

¿El fin de la radio?

A lo largo de la historia, la radio fue desafiada con el nacimiento de nuevos soportes mediáticos como la TV y la internet. Constantemente escuchamos voces que se preguntan si actualmente estamos viviendo el fin de la radio.

Con el advenimiento de las radios online y los podcast, la radio se va aggiornando a los tiempos que corren, variados modelos y formatos de radios conviven, se complementan y se reinventan. Hay muchas radios AM y FM que tienen su soporte online y que producen podcast. Pero también hay radios que no se pueden sintonizar más que por internet, como también hay cientos de productoras independientes de podcast que sólo se encuentran disponibles en plataformas de escucha.

Ventajas y limitaciones del medio

La radio suena, es puramente sonidos, no es imagen ni tampoco son palabras escritas en un papel o una web. La magia de la sonoridad genera en este medio muchas posibilidades pero también algunas limitaciones si la comparamos con otros soportes de medios como la TV o la prensa gráfica.

Al utilizar solamente los sonidos, una característica de la radio es la unisensorialidad, sólo usamos el sentido de la escucha. Eso permite que cuando estamos oyendo algo, tenemos la oportunidad de completar el mensaje y crear nuestras propias imágenes sonoras, en cambio cuando vemos una serie o un programa, lo visual se nos presenta todo “servido”. Si bien esto fomenta la imaginación en la escucha, al momento de producir radio debemos considerar que al no captar varios sentidos del público, puede haber mayores posibilidad de distracción de nuestros oyentes.

Por eso, la captación de los mensajes por radio puede resultar intermitente y fugaz. Así y todo, gracias a no tener que estar frente a un dispositivo mirando, la radio es una gran compañía mientras hacemos otras cosas. La gente se la pasa escuchando la radio de fondo mientras limpia la casa, trabaja o está viajando, porque además es muy transportable. También es una gran compañera para las personas que viven solas o aisladas, porque la radio “te habla a vos, sí a vos”.

Por otra parte, la radio es uno de los medios más populares del mundo, de fácil acceso. Para tener un diario en mano, ver una serie, o tener un canal de cable debemos pagar, en cambio la radio es gratuita, por lo tanto tiene llegada a personas de todas las clases sociales. Es económica tanto para quien la escucha como para quien la produce, cuesta y gasta poco. Y además es inclusiva porque no hay que saber leer, entonces las personas analfabetas suelen tener en ella una gran aliada.

Por estas razones también es un medio masivo y tiene la capacidad de comunicar una noticia de manera inmediata y simultánea a millones de

personas al mismo tiempo, o sea un gran alcance en una extensión territorial amplia. El diario puede tardar en llegar a mi casa, la TV puede demorar al momento de ir a cubrir un accidente y subirlo al aire, en cambio la radio manda un moviero al lugar de los hechos y sale con rapidez su relato directo a todas las personas que estén escuchando esa señal en ese momento. El oyente escucha la radio en el mismo momento en que se está emitiendo.

Por último, y acumulando todas estas características, la radio tiene la capacidad de abrir canales de participación más eficaces que otros medios. Es muy simple y fácil generar interacción y diálogo entre el público y lxs conductorxs. Por ello, sumado a la facilidad de poder tener una emisora, a la radio se la considera un medio democrático.

Elementos del Lenguaje radiofónico

El mundo está lleno de sonidos, desde su origen la Tierra escuchaba cómo sonaban los elementos de la naturaleza: las ráfagas de viento, las gotas de la lluvia, las olas del mar, los aullidos de los animales, los árboles crujiendo. Las personas luego añadieron voces y también sus creaciones musicales. Con el pasar del tiempo, todos esos sonidos se fueron grabando y eso es parte de la historia de la creación de la radio.

Como venimos diciendo, **la radio tiene un lenguaje propio. Y ese lenguaje está compuesto por cuatro elementos fundamentales:**

- **las voces**
- **las músicas**
- **los silencios**
- **los efectos de sonido.**

La combinación de estos elementos permite crear imágenes acústicas, sensaciones y sentidos en quienes nos escuchan. ¿Puede haber una pieza radiofónica con un solo elemento? sí, salvo el silencio. ¿Hay piezas con los 4 elementos en juego? sí, y eso es lo ideal. Una buena producción artística en radio supone pensar cuántos, cuáles y cómo vamos a incorporar los 4 elementos del lenguaje.

¿Qué es el Podcast?

Un Podcast es un archivo de audio o video (este último no ha sido desarrollado) que se distribuye por Internet y permite una descarga directa, se puede consumir mediante streaming (transmisión/distribución digital de contenido multimedia, sin necesidad de descarga. Ejemplo: radio on line) o también por suscripción para saber cuándo se suben nuevos contenidos.

La diferencia con un audio subido a la red está en que los Podcast se pueden distribuir mediante un archivo RSS de manera que permita suscribirse o descargarse. Esto es importante ya que en su mayoría los Podcast están estructurados en episodios o capítulos. Entonces, el Podcast se puede consumir cuando quieras, donde quieras y de forma gratuita, sólo se necesita conexión a Internet. Algunos/es dicen que el Podcast es el Netflix de la radio.

Tipos de podcast

Variable	<i>Podcast piezas sonoras</i>	<i>Podcast magazine</i>	<i>Podcast storytelling</i>
Estructura	Unitario. Puede haber pequeñas series como radioteatros cortos en capítulos o documentales en partes, pero el espíritu de eso es facilitar la escucha o la descarga; no está pensado para ser publicado o consumido semanalmente.	Programas generalmente semanales. Sus emisiones son independientes aunque vayan construyendo un mismo universo narrativo. Suele tener una estructura simple, con duraciones aproximadas.	Episodios continuados y temporadas.
Características sonoras	Mucho trabajo sonoro, calidad.	Informalidad, ruidos, sencillez sonora, algunas piezas de artística y/o pequeños inserts. Prima la improvisación, la interrupción, el vivo.	Hiper editados, preocupación estética. Trabajo literario desde el guión.
Tipo de producción	Guión, grabación, edición. También entrevistas sonorizadas. Se piensa cada pieza sonora. Hay series pero pensadas como agrupación temática, no porque se continúen o se consuman periódicamente.	Informal, intuitiva, improvisada, despreocupada. Vale más el hecho de comunicar que la corrección.	Gran preocupación por el guión, planificación por episodios continuados y temporadas.

Géneros preponderantes	Todos (prevalecen periodísticos, pero también musicales, artísticos, ficcionales, humorísticos).	Magazine	Radiodrama, documental sonoro. Periodístico y de entretenimiento.
Formatos/duraciones	Todos (micro, informe, spot, programa)	Programas de larga duración, 1 a 2 horas.	Episodios de entre 10 y 30 minutos.
Influencias/reminiscencias	Piezas que integran la radio tradicional.	Radio tradicional en vivo, radio alternativa, sitcom, stand up, fanzine.	Storytelling, series audiovisuales.
Tipos de consumo	Integrados a programaciones radiofónicas, online.	Online y en dispositivos portátiles.	En dispositivos portátiles y online. Retorno a posibilidad de integración de programaciones radiofónicas.
Temas	Todos. Prevalecen temas sociales, políticos, culturales.	Temas de nicho: cómics, cine, series, animé, videogames, literatura.	Historias de ciencia ficción, misterio, policiales.