- Consente di visualizzare i messaggi su una pagina web da postazione remota
- Esporta i messaggi in formato HTML, TXT, DOC, XLS, CSV



Radiolog

Radiolog è il software per la registrazione delle trasmissioni radiofoniche che consente di impostare la qualità desiderata e di cambiarla secondo le proprie esigenze all'orario desiderato e nel giorno desiderato, inoltre permette di recuperare in modo semplice e veloce i dati archiviati.

Caratteristiche tecniche

- Registrazione audio degli ultimi N giorni. (Il numero di giorni è selezionabile dall'utente)
- Cancellazione automatica dei giorni più vecchi
- Riascolto da qualsiasi postazione in rete con precisione al secondo del giorni registrati (è possibile ad esempio riascoltare quello che è andato in onda alle 12.30.35 di 20 giorni fa con un semplice click di mouse)
- Possibilità di registrare gli N giorni con la qualità desiderata e di cambiare la qualità secondo le proprie esigenze all'orario desiderato e nel giorno desiderato
- Possibilità di programmare RadioLog per avere in alta qualità i programmi da replicare con un notevole risparmio di spazio su disco e con una ottimizzazione di tempo e lavoro (è inutile registrare i 90 giorni in bassa qualità e poi adoperare altri registratori per registrare in alta ciò che si vuole replicare)
- Possibilità di recuperare in modo semplice e veloce i dati archiviati con editor audio e loro masterizzazione con software esterni

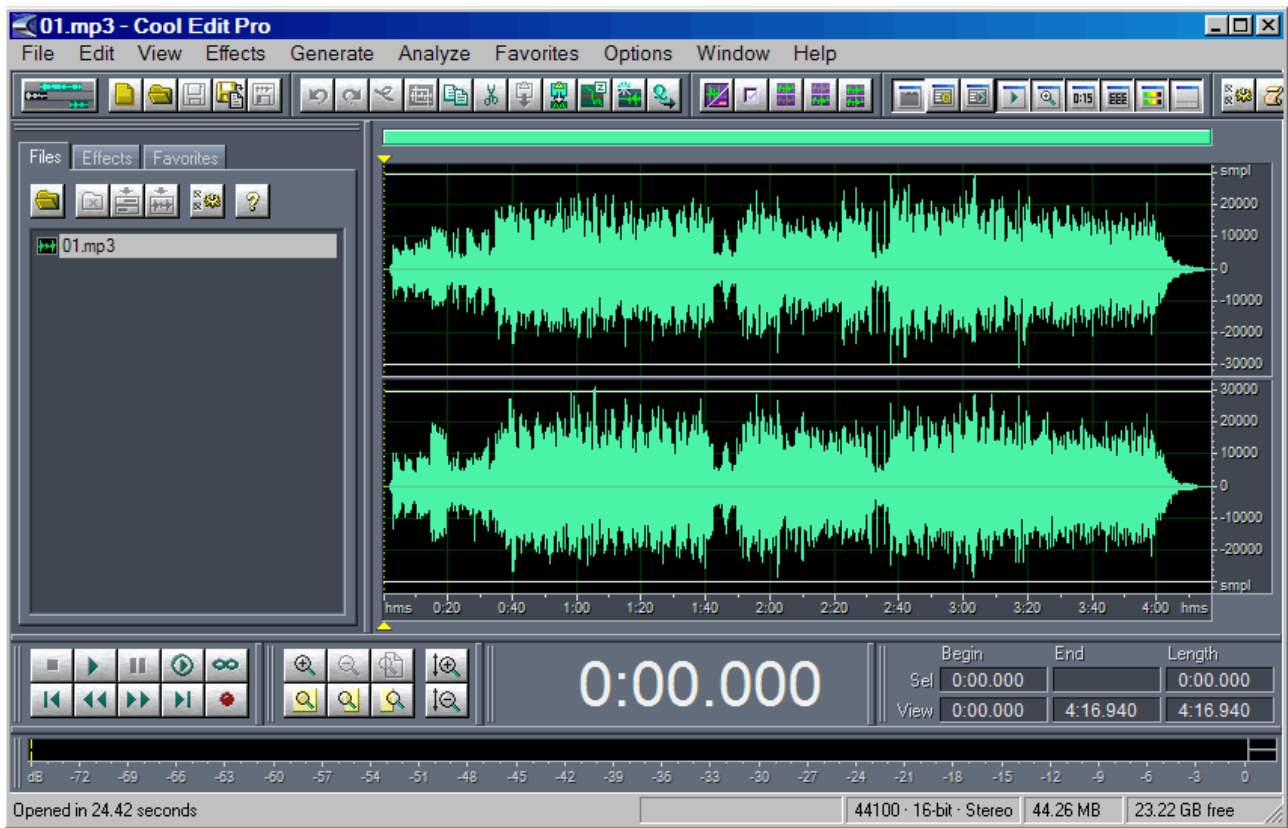


Mixer Yamaha



It has been 40 years since the release of Yamaha's first professional analog mixing console in 1972, the PM200. This year also marks the 25th anniversary of the landmark release of our first ever digital mixer, the DMP7. It is no mere coincidence that, during this momentous occasion, we are introducing a ground-breaking new product that represents a new paradigm for compact professional mixing consoles: the MGP Series. Drawing from our decades of experience crafting innovative, premium analog gear, we originally developed our new discrete Class-A microphone preamps for professional use in our high-end recording equipment. Utilizing an inverted Darlington circuit design, our newly-refined D-PRE mic preamps deliver a fat, rich, smooth tone that gives the MGP Series a significant advantage over any other mixer in its class. With Yamaha's proprietary X-pressive EQ we've managed to capture ultimate analog authenticity by unlocking the mysterious secret behind the expressive sound shaping capabilities of sought-after classic EQ modules. At the heart of the MGP's compact configuration, we've taken an innovative new approach to the utilization of digital technology in an analog mixer; adding high-resolution effects, iPod/iPhone integration and the superb functionality of our new Stereo Hybrid Channel to the warmth and musicality of premium analog sound. The MGP Series represents the ultimate balance of the converging technologies that are the heart and soul of Yamaha's extraordinary achievements in professional audio.

CoolEdit Adobe Audition



Adobe Audition è un [software](#) professionale che ha, come principale obiettivo, quello di offrire un sistema di registrazione audio [multitraccia](#) su hard disk ([hard disk recording](#)). Originariamente conosciuto come *Cool Edit Pro* e sviluppato dalla *Syntrillium Software*, è stato acquisito dalla [Adobe](#) nel maggio del 2003 e integrato nel pacchetto *Adobe Creative Suite Production Studio*, dedicato alle creazioni [multimediali](#).

L'acquisizione del software ha permesso alla Adobe di completare la sua suite di applicazioni multimediali che, prima, godeva solo di [Premiere Pro](#) per il video-editing (montaggio), [After Effects](#) per il compositing (effetti speciali) e di [Encore DVD](#) per il DVD authoring (creazione di menu e navigazione).

Nelle versioni CS4 e CS5 delle suite Adobe, Audition era stato sostituito da [Adobe Soundbooth](#), un editor audio con minori funzioni. A partire dalla Creative Suite 5.5 Audition è tornato parte del prodotto. La nuova versione è disponibile anche per Mac ma è priva di alcune funzionalità presenti fino alla versione 3.

Storia [\[modifica\]](#)

Fondata da Bob Ellison, nel 1996 nasce la Syntrillium Software, un'azienda specializzata nello sviluppo di soluzioni [audio](#), sia software, sia [hardware](#). Nel 1997, appare sul mercato un software destinato a diventare uno dei *tool* più apprezzati e più usati nell'ambito della [composizione musicale](#) su hard disk: Cool Edit. Di questo software ne escono due varianti: *Cool Edit* e *Cool Edit Pro*. Il primo destinato alla semplice gestione e modifica di una [traccia audio](#), il secondo come soluzione di registrazione multitraccia. Cool Edit dimostra subito di essere un ottimo software di [audio-editing](#), superiore alla media e degno rivale dell'allora diffusissimo e acclamato [Goldwave](#). Tuttavia, nonostante i continui miglioramenti e l'evoluzione più significativa in Cool Edit 2000, non è riuscito ad imporsi sul mercato, rimanendo uno dei tanti ottimi tool audio disponibili. Al contrario, Cool Edit Pro risulta essere un'innovazione. Mentre sulla piattaforma [Macintosh](#) la registrazione multitraccia su hard disk era già una realtà da molti anni, sul PC questa tipologia di software era del tutto assente. Quindi, il successo è, praticamente immediato.

Cool Edit Pro [\[modifica\]](#)

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Messo in commercio sul mercato il 5 settembre 1997 al prezzo di \$399, Cool Edit Pro si impone subito come il punto di riferimento per i compositori di musica attraverso multitraccia su hard disk. I suoi punti di forza, che lo rendono un software di nuova generazione, sono:

- ben 64 tracce audio indipendenti;
- effetti DSP eseguiti in tempo reale;
- supporto per più schede audio;
- oltre 50 effetti;
- supporto per il [DirectX](#).

Per due anni, Cool Edit Pro non subisce modifiche ed evoluzioni, mentre continua la sua ascesa nell'ambito della composizione musicale. Nel giugno del 1999, la Syntrillium annuncia l'uscita di *Cool Edit Pro 1.2*; non è un semplice aggiornamento come potrebbe far pensare la [release](#), ma è una sostanziale evoluzione. Oltre a nuovi filtri e al miglioramento dell'[interfaccia](#), adesso è supportato l'audio a 24 [bit](#), che gli permette un rilevante salto di qualità. Nel gennaio del 2002, viene commercializzato *Cool Edit Pro 2.0*. Cool Edit è, adesso, un sofisticato studio di registrazione, con le seguenti novità:

- tracce audio illimitate (virtualmente);
- supporto totale al MIDI;
- nuova generazione di equalizzatori;
- supporto del [loop](#) dell'audio;
- sistema di masterizzazione di CD audio.

Adobe Audition [[modifica](#)]

Nel maggio del [2003](#), Adobe acquista le tecnologie di Syntrillium. Nell'agosto dello stesso anno, Adobe rilascia Adobe Audition versione 1.0, che ufficializza la conversione del software Cool Edit Pro in un prodotto della Creative Suite Production Studio. Adobe Audition 1.0 è Cool Edit Pro 2.1 sotto il marchio Adobe, quindi l'interfaccia e le varie funzioni sono praticamente inalterate, ad esclusione, ovviamente, di tutto ciò che concerne il passaggio di proprietà da Syntrillium ad Adobe.

Il primo [upgrade](#) reale si avrà con Adobe Audition 1.5, la quale versione apporterà una serie di rilevanti modifiche, non tanto sull'interfaccia (rimasta praticamente invariata), quanto su una serie di funzioni, di tecnologie ed ulteriori semplificazioni. Queste, le modifiche più rilevanti:

- [masterizzazione](#) CD potenziata e integrata;
- supporto per: [ReWire](#), [VST](#), tracce video ([Avi](#), [Mpeg](#), [Digital Video](#) e [Windows Media Video](#));
- editing nel dominio delle [frequenze](#);
- correzione del [tono](#);
- Stiramento del tempo della clip;
- Eliminazione automatica dei click/pop;
- Estrazione vocale / strumentale;
- Scalatura [inviluppo](#) flessibile;

Nel gennaio del [2006](#), viene finalmente rilasciata la versione 2.0, che segna la più importante evoluzione del software e la perfetta integrazione con gli altri programmi della suite multimediale. Una evoluzione che ha richiesto anche un cambio dell'interfaccia grafica, semplice ed intuitiva come quella nata ai tempi della Syntrillium, moderna e professionale in linea con le produzioni Adobe. Queste, le modifiche più rilevanti:

- mixing a bassa [latenza](#) con tracce illimitate;
- supporto [ASIO](#) (quindi gestione totale del [Surround](#) 5.1);
- [scrubbing](#) dell'audio;
- compressore multibanda [analogico](#);
- automazione dei parametri di registrazione con supporto hardware esterno;
- nuovi strumenti per il mastering e per la visualizzazione della frequenza spettrale;
- supporto più esteso dei formati video;
- prestazioni di memoria e velocità ottimizzate;

Roma. Giugno 2012. Corso Radiospeaker: "La Regia nella Radio".

Nel settembre del [2007](#) esce Adobe Audition 3, attualmente l'ultima versione; non è inclusa in alcuna delle versioni della [Adobe Creative Suite](#), dove è stato sostituito da [Adobe Soundbooth](#), ma è disponibile come prodotto indipendente. Sebbene sia sostituito in parte da [Soundbooth](#), Audition resta un programma in sviluppo, a differenza di altri prodotti, come [Adobe GoLive](#), non più in produzione.

Registrazione audio e multitraccia [\[modifica\]](#)

Per definizione, Adobe Audition è un software di audio-editing per la registrazione multitraccia su hard disk. Per questo motivo, sin dalle origini, il programma è costituito da due ambienti integrati: quello dedicato alla manipolazione della singola traccia audio (quindi come semplice strumento di editing di un file audio) e quello dedicato alla composizione multitraccia. Fino alla versione 1.5, il passaggio dall'uno all'altro ambiente avveniva semplicemente cliccando su un grosso pulsante in alto a sinistra. Nella versione 2.0, al seguito del rifacimento del design, il suddetto bottone è stato eliminato e sostituito da uno più piccolo in un'apposita barra. Inoltre, è stato aggiunto un nuovo ambiente, quello dedicato alla masterizzazione su CD.

Registrazione e modifica audio (Audio editing) [\[modifica\]](#)

In questo ambito, Adobe Audition diventa un potentissimo strumento per registrare e modificare una traccia audio. Le versioni fino alla 1.5 erano dotate di numerosi filtri (dapprima i classici filtri DSP e DirectX, poi i più innovativi VST e ReWire), utili strumenti per copiare, incollare, tagliare in tempo reale e svariati tool per il controllo e la conversione dei flussi audio. La versione 2.0 non solo ha aumentato il numero e la qualità di quanto citato, ma ha aggiunto degli elementi altamente professionali, in particolare quelli per la gestione delle frequenze e degli istogrammi (molto importanti per chi produce e distribuisce musica).

Registrazione multitraccia (Hard Disk Multitrack Recording) [\[modifica\]](#)

Per poter produrre una canzone è necessario registrare ogni singolo strumento separatamente, in modo da poterne gestire volume e frequenze in modo indipendente. Prima dell'avvento delle tecnologie digitali, questo avveniva attraverso dei multitraccia analogici, stazioni di lavoro molto grandi e colme di leve, pulsanti e rotelle. I costi si aggiravano a decine di milioni di [Lire](#) ed era richiesta una notevole conoscenza della strumentazione. Con l'avvento dei computer, tutto si è enormemente semplificato attraverso i software e la registrazione su hard disk. Oggi, grazie alle enormi capacità dei supporti di memoria e alla potenza dell'hardware, la registrazione multitraccia è diventata alla portata di tutti. In questo ambito, Adobe Audition (e prima Cool Edit Pro) rappresenta una nuova era per la registrazione e la composizione musicale. Adobe Audition offre, quindi, tutti gli strumenti per la composizione multitraccia: tracce indipendenti illimitate, ognuna con caratteristiche totalmente configurabili.

Versioni [\[modifica\]](#)

Segue l'elenco delle versioni del programma, corredato di informazioni e immagini secondo le categorie:

- *Versione*: il nome del software e il numero di release; da ricordare che *Cool Edit Pro* è l'edizione realizzata dalla Syntrillium, mentre *Audition* è lo stesso software acquisito e sviluppato dalla Adobe.
- *Data di uscita*: la *release date* ufficiale, quindi quella della versione inglese al momento della disponibilità online e sul mercato.
- *Dimensione / Prezzo*: la dimensione in [Mb](#) si riferisce al pacchetto base per il download, mentre il prezzo (in [dollari](#)) è, generalmente, quello di listino al momento della vendita.
- *Caratteristiche / Cambiamenti*: sono riportati le caratteristiche principale del prodotto o le novità rispetto all'edizione precedente.
- *Screenshot*: un'immagine di anteprima del software (l'ambiente multitraccia).