DE LA RADIO ANALOGA A LA INTERNET
INVESTIGACION A NUEVOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

LINA MARÍA GÁFARO PEREZ

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVIERANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C.
2010
DE LA RADIO ANALOGA A LA INTERNET
INVESTIGACION A NUEVOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

LINA MARÍA GÁFARO PEREZ

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social
Campo Profesional: Producción Radiofónica.

Director: CS. WILLIAM ZAMBRANO

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C.
2010
Bogotá, D.C., 2010

Doctor
JÜRGEN HORLBECK BONILLA
Decano Académico Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Ciudad

Asunto: Trabajo de Grado

Respetado doctor:

Yo, WILLIAM RICARDO ZAMBRANO AYALA, identificado con la cédula de ciudadanía Nº 19`263.882 de Bogotá y docente del campo de Producción radiofónica de la facultad de comunicación y lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana, me permito presentar el adjunto trabajo de grado titulado “DE LA RADIO ANÁLOGA A LA INTERNET: NUEVOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS” realizado bajo mi asesoría y elaborado por la estudiante LINA MARIA GAFARO PEREZ durante el primer semestre del año 2010.

Anticipo a usted mis agradecimientos por su colaboración
Cordialmente,

WILLIAM RICARDO ZAMBRANO AYALA
C.C: 19`263.882 de Bogotá.
Docente de la Pontificia Universidad Javeriana
# TABLA DE CONTENIDO

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sección</th>
<th>Título</th>
<th>Páginas</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>INTRODUCCIÓN</strong></td>
<td></td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>1.</td>
<td>CUERPO DE LA INVESTIGACIÓN</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>1.1</td>
<td>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</td>
<td>9</td>
</tr>
<tr>
<td>1.2</td>
<td>OBJETIVOS</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>1.3</td>
<td>METODOLOGÍA</td>
<td>10</td>
</tr>
<tr>
<td>2.</td>
<td>MARCO TEÓRICO</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>2.1</td>
<td>DE UNA MUERTE, AL NACIMIENTO DE UN GÉNERO</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>2.2</td>
<td>LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS</td>
<td>18</td>
</tr>
<tr>
<td>3.</td>
<td>GÉNEROS RADIOFÓNICOS</td>
<td>22</td>
</tr>
<tr>
<td>4.</td>
<td>LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA RADIO ANÁLOGA</td>
<td>34</td>
</tr>
<tr>
<td>4.1</td>
<td>NOTICIA EN LA RADIO ANÁLOGA</td>
<td>37</td>
</tr>
<tr>
<td>4.2</td>
<td>LA ENTREVISTA EN LA RADIO ANÁLOGA</td>
<td>42</td>
</tr>
<tr>
<td>4.3</td>
<td>LA CRÓNICA EN LA RADIO ANÁLOGA</td>
<td>43</td>
</tr>
<tr>
<td>4.4</td>
<td>EL REPORTAJE EN LA RADIO ANÁLOGA</td>
<td>44</td>
</tr>
<tr>
<td>4.5</td>
<td>LOS PROGRAMAS DE OPINIÓN</td>
<td>45</td>
</tr>
<tr>
<td>5.</td>
<td>LA RADIO DIGITAL A INTERNET</td>
<td>47</td>
</tr>
<tr>
<td>5.1</td>
<td>EL DIGITAL RADIO MONDIALE (DRM)</td>
<td>48</td>
</tr>
<tr>
<td>5.2</td>
<td>LA RADIO EN INTERNET</td>
<td>50</td>
</tr>
<tr>
<td>5.2.1</td>
<td>La configuración de una nueva radio desde el “podcasting”</td>
<td>51</td>
</tr>
<tr>
<td>5.3</td>
<td>LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE LA RADIO EN INTERNET</td>
<td>53</td>
</tr>
<tr>
<td>5.4</td>
<td>EL PERIODISTA EN LA RADIO EN INTERNET</td>
<td>66</td>
</tr>
<tr>
<td>5.5</td>
<td>INTERNET Y LOS USUARIOS</td>
<td>71</td>
</tr>
<tr>
<td>6.</td>
<td>PROPUESTA</td>
<td>78</td>
</tr>
<tr>
<td>6.1</td>
<td>LA NOTICIA</td>
<td>86</td>
</tr>
<tr>
<td>6.2</td>
<td>LA ENTREVISTA</td>
<td>90</td>
</tr>
<tr>
<td>6.3</td>
<td>CRÓNICA Y REPORTAJE</td>
<td>91</td>
</tr>
<tr>
<td>6.4</td>
<td>LA OPINIÓN</td>
<td>96</td>
</tr>
<tr>
<td>7.</td>
<td>CONCLUSIONES</td>
<td>97</td>
</tr>
<tr>
<td>BIBLIOGRAFÍA</td>
<td></td>
<td>100</td>
</tr>
<tr>
<td>Tabla</td>
<td>Descripción</td>
<td>Página</td>
</tr>
<tr>
<td>-------</td>
<td>-------------------------------------------------</td>
<td>--------</td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>Tipología de géneros de Faus.</td>
<td>23</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>Tipología de géneros de Prado</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>Tipología de géneros de programas de Martí.</td>
<td>25</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>Tipología de géneros de Cebrián Herreros.</td>
<td>27</td>
</tr>
</tbody>
</table>
INTRODUCCIÓN

Cuando en 1960 decidieron interconectar los computadores a través de una red única, nadie pensó la magnitud que esta iniciativa tendría para el futuro de la humanidad. Hoy en día, esas computadoras interconectadas alrededor del mundo, forman parte de uno de los mayores inventos del siglo XX: Internet. Esta nueva tecnología, la famosa World Wide Web, ha modificado por completo la vida del hombre y sus formas de información y comunicación.

A pesar que Internet tardó casi 30 años en proliferarse en todos los lugares del mundo, en la actualidad es una inmensa “Autopista de información” que le permite a todos los usuarios tener acceso a una extensa cantidad de datos de cualquier índole.

Este invento, además de cambiar las formas de ocio y entretenimiento de las personas, se consideró una plataforma extraordinaria para la mayoría de medios de comunicación que, en la década del 90, empezaron a difundir sus contenidos a través de la web; La televisión, la prensa y la radio, a pesar de seguir publicando en papel o trasmitiendo de forma análoga, se enfrentaron al reto de realizar sus contenidos para la red.

La llegada de los medios de comunicación a la nueva tecnología modifica por completo las formas de hacer, producir y consumir información; lentamente han sido conscientes que Internet es un meta-medio en el que la fotografía, el video, el sonido y el texto debían articularse para la actividad periodística, conocido también como el “periodismo digital”.

La inmediatez, la interactividad, las redes sociales, el periodismo ciudadano, entre otros, imponen nuevos desafíos a la hora de construir contenidos óptimos y de trasmitir información a un público que ya no se limita a recibir datos, sino que también participa de la elaboración de la información, un nuevo “Prosumidor” que interactúa con el medio.

Para el caso de la radio, los primeros saltos a internet se dieron en 1990 con la fundación de las primeras emisoras de carácter educativo y, posteriormente, con la llegada de las grandes cadenas radiales a Internet. La trasmisión a través de la web se da a través del “Simulcast” en el que la emisora emite el mismo contenido a su emisión análoga o el “webcast” en el que la emisora emite exclusivamente para la red. De una manera u otra, ambos tipos de emisión tienen una programación destinada a la programación musical, las entrevistas, los programas de opinión e informativos.
Internet ha facilitado que la radio se prolifere cada día más; hoy en día en Colombia cualquier persona, con los equipos básicos, puede realizar una emisión radial y de contenidos en la web compitiendo con las grandes cadenas. Sin embargo, esta vertiginosa proliferación de radio en Internet pone de manifiesto ciertas inquietudes con respecto a los contenidos y programaciones que se emiten en la red. Si bien Internet ha modificado las maneras de oír y hacer radio, muchas de las emisoras se han quedado estancadas en ciertas maneras de hacer radio o han limitado sus posibilidades tecnológicas o periodísticas dejando de lado ciertos elementos del periodismo fundamentales como lo son los “géneros periodísticos”. La oferta de géneros en radio se encuentra limitada a las noticias, las entrevistas y los programas de opinión, dejando de lado otros importantes como lo son la crónica, los reportajes, etc. Por otro lado, Internet ofrece un sin número de oportunidades para la elaboración de contenidos que son sobrevalorados y no se usan.

A partir de todo lo anterior valdría la pena preguntarse ¿se está haciendo un uso adecuado de Internet para la producción radiofónica? ¿Existen nuevos géneros periodísticos para la radio en Internet?

El objetivo de este trabajo de investigación consiste en realizar una propuesta de nuevos géneros periodísticos para la radio en Internet. Para ello, es importante tener en cuenta la mención de diversas oportunidades que Internet ofrece a la producción radiofónica, la importancia de los géneros periodísticos a través de la historia y las nuevas formas o cualidades del oyente-usuario en Internet ya que es el principal receptor de radio en la web.

Para tal fin, se recopiló información sobre la historia de la radio en Colombia, de tal manera que se logre establecer un contexto histórico en el cual la radio se desarrolló hasta nuestros días y los diversos usos de géneros periodísticos utilizados en la programación. Para esto, se consultaron diversas fuentes bibliográficas como Reynaldo Pareja, Francisco de Anda y Ramos, Mario Kaplún, entre otros autores.

Con el plan trazado de forma clara, la investigación se dividió en seis segmentos. El primero consistió en establecer las bases sobre las que se enmarca el proyecto, el problema que daría pie a su desarrollo, la justificación del mismo y la explicación de la metodología para consultar fuentes y las entrevistas.

El segundo corresponde a la historia de la radio en Colombia y la producción de los diversos géneros periodísticos que fueron implementados a través de la historia. Seguido a esto se hará una explicación de los diversos conceptos de géneros, sus clasificaciones y tipos desde la visión de varios autores como Cebrian Herreros, Susana Reyna y López Vigil.
El tercer segmento corresponde al análisis de los géneros usados en radio, es decir, los “géneros radiofónicos”; sus conceptos, sus tipos, etc. También se tomó como referencia unos cuadros de análisis de géneros de las investigadoras María del Pilar Martínez y Susana Herrera Damas a partir de la teoría de géneros radiofónicos elaborados por diversos autores como Faus o Emili Prado.

A partir del segmento, que se propone realizar un análisis de diversas emisoras análogas en como lo son TODELAR, CARACOL RADIO, RCN, entre otras; análisis que permite conocer e identificar qué tipos de géneros son emitidos en la radio actual para, posteriormente compararlos con los géneros en radio en Internet.

El quinto segmento está dedicado a profundizar en la llegada de la radio digital, sistemas DAB o el DMR, así como la Internet, sus posibilidades, el podcast, etc. A partir de esto, se realiza un análisis de los diversos géneros en varias emisoras de Internet colombianas como Al Aire Web, la Superestación, entre otras.

Todo este análisis abre paso al sexto segmento que corresponde a la propuesta final. Allí se encuentra un análisis desde los argumentos que sustentan la importancia de retomar los géneros, modificarlos según las tecnologías teniendo en cuenta al usuario y las nuevas funciones y tareas del periodismo digital.
1. CUERPO DE LA INVESTIGACIÓN

La radio, más allá de ser un medio de comunicación, ha adquirido con el paso de los años, diferentes significados. Además de trasmitir información, música y contenido, la radio tiene ese poder de captar y enamorar a través de diversos contenidos. Paralelo al desarrollo de nuevas tecnologías, la radio ha demostrado su poder para adaptarse a ellas y ofrecer nuevos contenidos para cumplir con su objetivo social. Sin embargo, antes de desarrollar conceptualmente la radio, es preciso comprender de qué manera se hace y se escucha; qué formatos y géneros han ido cambiando, para convertirla en lo que actualmente es.

Este trabajo tiene como finalidad realizar un seguimiento a esa historia de la radio, marcada desde siempre por ciertos géneros periodísticos que, con el paso de los años, se han ido transformando y que, de una manera u otra y han permitido que la radio sea uno de los medios de comunicación más importantes en nuestro país. La radiodifusión colombiana está siendo transformada al igual que en el resto del mundo pues con la llegada de las Nuevas Tecnologías de la Información (TIC) se ve enfrentada a nuevos retos y a renovarse continuamente. Es por este motivo que este trabajo, más que pretender realizar una reseña histórica y un acercamiento a los géneros radiales usados, pretende analizar los existentes para hacer una propuesta radiofónica sobre nuevos géneros periodísticos para la radio digital.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La llegada de Internet y las nuevas tecnologías, ha trasformado por completo las formas de hacer y oír radio. Han pasado casi 80 años desde que los radioaficionados fundaron las primeras emisoras en Colombia y la convirtieron en el medio de comunicación preferido de toda la población gracias a sus contenidos culturales y de entretenimiento.

Con la llegada de la televisión, la radio se vio forzada a cambiar sus contenidos, retomando muchos de los géneros periodísticos usados en los medios escritos y pasó, repentinamente, de estar recluida en una cabina para salir a las calles a entrevistar, reportar e investigar.

Somos testigos de la dura competencia entre la radio análoga y la radio en Internet; la world wide web es un fenómeno que día a día convoca más y más
productores y periodistas radiofónicos a adaptarse a las nuevas dinámicas de comunicación a través de la red; la producción radial nunca será igual, motivo por el cual muchas de las emisoras análogas ya realizan su emisión a través de la internet e incluso otras han decidido formalizarse como un medio en la web. Sin duda alguna, el manejo de los géneros periodísticos es diferente y, muchas veces, las posibilidades tecnológicas y la inmediatez han apartado a los periodistas radiales de la verdadera importancia de la elaboración de contenidos y mensajes periodísticos para sus oyentes. Es por este motivo que este trabajo busca analizar qué tipos de géneros periodísticos son utilizados en la radio análoga y en la de Internet y, a partir de este análisis, tratar de responder ciertas preguntas sobre los géneros periodísticos y su importancia en la radio. ¿se hace un uso adecuado de las posibilidades tecnológicas, que la internet ofrece para la realización periodística en radio? ¿podrían, nacer nuevos géneros radiales para internet?.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar los géneros periodísticos de la radio análoga colombiana, con el fin de proponer nuevos géneros para la radio en internet, a partir de la convergencia tecnológica.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Construir la historia y el desarrollo de la radio análoga y digital colombiana.
- Identificar los géneros periodísticos que se desarrollan en la radio análoga y de Internet en Colombia.
- Proponer nuevos géneros periodísticos para la radio en Internet

1.3 METODOLOGÍA

Para tal fin, se realiza una investigación teórica y aplicada, cualitativa y cuantitativa de tipo evaluativo, crítico y prospectivo bajo la modalidad de estudios descriptivos y experimentales. La información se recogió directamente de la realidad, permitiendo desarrollar un método abierto, aplicando instrumentos metodológicos
para el levantamiento de datos bajo técnicas de entrevista, encuesta y cuestionarios de opinión a periodistas e investigadores, lo que facilitó obtener una profunda documentación, la cual fue analizada en función de los géneros periodísticos. El diseño metodológico se estructuró en tres fases consecutivas: revisión (antecedentes), interpelación (discusión) y resultados (análisis).

Se recurrió a aproximadamente a 100 autores referenciados mediante información de libros, trabajos científicos, documentos inéditos, simposiums, ponencias, conferencias e Internet. Su valor radicó en que se pudo establecer su veracidad contrastada por una revisión detallada de la información obtenida. El material sirvió de evidencia para formular, desarrollar y resolver el problema planteado, su organización y evaluación, se constituyeron en soporte de la secuencia argumental que se describe a lo largo del estudio.

Para llevar a cabo la investigación se presentaron inconvenientes, la información solicitada a algunos periodistas no la suministraron oportunamente. A pesar de ello, se identificaron, complementaron, comprobaron y consolidaron metodologías, parámetros, variables e indicadores que sirvieron para estructurar el trabajo, lo que facilitó establecer comparaciones precisas de la propuesta en mención; radicando su valor en su verificación, interés general y contextualización, lo que permitió presentar reflexiones y aportes originales que se lograron establecer como hipótesis de trabajo para probarlas y sustentarlas.

Este trabajo busca realizar un seguimiento de la historia y surgimiento de la radio en nuestro país, observando de qué manera fueron adoptándose géneros periodísticos en la construcción radiofónica. Posteriormente se identificarán y mencionarán los diversos géneros periodísticos y, géneros radiales ¿qué son? ¿Cuáles son? ¿Cómo se clasifican?

Enseguida se abordará la radio analógica, su función y que géneros son usados realizando un análisis de diversos géneros en las emisoras en el AM y FM. Al considerar la importancia de las TIC se abordará la radio digital o DAB y la radio en internet dos fenómenos importantes al hablar del futuro de la radio y el posible silencio de lo análogo: ¿qué son?, ¿cómo nacen?, ventajas y desventajas, y un análisis de los géneros radiales utilizados en este tipo de emisoras.

Se hará una comparación entre la radio analógica y la de Internet para realizar una propuesta de géneros radiales que innoven y en que en verdad hagan uso correcto y eficaz de las nuevas tecnologías.

Para finalizar se harán unas conclusiones y posibles sugerencias para la producción de nuevos trabajos radiofónicos que vayan de la mano a este nuevo soporte.
2. MARCO TEÓRICO

2.1 DE UNA MUERTE, AL NACIMIENTO DE UN GÉNERO

En 1935 un avión de la Sacdta en el que viajaba Carlos Gardel, intérprete de tango, colisionó en Manizales contra el Trimotor de Ernesto Samper. ¿Quién iba a pensar que la muerte de este artista cambiaría por completo la forma de hacer radio en Colombia? Sería la primera vez en que la radio dejaría de estar inmóvil, en las cabinas, para salir a informar desde las calles, a través de la conexión telefónica entre los nuevos reporteros y sus radioescuchas. De esta manera nació el radioperiodismo, un género audaz e innovador en medio de una radiodifusión, que hasta el momento, se veía destinada solamente a programas musicales, dramatizados y noticieros.

Pero antes de abarcar todo el desarrollo de los nuevos formatos y géneros en la radio, es necesario aproximarse al desarrollo y significado que, con el paso de los años, fue adquiriendo este medio de comunicación que, como lo afirma Francisco de anda y ramos, en su libro: La radio: el despertar de un gigante, debe entenderse como un proceso no solamente técnico, sino inmerso en una realidad social a la que influye y de la que recibe una fuerte influencia.¹

Un medio que más allá de informar y trasmitir tiene, como lo afirmó Kaplún² en 1978, ese “poder de sugestión para provocar estímulos a la imaginación, la comunicación afectiva que convoque a la participación emotiva, la empatía que hace sentir al oyente presente en el programa, la relación de identificación y la creatividad en el uso del lenguaje radiofónico, son condiciones esenciales (KAPLÚN 1978, 48-73).

Dejando de lado la actual realidad de la radio, se cumplen más de noventa años desde la primera emisión de un programa radial y, a pesar de que ya no es el centro de reunión de las familias, la radio es la fiel acompañante del hombre urbano que quiere estar informado: “se convirtió en fiel compañera de hombres y mujeres, de sanos y enfermos, de choferes y caminantes, de cocineras y empleadas domésticas, de bañistas en la playa, de fanáticos que ven el partido en el estadio y lo oyen al mismo tiempo con el aparatito pegado a la oreja, de los vendedores ambulantes, de los campesinos que la cuelgan del arado, de oficinistas y estudiante”³. Particularmente en el caso Colombiano, la radio ha tomado ese lado social y ha pasado el umbral de la comunicación, para

convertirse en la fiel amiga y acompañante de los miles de secuestrados⁴ en las selvas de este país, teniendo en cuenta que, como lo diría Bruce Girard, “es el medio masivo mas expendido, accesible, flexible y de bajo costo, en las áreas rurales muchas veces es el único medio masivo disponible”⁵

En el desarrollo de la radio en todos los países del mundo ha tenido tres facetas importantes y descritas por Asa Briggs y Peter Burke⁶; una primera etapa en la que se ampliaron todas las coberturas territoriales; una segunda en la que se introdujeron los transistores, la FM y el magnetófono. Y una tercera que en la actualidad avanza a pasos agigantados y que consiste en el paso de lo que conocemos como radio analógica a la nueva radio digital e incluso a la radio por internet. Pero antes de abalanzarnos a este “Apagón analógico” como lo llaman muchos autores, es preciso acercarnos a lo que realmente es y ha significado la llamada tecnología analógica y por lo tanto la radio análoga.

El nacimiento de la radio no fue una coincidencia; fue el resultado y sumatoria de diversos inventos como el telégrafo, el teléfono y el fonógrafo, que años más tarde permitieron que Marconi se aproximara a la telegrafía sin hilos y finalmente, iniciara una serie de trasmisiones a grandes distancias. El descubrimiento de la transformación de las ondas sonoras a las ondas eléctricas en 1907 trae al mundo al gran monstruo: La radio

El sencillo proceso de la radiodifusión análoga facilitó su expansión; esta radio solo necesita emitir un sonido a través de un micrófono que lo convierte en señales electromagnéticas pasando por una antena, finalmente, esta señal llega a un transformador y a un receptor que las convierte en mensajes, canciones, palabras y silencios.

A pesar de que el boom de la radiodifusión nació en Europa y Estados Unidos, esto no significó que América Latina no se dejara salpicar por este nuevo fenómeno y tratara de aproximarse a él; en palabras de López Vigil “la radio se había hecho tan indispensable como la luz eléctrica o el agua corriente”⁷.

---

⁴ Teniendo presente la labor de diversas cadenas radiales y programas dedicados al conflicto colombiano y sus víctimas. Rescatando la labor de programas como “Las voces del secuestro” de la cadena radial caracol radio y sus quince años de emisión.
La radio en Colombia nació como un experimento y una pasión de unos pocos radioaficionados que, con la ayuda de trasmisores y receptores de baja potencia, buscaron hacer parte de la magia radiofónica en nuestro país. Los grandes avances de la comunicación inalámbrica, permitieron que durante el gobierno de Pedro Nel Ospina, nacieran las primeras emisoras colombianas, en Bogotá, Barranquilla, Cali, Medellín, Cúcuta y San Andrés.

Los espacios de la nueva radio estarían destinados a los gustos de sus dueños su extracto social se reflejó en la inclinación por la música clásica, de cámara, opereta, zarzuela las primeras adaptaciones del teatro español.  

Sumado a esto, también nacieron programas dedicados a la cultura como los comentarios de Literatura, poesía y conferencias académicas y religiosas. Pero con el paso del tiempo, la radio fue adquiriendo muchos más contenidos que no solo buscaban vender, sino también despertar el interés de los radioescuchas a través de convertirla en un medio de muchas voces donde casi todos podían participar: A mediados de los años 30, la radio comercial estaba ya implantada en la mayor parte de las grandes ciudades latinoamericanas. Se había convertido en el principal vehículo para los músicos, comediantes, periodistas y presentadores nacionales (Fox, 1989)

Explorando y aproximándose a formatos ya creados en países como Estados Unidos, empezaron a implementar los programas en vivo y humorísticos, así como las trasmisiones de partidos de fútbol y carreras de caballos: “La radio en América Latina en los años 40 y 50 fue un instrumento de entretenimiento y cohesión social. Las radios mejor dotadas disponían de varios recursos como un departamento de prensa, conjuntos musicales, artistas, locutores profesionales que participaban en “vivo” en la programación regular”

El mágico mundo de la Radionovela, también invadió los hogares colombianos y le dio a la radio un significado más allá de la comunicación, se convertía, lentamente, en un espacio de fantasía, de venta, de entretenimiento, de unión familiar: En multitud de hogares se suspendía labores domésticas y las señoras y la servidumbre se sentaban a escuchar y participar apasionadamente en la trama de las mismas. Los empresarios empezaron a demostrar preferencia por las emisoras que utilizaban este género de programación porque se dieron cuenta de que había una audiencia atenta. Los espacios comerciales disponibles permitieron concentrar la publicidad semi especializada en los productos dirigidos a las amas de casa.

---

De esta manera surgieron estos y otros programas calificados como géneros periodísticos que, bajo la visión de Alberto Martínez, son modalidades de creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva 11 empezaron a implementarse en la Radiodifusión colombiana: La música, radio revistas especiales, documentales, programas recreativos y educativos sobre diferentes tópicos son elaborados en Norteamérica o Europa facturados sobre un punto de vista de las metrópolis e incluso abordando temáticas inherentes a nuestras realidades. Son trasmitidos diariamente en la región, las cuales rellenan sus pobres programaciones con estos llamados “enlatados” que llegan finalmente a los consumidores, quienes configuran su visión de la realidad bajo el menú de propuestas venidas desde esos centros12.

Teniendo en cuenta el complejo sistema de la comunicación, como esa relación o intercambio de mensajes entre los hombres, los géneros pueden entenderse como el tipo de organización o forma que adquiere el mensaje para ser trasmitido: “Al organizar el mensaje el medio lo reaílora lo reformula, imponiendo de este modo su propia categoría o modo de percibir, de interpretar 13 o bien como lo afirmaría en la década del 60 Marshal Mc Luhan14, el medio, es el mensaje.

Para Susana Reina, lo importante de los géneros es considerar que el medio interesa no como sistema de distribución sino como un sistema organizador de un contenido; los mensajes periodísticos. El medio impone un determinado punto de vista, una forma de percibir los hechos, por lo tanto, de elaborar mensajes15. De esta manera, ser partícipe de la radio y realizarla implica una responsabilidad; siempre detrás de un receptor estarán cientos de oyentes recibiendo mensajes e interpretándolos, como lo afirmó la UN ESCO “la comunicación y los medios de comunicación son soportes esenciales de los programas de desarrollo: sirven para enseñar, sensibilizar, trasmitir el mensaje de desarrollo y para facilitar la interacción entre los diversos públicos y cuantos trabajan al servicio del desarrollo”16.

Para el caso de la radio, es importante observar que la mayoría de géneros periodísticos surgieron de manera improvisada o se remontan a géneros ya aplicados en la prensa. Siguiendo a Oscar Steinberg (1993), “trasposición es el mecanismo por el cual un texto o género se pasa de un lenguaje a otro o de un

---

medio a otro. En este sentido ya hubo una transposición de la prensa a la radio y luego a la televisión"  

Pero ¿cuál es la importancia de vislumbrar qué son los géneros periodísticos y su función en la radiodifusión? Por un lado La primera de las afirmaciones nos orientaría la importancia que tienen los géneros en cualquier medio de difusión y la segunda que no deja de lado la llegada de las TICs  

Las TICs o tecnologías de información y comunicación son un conjunto de innovaciones nacidas en los años 90’s con la llegada de Internet. Estas nuevas tecnologías son aquellas herramientas, soportes y canales de información y comunicación basadas en internet: “Las TICs como el ordenador, Internet y el teléfono móvil, han propiciado acelerados e innovadores cambios en nuestra sociedad, principalmente, porque poseen un carácter de interactividad. Las personas, a través de su uso, pueden interactuar con otras personas o medios mientras nos ofrecen posibilidades que anteriormente eran desconocidas”  

Los géneros fueron definidos por Lorenzo Gomis a principios de los 90 como “tradicionales de captar y traducir la realidad. Las reglas por las que se rigen son bastante flexibles y admiten muchas variedades. Lo fundamental, sin embargo, es que cada uno de ellos cumple una función distinta y cubre un sector de ese amplio arco que va desde la noticia hasta el editorial”.  

Nacidos bajo las tradiciones latina y anglosajona, Los géneros periodísticos se dividen en dos categorías principales: los de opinión y los informativos. Los primeros, en palabras de Javier Díaz Noci, a la primera correspondería géneros más marcadamente opinativos o que, como la crónica, mezclan información y opinión en dosis variables y a la segunda que parte de una separación más tajante, al menos en teoría, de ambos anotía (también de origen del periodismo europeo y no otra cosa ofrecían las gacetas del siglo XVII y los mucho más tardíos géneros interpretativos (el reportaje y la entrevista) que se inventaron en los estados Unidos en el siglo XIX”.

---

18 Las nuevas tecnologías de información y comunicación hacen referencia a un conjunto de herramientas que sintetizadas en el potencial de Internet generaron importantes cambios en las comunicaciones y formas de relación social. Disponible en: http://derechos.apc.org/handbook.  
19 LLARELA B, María; BUXARRAIS, Rosa. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes. Algunos datos, disponible desde Internet en: http://www.oei.es/valores2/monografias/ monografia 05/reflexion05.htm.  
20 Las raíces de los géneros periodísticos interpretativos precedentes históricos formales del reportaje y la entrevista, disponible desde Internet en: http://www.ehu.es/diaz-noci/Arts/a27.pdf, p. 2
Los géneros periodísticos son divididos en diversos grupos: para Susana reina existen los interpretativos y los narrativos. Los primeros en palabras de esta autora son: “mensajes que trasmiten información acerca de hechos” y los segundos “mensajes que trasmiten ideas, su basamento son los hechos, pero su finalidad es la opinión, el cuestionamiento, el juicio del periodista”\(^{21}\). De esta manera, dentro de estos dos grandes grupos encontramos, por el lado interpretativo la editorial, el artículo de fondo, la columna y el ensayo; y por el lado narrativo o informativo: la noticia, la entrevista, el reportaje, la entrevista y la crónica, de los cuales hablaremos más adelante.

Pero el reciente interés y debate en cuanto a los géneros periodísticos se ha incrementado con la llegada de estas nuevas tecnologías que han trasformado los viejos géneros y han dado paso a unos nuevos; para muchos autores la “mutación de géneros” es un proceso actual que manifiesta las hibridaciones que están sufriendo; en palabras de Mauricio Velázquez Ossa “en la actualidad el debate académico no termina de resolver si aún está vigente la clasificación de los textos periodísticos en distintos géneros o si la frecuente mezcla de unos con los otros a llevado a su desaparición como tales”\(^{22}\)

La radio tal y como la conocemos hoy en día, ha tenido grandes variaciones; si pensamos en radio análoga como tal no se puede subestimar el efecto que ha tenido la llegada de internet; como Pierre Lévy lo diría “estamos pasando de una humanidad a otra”\(^{23}\) y no solo en cuanto al contacto con el mundo, sino también con respecto a la información. Al parecer todos los medios de comunicación se vuelcan hacia Internet, hoy en día se nos permite leer las noticias en la pantalla, sintonizar diversos canales de televisión con señal en vivo o escuchar nuestros programas o emisoras favoritas a través de la red; ya no es necesario tener una radio, leer el diario o prender la T.V.

Y es casi lógico pensar que al cambiar el medio, el mensaje también lo hará; así sea un proceso largo el paso a la digitalización y a la red, ya se empiezan a vislumbrar los cambios en cuanto a contenidos, géneros periodísticos, formatos, programaciones y procesos en radiodifusión: “Es un gran marco de cambios tecnológicos que se suceden y que se prometen en torno al medio radiofónico y de las comunicaciones en general. Esto supone revisar y repensar los cambios tecnológicos y reflexionar sobre la digitalización de las comunicaciones, es decir, los cambios previstos para los sistemas de transmisión, recepción, producción y uso.”\(^{24}\)


\(^{24}\) La radio en la era digital y los derechos a la comunicación.
Este trabajo tiene como punto de partida el análisis de lo que a groso modo están viviendo los medios de comunicación; la radio específicamente pasó del hogar, a la compañía individual, del aparato al celular, a la internet, ahora a la nueva onda digital. Los retos que se imponen son muchos, no solo por el hecho del cambio de soporte, sino también porque las maneras de hacer radio han variado; si antes se tenían claros los géneros para entregar un hecho o comunicar, hoy en día no se trata de llevar estos géneros de un lado a otro, sino nutrirlos a través de las posibilidades y oportunidades que las nuevas tecnologías entregan. Bien lo afirmaría Cebrián herreros: “la radio perdurara no por la mejora técnica sino por el aprovechamiento de la técnica para optimizar sus programaciones y sus contenidos. Es decir, por establecer una conexión con la audiencia mediante productos que la atraigan o que la repelan, alguien que tenga algo que decirle y emocionarle y ella que quiera buscar algo que le interese y emocione y que lo encuentre” (2001, 219).

2.2 LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

“Las noticias, las editoriales, el reportaje y otros tantos géneros son importante proveedores de información que obedecen a intereses diversos. Por eso, el conocimiento de los géneros y la apropiada forma de producirlos es un implemento capital en la consolidación de comunicador”

Para muchos, el periodismo es un método de interpretación de la realidad, un discurso en el cual un emisor reconoce una información, la entiende y posteriormente la transmite a su público de diversas maneras conocidas como géneros periodísticos. Así lo explica Raúl Peñaranda26: son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace.

El mensaje es el fin de la actividad periodística; ya sea prensa, radio, televisión o cualquier otro medio de comunicación, el mensaje debe ser claro, coherente, ordenado y siempre con una finalidad; Para Martínez Albertos “los géneros periodísticos son aquellas modalidades de creación lingüística destinadas a ser

canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos  

Ahora bien, para la existencia del mensaje, es fundamental el medio; reiterando la afirmación de Marshall Mc Luchan, Susana Reina afirma: “El medio no es solo un sistema de distribución de mensajes sino también un sistema de organización de mensajes y la organización de mensajes preexistentes se convierte, a su vez, en un nuevo mensaje. Al organizar el mensaje el medio lo reelabora lo reformula, imponiendo de este modo su propia categoría o modo de percibir, de interpretar”  

Para analizar la labor periodística y la divulgación del mensaje, se debe tener en cuenta la estructura y organización que se le da al mensaje dependiendo del medio y que puede variar; si bien hace algunos años la cuestión de los géneros periodísticos estaba clara, con la aparición de nuevas tecnologías y medios los mensajes y la elaboración de los mismos ha cambiado y se ha abierto una gran brecha y nuevos “géneros” que miraremos más adelante.  

El primer momento periodístico se remonta a la vieja tradición oral, los antiguos juglares o voceadores corrían de un lado a otro cantando las últimas noticias; posteriormente, el periodismo, gracias a la invención de la imprenta y la divulgación masiva, se pudo plasmar; aunque para muchos autores como José Marques de Melo no fue la invención de Gutenberg el paso al periodismo, se podría afirmar que este suceso marcó una diferencia tanto en la distancia en que la noticia llegaría a diversas partes como en la cantidad de gente que podría tener acceso a lo dicho, a la actualidad.  

Para muchos autores, los géneros periodísticos nacieron de la mano a la evolución del periodismo a través de la historia. Una primera etapa, considerada el periodismo ideológico, surgió durante la primera guerra mundial, en la cual todo trabajo periodístico estaba al servicio de los partidos políticos o las ideas religiosas, se destaca el surgimiento del ensayo, el comentario y el artículo. Una segunda etapa que se desarrolla como periodismo informativo, en el que nace la noticia tal como la conocemos y la crónica. Y, finalmente, la aparición del periodismo explicativo.  

Pero volviendo a la típica clasificación que hacen los teóricos sobre los géneros, la mayoría de ellos los encierran en dos categorías vistas anteriormente desde la tradición anglosajona: el relato de hechos –Story– y la valoración de los hechos –Comment– o también conocidos como los interpretativos o informativos y los de opinión. Incluso a estos dos muchos autores incluyen un tercer género el de “entretenimiento” y otros autores, como López Gil que agrega otro el investigativo.  

---

28 GONZÁLEZ, Op. Cit.,
Como la idea de este trabajo no es entrar en disputas sobre las diversas clasificaciones de géneros y sus divisiones, me limitaré a mencionar y explicar cada uno de ellos.

El género interpretativo está destinado a dar información sobre algún hecho y permitir por lo tanto al receptor conocer lo que pasa en el mundo. Dentro de este género se distinguen tres formas periodísticas importantes: la narrativa, la expositiva y la descriptiva. En el género interpretativo encontramos la noticia, la entrevista, crónica y reportaje.

A continuación se hace una breve descripción de cada una de estas:

- **La noticia**, *News, Nouvelle, la Novicia* ese algo nuevo, tiene el propósito de informar un acontecer; como lo afirma López Vill el “conocer y dar a conocer” teniendo en cuenta la objetividad, las fuentes, el interés, la actualidad y los hechos. La noticia hace parte de la realidad en un espacio y tiempo determinado.

- **La crónica** está relacionada con el tiempo- *Kronos*; es un género que maneja un discurso narrativo-discursivo y que se preocupa por relatar los acontecimientos reales en la secuencia temporal en que sucedieron teniendo en cuenta elementos que lleven al receptor a percibir una historia o suceso con lujo de detalles.

- **La Entrevista**, como lo menciona López Gil, de entrever, atisbar, vislumbrar, es el diálogo entre dos personas con base en preguntas y respuestas sobre algún tema. Existen las entrevistas informativas, de opinión y de personalidad.

- **El reportaje** o “Reportaje, voz francesa de origen inglés y adaptada al español, proviene del verbo latino reportare, que significa traer o llevar una noticia, anunciar, referir; es decir, informar al lector sobre algo que el reportero juzga digno de ser referido”. Es un género narrativo y trata de ser un relato sobre algo ocurrido teniendo en cuenta todos los elementos que formaron parte de lo que pasó, por ejemplo lugares, personas y situaciones. Un buen reportaje debe incluir entrevistas, testimonios, encuestas, estadísticas, música, etc. Como afirma Albert Chillón: "Gracias a su diversidad de manifestaciones, a las múltiples funciones comunicativas que ejerce y a la versatilidad temática, compositiva y estilística que le es inherente, el reportaje es con diferencia el más flexible, el más complejo y también -como la novela- el más camaleónico de los géneros.

Ahora bien, dentro del otro gran grupo encontramos el género de opinión; género utilizado para dar a conocer ideas y opiniones acerca de los hechos. Este tipo de trabajos suelen estar marcados por las valoraciones, ideas, sentimientos y pensamientos del autor, sin que estos sean reales o compartidos por el receptor.

---

Dentro de este gran género los autores incluyen: la editorial, la columna o artículo, el comentario y la reseña.

- **La editorial** se encarga de interpretar y valorar una noticia para así explicar su significado y trascendencia e influir en la opinión pública. Para M Lyle Spencer “el editorial es una expresión de hechos y opiniones en un orden conciso, lógico y agradable, cuyo fin es divertir, influir en la opinión o interpretar noticias importantes de forma que se destaque su importancia para el común de los lectores”.

- **La Opinión o comentario**, que consiste en los puntos de vista de los periodistas o quienes participan de la noticia de actualidad; por lo general quienes comentan son expertos en el tema.

- **La columna**, más que todo en la prensa, es un espacio fijo en el que un especialista expone ciertos puntos de vista con respecto a una noticia o suceso.

- **La reseña y la crítica** espacios dedicados a informar y realizar algún tipo de hipótesis sobre lo acontecido, siempre con valoraciones del autor.

El último grupo está compuesto por los llamados géneros de entretenimiento que más que difundir información buscan divertir y motivar al lector u oyente a vincularse a ese medio y a encontrar otras alternativas de pasatiempo; dentro de este género se encuentran los juegos, las rifas, los concursos, los horóscopos, etc.

Con la llegada de las nuevas tecnologías de comunicación y más específicamente de Internet, muchos autores afirman que los géneros periodísticos tal y como los conocemos se han ido transformando: “El multimedia abre otra historia de la comunicación, del trabajo, de las relaciones personales y del servicio. Todo se abre de nuevo, todo puede rediseñarse, todo es posible por poca imaginación que tengamos, y esto, como hemos visto, sin el peso de la jerarquía social. Delante del ordenador, todo el mundo es igual. Ya no hay jerarquías a priori.”

A pesar de que muchos creen en la antigua teoría de los géneros periodísticos, el asunto ha variado con el manejo y la digitalización de la información; la actual discusión gira en torno a las nuevas posibilidades tecnológicas y los nuevos géneros para la radio.

---

3. GÉNEROS RADIOFÓNICOS

Los géneros periodísticos que se crearon originalmente para prensa, han sido adaptados en la radiodifusión; muchos autores a lo largo de la evolución de la radio han estado atentos al desarrollo de una teoría de géneros en cuanto al medio radiofónico ya que es imposible concebir los géneros y analizarlos solo por su funcionamiento y función en el medio escrito. A pesar de que los géneros periodísticos son solo unos sin importar su medio de difusión, podríamos hablar de géneros radiofónicos que aquellos productos periodísticos en radio; a propósito de esto, Merayo afirma que los géneros radiofónicos son “cada uno de los modos de armonizar los distintos elementos del mensaje radiofónico – especialmente la palabra– de manera que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica”.

De la mano de esta definición de Merayo, es importante tener en cuenta la caracterización que hace Mariano Cebrián Herreros sobre los géneros radiales:

- Son estructuras formales que se atienen a reglas flexibles que cada autor en cada época adopta según su personalidad.
- Son convenciones explícitas e implícitas que admiten sellos personales.
- Son algo vivo, se desarrollan, crecen, rejuvenecen.
- No están determinados por un tema o contenido, sino por unas formas y funciones.
- No aparecen en estado puro en la práctica, existen fronteras ambiguas, puntos de contacto, aproximaciones, y sobre todo, trasvases.
- El medio radiofónico imprime o contagia unos rasgos peculiares entre los que se incluyen las condiciones técnicas y el tratamiento en directo.
- Existen, con mayor o menor rigurosidad, en la práctica profesional, y tienen una funcionalidad profesional y pedagógica.
- Sólo conociendo los géneros pueden modificarse, recrearse o inventarse otros.

---

Teniendo en cuenta la importancia de los géneros dentro de la construcción de programas radiales, un programa, según Josep María Martí es “un conjunto de contenidos diferenciados del discurso radiofónico, dotado de una estructura propia y diferenciada, así como de una duración concreta”\(^{36}\), es decir, los programas son aquellas unidades construidas a partir de los géneros, como por ejemplo un noticiero que tiene muchas veces noticia, reportajes, entrevistas e incluso crónicas.

Los cuadros realizados por María del Pilar Martínez y Susana Herrera Damas en su texto *Los géneros radiofónicos en la teoría de la redacción periodística en España. Luces y sombras de los estudios realizados hasta la actualidad* ilustra no solo el cambio y el estudio de diversos autores con respecto al desarrollo de los géneros periodísticos en la radio en España, sino también muchos de los géneros usados actualmente en la radio colombiana. Como un análisis a las posturas de los diversos autores mencionados, es importante analizar qué tipos de género y manejo del mismo realizan.

En primera instancia, Ángel Faus\(^{37}\) en su libro *la radio: Introducción al estudio de un medio desconocido*\(^{38}\) menciona dos grandes géneros: la información y el reportaje. Dentro de esa parte informativa incluye diversos tipos de noticia: noticia flash, noticia explicada (que no expresa opinión), noticia explicada (que expresa opinión) noticia ambientada, noticia monologada y dialogada, noticia documentada, informe (como profundización de la noticia). En la parte de reportaje por el contrario a la teoría reúne documentales, entrevistas, diálogos y mesas de conversación.

Tabla 1. Tipología de géneros de Faus.

<table>
<thead>
<tr>
<th>GÉNEROS</th>
<th>SUBGÉNEROS</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Información (noticia)</td>
<td>NOTICIA FLASH</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>NOTICIA EXPLICADA (que no expresa opinión)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>NOTICIA EXPLICADA (que expresa opinión)</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>NOTICIA AMBIENTADA</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>NOTICIA MONOLOGADA Y DIALOGADA</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>NOTICIA DOCUMENTADA</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>INFORME (como profundización de la)</td>
</tr>
</tbody>
</table>


\(^{37}\) Profesor ordinario de Teoría y Técnicas de la Información Audiovisual de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, Pamplona, España.

Por otro lado Emili Prado en su libro “Estructura de la información radiofónica”\textsuperscript{39} reconoce cinco grandes géneros: la noticia, la entrevista, el reportaje, la organización de la polémica y la crónica. En cuanto a la noticia radiofónica tres variaciones: noticia estricta, la noticia con cita o “In Voce” y la noticia con entrevista.

Tabla 2. Tipología de géneros de Prado.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Géneros</th>
<th>Subgéneros</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>La noticia</td>
<td>NOTICIA ESTRICTA</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>NOTICIA CON CITA O &quot;IN VOCE&quot;</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>NOTICIA CON ENTREVISTA</td>
</tr>
<tr>
<td>La entrevista</td>
<td>ENTREVISTA EN DIRECTO</td>
</tr>
</tbody>
</table>

\textsuperscript{39} PRADO, Emili. Estructura de la información radiofónica, ATE. Barcelona, 1981.
Josep María Martí, en el año 1990 realizó su teoría de géneros radiofónicos en el libro: *Modelos de Programación radiofónica*, para él los géneros como “modos de comunicación culturalmente establecidos, reconocibles en el seno de determinadas comunidades sociales”. Si bien López Vigil en su libro de *Manual urgente para radialistas aficionados* menciona el género periodístico, el género dramático y el musical, para Martí deben tenerse en cuenta dos más el de entretenimiento y el mixtos.

Tabla 3. Tipología de géneros de programas de Martí.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Familias de géneros</th>
<th>Subgéneros</th>
</tr>
</thead>
</table>

---

40 MARTÍ, Op. Cit.,
<table>
<thead>
<tr>
<th>Categoría</th>
<th>Detalles</th>
</tr>
</thead>
</table>
| Informativos      | BOLETINES DE NOTICIAS  
                                Flashes  
                                Horarios  
                                De resumen  
                                SERVICIOS PRINCIPALES DE NOTICIAS  
                                Radio diarios o diarios hablados  
                                PROGRAMAS MONOGRAFICOS  
                                Edición especial  
                                PROGRAMAS ESPECIALIZADOS  
                                Específicos  
                                Deportivos (informativos o retransmisiones)  
                                PROGRAMAS DE LLAMADAS TELEFÓNICAS  
                                ORGANIZACIÓN DE LA POLÉMICA  
                                Debate  
                                Mesa redonda  
                                Cara a cara  
                                Tertulia |
| Musicales         | DIARIOS MUSICALES  
                                EDICIONES ESPECIALES  
                                Monográficos  
                                Conciertos  
                                PROGRAMAS ESPECIALIZADOS  
                                LISTAS DE ÉXITOS  
                                RETRANSMISIONES |
| Dramáticos        | SERIALES  
                                RADIOTeatRO  
                                Retransmisión  
                                Realización en estudio  
                                DRAMATIZACIONES Y ADAPTACIONES LITERAR |
| Entretenimiento   | JUEGOS Y CONCURSOS  
                                HUMOR  
                                INFANTILES |
| Mixtos            | MAGAZINES  
                                Especializados  
                                Contenedores  
                                DOCUDRAMAS  
                                RADIO-FÓRMULAS |

Para Mariano Cebrián el cuadro de clasificación es más complejo, mencionando la clasificación de la realidad, su estructura de presentación, los géneros y los discursos o maneras que tienen cada uno. Cebrián Herreros aborda este problema
en el libro Géneros informativos audiovisuales42 En esta obra, define al género como una forma o modo de configuración textual: “Es un conjunto de procedimientos combinados, de reglas de juego, productoras de texto conforme a unas estructuras convencionales, previamente establecidas, reconocidas y desarrolladas reiteradamente durante un tiempo por varios autores. Cada género nace por el impulso intuitivo y creativo de un autor para plasmar una necesidad comunicativa”43.

Tabla 4. Tipología de géneros de Cebrián Herreros.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Modos de configuración de la realidad</th>
<th>Estructura de presentación</th>
<th>Géneros</th>
<th>actitud</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Expresivos testimoniales o monólogo</td>
<td>EDITORIAL</td>
<td>Argumentativa</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>COMENTARIO</td>
<td>Interpretativa</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>CRÍTICA</td>
<td>Analítica</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>CRÓNICA</td>
<td>Informativa</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>testimonial</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Referenciales expositivos o Monólogo</td>
<td>NOTICIA</td>
<td>De fidelidad</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>REPORTAJE</td>
<td>escueta</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>REPORTAJE DE INVESTIGACIÓN</td>
<td>Profundizadora</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>INFORME</td>
<td>Recopiladora y ampliadora</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>PERIODÍSTICO</td>
<td>Notarial</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>DOCUMENTAL</td>
<td>Dramática</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>DOCUDRAMA</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Apelativos dialógicos o Diálogo</td>
<td>ENTREVISTA</td>
<td>Interrogativa</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>ENCUESTA</td>
<td>Consultiva</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>RUEDA DE CORRESPONSABLES Y</td>
<td>Cooperativa</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>EMISORAS</td>
<td>Polémica y dialéctica</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>MESA REDONDA</td>
<td>Polémica y dialéctica</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>DEBATE</td>
<td>Polémica y dialéctica</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>TERTULIA</td>
<td>Participativa</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>GÉNEROS DE PARTICIPACIÓN:</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Consultorios</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Interrogatorios</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Cebrian añade “por género radiofónico se entiende cada uno de los modos de armonizar los distintos elementos del mensaje radiofónico de manera que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica”.

43 Ibid.,
Dentro de los géneros radiales que en la radio Colombiana, mencionaremos los más importantes y más utilizados: La noticia, el comentario, la entrevista y en algunas oportunidades la crónica y el reportaje.

En primera estancia, **la noticia** es el primero de los géneros que busca informar de una manera objetiva; su función es contar algo ocurrido teniendo en cuenta las posibles interrogantes que cualquiera que quiera informarse desea saber: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Cómo? y ¿Por qué?

La noticia, como lo afirma Alberto Galvis Ramírez es “el relato objetivo de un acontecimiento actual y de interés para un conglomerado. En la noticia prima el deber de contar y sólo de contar los hechos y sus detalles, sin opinar, sin valorar, sin introducir el criterio y el estilo del periodista, porque el tiento personal le quitaría objetividad”\(^4^4\). Es esa objetividad la que permite diferenciar la noticia de otros géneros periodísticos al estar íntimamente ligada a los sucesos en que ocurren; es casi lógico considerar que el deber del periodista o comunicador es conocer el suceso e informarlo sin inmiscuirse u opinar sobre lo acontecido. Para Emy Armananzas, profesora de la Universidad del País Vasco, “la noticia es la transmisión de un hecho novedoso a un público a través de un medio de comunicación masivo. La noticia como realidad construida, no es espejo de la sociedad. Ayuda a constituirlo como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a ese suceso”.

La noticia esta casi siempre presente en la radio, sin importar de que tipo, la radio y sus periodistas siempre se preocuparán por informar qué está ocurriendo y cómo contarla a través de los micrófonos; la noticia podría considerarse el género más utilizado por su fácil acceso teniendo en cuenta la cantidad de agencias de noticias y las posibilidades que la internet y otras nuevas tecnologías permiten para saber qué está pasando en el mundo. A partir de esto y, en palabras de Alberto Galvis, **la noticia es el deber de contar y relatar a un conglomerado un suceso actual y de interés teniendo en cuenta los límites entre lo ocurrido y lo que el periodista cree que ocurrió, factor que realmente aparta la noticia de otros géneros.**

El suceso, lo ocurrido, eje central de la noticia, es también el punto de partida para la construcción de otros productos, en este caso radiofónicos y que veremos más adelante. A partir de una noticia, un hecho ocurrido, el periodista empieza a valerse de los datos, la técnica, los testimonios, el tiempo y la información para empezar a crear imágenes mentales e interpretaciones que podrá analizar y compartir para los oyentes a través de diversos géneros periodísticos, en este caso radiales y que de esta manera el escucha logre ver y sentir lo ocurrido a través de los sonidos del periodista radial.

\(^4^4\) RAMIREZ G, Alberto. De la a a la @ las nuevas tendencias de los géneros periodísticos, corporación tecnológica Acord, p. 107.
De la mano a la noticia, como lo habíamos mencionado anteriormente, existe otro género importante la entrevista. Esta va muy relacionada con la noticia pues para conocer sobre algo necesitamos de aquellos que de una manera u otra fueron testigos, protagonistas o conocen sobre aquello que necesitamos saber; una vez tenemos claro quién puede facilitarnos la información que queremos debemos saber qué y cómo preguntar para obtener lo que queremos.

La Entrevista no es más que una conversación basada en preguntas y respuestas entre el periodista y algún personaje, testigo o involucrado con el hecho o el suceso del cual se quiere conocer; para Hugh C. Sherwood la entrevista “es un diálogo entre una persona y un periodista, a fin de obtener las opiniones autorizadas sobre un tema en cuestión”\(^\text{45}\). Muy parecida a esta definición Martín Vivaldi afirma sobre la entrevista: “es un relato periodístico que relata, en todo o en parte, la conversación o diálogo mantenido por el periodista con determinada persona”\(^\text{46}\). Se dice que la entrevista remonta su nacimiento a los antiguos interrogatorios judiciales y para Galvis tiene un gran peso dentro de los géneros gracias a que hace posible trasmitir el pensamiento de personajes importantes para la vida de una sociedad. Para Juan Cantavella la entrevista es una conversación entre una o varias personas con fines informáticos y que se trasmite a los oyentes\(^\text{47}\).

Dentro de este género encontramos siete tipos dependiendo del interés y enfoque que se quiera obtener: **entrevista de historia, de acontecimientos, de información, de datos, científica, crítica y de opinión**.

- **La entrevista de historia** indaga sobre algo o alguien en específico para trasmitirlo a sus oyentes; para esto es importante tener un dominio sobre el tema teniendo en cuenta el propósito de su investigación, datos y años relevantes.

- **La entrevista de Acontecimientos** que es en la que se interroga a una persona relacionada con la noticia del momento destacando su importancia o relación en los hechos.

- **La entrevista de información** es en la que el periodista se preocupa por una temática y por medio de conversaciones con diversas personas involucradas con la fuente de la noticia consigue la información que necesita.

---


La entrevista de Datos es aquella en la que el periodista se interesa por reunir una cantidad de estadísticas para sustentar alguna opinión y compartirlas con sus oyentes.

La entrevista científica es aquella en la que se tiene un tema científico en discusión como por ejemplo una enfermedad y existe la necesidad de conocer todo al respecto a través de una persona que sepa y conozca el tema a cabalidad.

La entrevista crítica es aquella en la que la introducción la realiza el periodista con el ánimo de disminuir la cautela y seguridad del entrevistado y estar muy pendiente de sus propias ideas para contrarrestar las de su entrevistado.

La Entrevista de opinión que es usada para un tema noticioso reciente y de gran impacto en el que se entrevista al personaje de interés para que dé a conocer algunos conceptos y opiniones sobre el tema.

Es importante resaltar otra clasificación que otorga Alberto Galvis a los tipos de entrevista que existen entre los que menciona: la entrevista noticiosa que se utiliza para el cubrimiento de noticias; la entrevista de semblanza que se enfoca en dar a conocer a un personaje; la rueda de prensa en la que muchos periodistas entrevistan a un individuo y la entrevista combinada en la que se mezclan diversos tipos de preguntas (personales o de temática) para obtener un resultado más completo.

Para otros autores como Martín Vivaldi, la entrevista es también uno de los más importantes recursos para otros géneros: “además de sus características propias, es también información y reportaje (...) es un retrato, con algo de narración- de un hombre, pero con el modelo vivo, puesto ante el lector”\(^{48}\). Le entrevista puede ser parte fundamental de una noticia, de una crónica, de un reportaje, etc.

El reportaje es un género informativo y se encarga de trasmitir en vivo desde donde se produce la noticia; el periodista es el encargado en dar a conocer todos los pormenores de lo que sucedió. El reportaje para Martín Vivaldi es: “es un relato periodístico informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado preferentemente en estilo directo es una narración informativa, de vuelo más o menos literario, concedido y realizado según la personalidad del escritor y periodista. Es el desarrollo amplio de una noticia o de un aspecto determinado del acontecimiento noticioso”\(^{49}\).

Reportaje, del latín reportare significa traer o llevar una noticia y es, en palabras de Alberto Galvis una transcripción directa o inmediata de los acontecimientos que nace de la literatura y de las crónicas de las cortes europeas del siglo XII, en un país como el nuestro se empieza a cultivar principalmente en forma escrita hacia


los años 50 y 60 de la mano de grandes escritores como Gabriel García Márquez, Álvaro cepeda, Germán pinzón, Felipe González y Germán Santamaría.

Este género requiere no solo de una gran actualidad y conocimiento sino también de la gran capacidad y creatividad del realizador o periodista, así lo afirma Galvis “es una creación del talento de un periodista, que le introduce elementos con sello específico, nacidos de su vivencia, conocimientos, capacidad de observación, curiosidad, disciplina en la investigación, dotes idiomáticos, sensibilidad y bagaje cultural”\(^{50}\)

Para autores como Vicente leñero y Carlos Marín “el reportaje es el género mayor del periodismo, el más completo de todos. En el reportaje caben las revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevistas, las notas cortas de la columna y el relato secuencial de la crónica, lo mismo que la interpretación de los hechos, propia de los textos de opinión”\(^{51}\).

Por otro lado, Gonzalo Martín Vivaldi afirma que el reportaje “es un objetivo en cuanto a modo y redactado preferentemente en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual y humano”\(^{52}\).

Como lo mencionábamos anteriormente, además de tener una excelente creatividad e ideas para trasmitir a los demás lo que está sucediendo, el periodista debe hacer uso de otros recursos sin los cuales el reportaje no sería impactante entre ellos podemos destacar unas buenas entrevistas, el uso de diversos efectos, charlas, música, sonidos y silencios. Del impacto y aquellos sentidos que se logren despertar en el oyente, el reportaje tendrá o no éxito: “La ventaja de los reportajes es el sentido de participación en los hechos que produce en el oyente. Contribuye así mismo, a provocar esa sensación de participación, aquella narración creativa en la que más que exponer sentimientos propios deben provocar estos en el oyente”\(^{53}\).

De la mano del reportaje, encontramos el último de los géneros informativos: La crónica. Para muchos autores este género nació de la historiografía; para Galvis su nacimiento se dio en el siglo XII con las viejas narraciones de reyes; luego, entre los siglos IX y XIV la crónica se fortaleció con su tratamiento en manos de comunidades religiosas, gobernantes y reyes. Para el caso colombiano, como lo explica Germán Castro Caicedo, la crónica aparece con las publicaciones de autores como Gonzalo Fernández de Oviedo y Juan Castellanos y llega a su auge en los años 30 y 40 con Gabriel García Márquez, Mike Forero, Víctor Diusabá, entre otros.

Según Martín Vivaldi, la crónica es “una información interpretativa y valorativa de los hechos noticiosos”\(^{54}\). Completando esta definición Leñero y Marín afirman que “la crónica es el relato pormenorizado, secuencial y oportuno de los acontecimientos de interés colectivo”\(^{55}\). Además del deber informar, la crónica va impregnada de un sin número de cualidades y reflejos de quien la escribe o prepara; es el contar algo de una manera creativa, vinculando emociones y es, sin duda, un género que mezcla lo objetivo con lo subjetivo: “la crónica combina el deber de informar con el derecho de opinar, es decir, cuenta todo lo que ocurrió en un acontecimiento, mientras agrega un pedazo de alma del artista o cronista”\(^{56}\) y es también “la licencia para sumergirse a fondo de la realidad y en el alma de la gente”\(^{57}\).

Es un género que permite una explotación profunda de algo ocurrido, muchas veces la noticia se queda en un hecho ocurrido muchas veces incomprendido que trasladado a un buen relato con narrativa puede captar la atención de quien lo escucha; además permite un juego entre valores reales como los acontecimientos y otros impregnados por el impacto o el sentimiento del cronista.

La crónica puede dividirse en tres: la de interpretación, la de opinión y la libre. La primera que para Galvis es la más usada y la encargada de tramitar las emociones, los hechos, los sentimientos de un suceso; la de opinión que es la realizada por un experto sobre un tema que aborda a toda cabalidad y que conoce perfectamente y la libre que es aquella que no toca un tema actual pero que tiene un gran contenido temático. Paralelo a estos géneros de corriente informativa también florecen aquellos que pertenecen a la opinión como por ejemplo el artículo, la columna y el editorial.

La historia del periodismo nos muestra la importancia de la información; dar a conocer los hechos es fundamental, pero hay muchos autores que afirman que más allá de buscar información la gente también necesita la ayuda de otros para interpretar de lo que sucede, es en ese momento en que salen a relucir los géneros de opinión: “El campo del estilo rigurosamente informativo está perdiendo terreno y las ganancias se trasladan al campo de la interpretativo”\(^{58}\).

Para Armanzas y Diaz Nocci los géneros de opinión “llenan un vacío que dejan los géneros informativos y que forma parte de las expectativas de los lectores: los géneros de opinión parten casi siempre de acontecimientos de actualidad, si bien está, en algunos géneros, es más relativa que en los géneros estrictamente informativos y ofrecen también elementos interpretativos. Pero aun van más allá y

---


\(^{58}\) MARTÍNEZ, José Luis. Curso general de redacción periodística. Paraninfo, 1996.
se ocupan de la reflexión profunda que la información de actualidad no puede ofrecer a los lectores”\textsuperscript{59}.

\textit{El artículo, la columna y el editorial} son géneros que nacen específicamente para la prensa, sin embargo, para la radio también podemos encontrar ciertos géneros o espacios que permiten lo mismo, tal es el caso de los programas de mesa redonda o de discusión, los comentarios y debates; Estos, sobre la base de los comentarios, generalmente a cargo de expertos en el tema, se encargan de ofrecer a los oyentes una interpretación del tema de actualidad o la noticia.

Para Lorenzo Gomis la función de los comentarios publicados o emitidos en los medios impresos y audiovisuales es la de estimular y enriquecer los comentarios del público, ofrecer argumentos, razones, ejemplos, incitar a la audiencia a identificarse con unos o con otros. Que el público comente lo que pasa, se esfuerce por entenderlo, por prever y prevenir e influir en ello.

Para Galvis este tipo de géneros destacan la labor periodística al agudecer la visión crítica, el tener una firmeza y convicción sobre algo, el criterio, al apreciar meritos, tener otro sentido. Para William Zambrano el comentario siempre busca orientar al oyente en forma minuciosa, absolviendo los posibles interrogantes de un hecho que sea noticia. El periodista valora subjetivamente y lo interpreta, con el fin de evitar un determinado suceso.

Los comentarios, mesas redondas y demás géneros de opinión parten de un suceso y a partir de él los expertos empiezan a desmenuzar una serie de pensamientos y análisis con el fin de aclarar dudas, refutar y llegar a una conclusión: “La estructura del comentario debe tener una introducción basada en un hecho concreto o expectativa real, un desarrollo que presente diversos argumentos y una conclusión o síntesis de opinión”\textsuperscript{60}

Para Mario Millán, “es una orientación con base en una información ética que lo amerite para expresar sus opiniones. El comentario debe estar revestido de conocimiento. El comentarista es un guía de la opinión pública y, por consiguiente, debe conocer a fondo el tema que trata. Por su parte Carlos Antonio Vélez, reconocido comentarista deportivo “A través de la radio, uno debe reafirmar y concretar, ser muy directo y confrontar la noticia, enfrentar los hechos con los protagonistas de la información para, después de haberlos escuchado, dar a conocer el criterio que uno como comentarista posee sobre esa información”.

\textsuperscript{59} ARMANZAS, Emy y DÍAS, J. Periodismo y argumentación.Géneros de opinión, más allá de la interpretación. Universidad del país vasco, 1996.

4. LOS GENEROS PERIODISTICOS EN LA RADIO ANÁLOGA

Una de las propuestas más interesantes en cuanto a la importancia de la radio en la actualidad es la que hace Bruce Girard En su artículo *La radio en Internet mezclar los medios para cerrar la brecha digital*, en este resalta que la radio “Ha demostrado un potencial muy importante para promover el desarrollo. La radio es relevante, interesante e interactiva y permite que las comunidades olvidadas de hagan presentes, se escuchen sus voces y participen en el proceso democrático. Y solo teniendo una voz en las decisiones que influyen en sus vidas podrán mejorar finalmente sus condiciones de vida”61

Y es que no es para menos, el hecho de que para nosotros sea normal tener televisión, líneas telefónicas o un receptor de radio en nuestras casas, no significa que el resto de la población mundial tenga las mismas posibilidades; por ejemplo en África, según lo afirman varios estudios, es más común encontrar veinte receptores de radio por cada cien personas que líneas telefónicas que son solo dos por cada 100 individuos: “si bien los beneficios que ofrece internet son muchos, el hecho de que dependa de una infraestructura de telecomunicaciones lo hace accesible solo a unos pocos. La radio es mucho más penetrante, accesible y económica. Una mezcla de las dos podría ser una manera ideal de asegurar que los beneficios que otorga internet tengan un mayor alcance”62

Por lo anterior, es casi lógico considerar que sí, ha llegado la internet pero ¿a quiénes? Dejar de lado la importancia que aún tiene la radio análoga sería una afirmación irresponsable si consideramos que, como en África, muchos países en condiciones de extrema pobreza están lejos de tener acceso a un computador cuando subsisten otras necesidades de vital importancia como el servicio de salud, el agua, la alimentación, entre otros.

Bajo esta perspectiva podemos llegar a varias conclusiones; la primera de ellas es que la radio permite mayor participación mundial gracias a su fácil y económica accesibilidad y versatilidad. La segunda es que es un medio que, por lo general, aprovecha sus ventajas tecnológicas para modificarse y ofrecer diversas opciones de participación y opinión. La tercera es que para muchos es un medio de entretenimiento e información que genera una compañía individual; y finalmente, la radio, como buena hija de la tradición oral, se aprovecha de sus virtudes sonoras y del sonido para llegar a miles de personas a través de la música, las

62 Ibid., p. 11.
voces y el silencio; como lo menciona Georges Davy: “Ella crea lo social en el individuo, al mismo tiempo que manifiesta ante él un signo de lo social”\textsuperscript{63}.

La radio ha ido desarrollando diversos géneros periodísticos o géneros radiales adaptados, ya sea desde la prensa o de otros medios de comunicación y que, a partir del uso del sonido se han explotado de diversas formas generando así nuevos contenidos. Y es por este lado que muchos de los autores no piensan en el futuro de la radio sino en la reinervación de la radio tal y como es. La explotación de un medio que aún tiene mucho que aportar y que para muchos sigue estancado en las mismas dinámicas de hace diez o veinte años: \textit{El sector radiofónico debe tomar como excusa estas tecnologías para que la radio de un salto hacia adelante, profundice en sus posibilidades, minimice los riesgos y mejore la calidad de su programación con creatividad}\textsuperscript{64}.

A partir de estas y otras conclusiones de diversos autores, es considerable analizar que, a pesar de que las tecnologías están siempre cambiando y renovándose, la radio análoga debe ir de la mano, variar, cambiar, ofrecer nuevas y oportunos contenidos que la hagan continuar siendo única y que le permitan sobrevivir si así lo desea; sería justo considerando que el trayecto hacia una radio netamente en internet o digital está todavía en pañales, de buena manera lo afirmó Rafael Roncagliolo: “La radio sigue siendo el medio de comunicación más universal. Puede decirse que los ciudadanos se enteran de las noticias por la radio, las confirman por la televisión y las reflexionan, al día siguiente, con el diario… Tal especialización explica que no haya habido reemplazo de la radio por la televisión, como no lo hubo cabalmente del cine por la televisión ni del teatro por el cine, ni del libro por el periódico… La historia de los medios registra sumatorias y especializaciones, no desplazamientos mecánicos. Y la especialización ha hecho de la radio contemporánea el único medio que tiene permeabilidad absoluta y requiere de la participación sincrónica, en vivo, de los oyentes.”\textsuperscript{65}.

La radio análoga en Colombia está organizada casi siempre de la misma manera, integrada por programas distribuidos en la programación de acuerdo a estudios de audiencia. En la mayoría de emisoras la distribución de la programación empieza:

Desde las 5:00 ó 6:00 a.m. hasta las 9:00 a.m. con toda la programación de noticias, el manejo de la noticia con diversos tratamientos; a partir de las 9:00 a.m. hasta el medio día la radio se dedica al magazine, las grandes figuras y locutores, con invitados, con tertulia, entrevistas, etc. Desde el medio día hasta las 2:00 p.m. se retoman los titulares más importantes a través de entrevistas.

\textsuperscript{63} Discurso pronunciado en el “Congreso Internacional sobre los aspectos sociológicos de la música en la radio”.


la 1:00 p.m. a las 3:00 p.m. se vuelve a la radio de noticias, noticiarios de media hora o de una hora con reiteración de los titulares e incorporación de algunas variantes mediante entrevistas y reportajes.

A partir de las 3:00 p.m. hasta las 8:00 p.m. aparece otra vez la radio de magazine. En la noche se retoma a las noticias y se hace un balance informativo del día. A partir de las 8:00 a.m. se hacen tertulias, debates y espacios de comentarios. Desde las 8:00 p.m. a la media noche se ofrecen las noticias y balance informativo del día. Desde las 9:00 p.m. a las 12 se difunden los comentarios, tertulias y en algunos casos, entrevistas de seguimiento de la actualidad. A partir de la media noche la radio es más íntima, crea programas de acompañamiento y desahogo del oyente

Un programa radial, como lo definiría Arturo Merayo es “un tiempo cuyos límites han sido previamente determinados -y habitualmente sometidos a una cierta periodicidad-durante el que se difunden, bajo un mismo título, mensajes que en sí mismos y en su presentación formal mantienen una unidad de criterio y se adaptan con calidad a las peculiaridades del canal radiofónico” 66, es decir, es un espacio con diversos contenidos estructurados y articulados de una manera específica integrando diversos tipos de géneros periodísticos ya sean informativos o de opinión.

El flash de noticia: el flash es un rayo y como su palabra lo indica es un relámpago de información, algo rápido que informa de inmediato a cerca de un acontecer noticioso, este término, también aplicado en la televisión, es descrito por Sanabria como: “una interrupción de la programación ordinaria para anticipar una noticia cuya importancia justifiquen esa ruptura de lo previsto en la parrilla” (Sanabria, 1994: 113).

José Javier Muñoz y César Gil lo definen como el adelanto breve de una noticia: “la expresión o lectura de los primeros detalles que se conocen de un acontecimiento y que posteriormente serán ampliados a medida que se obtengan nuevos datos y se tratarán con la extensión que merezca y la importancia del hecho en el servicio informativo inmediatamente posterior” 67 (Muñoz y Gil, 1994: 66).

Otro tipo de programa de la mano a los flashes es el informativo y que cuenta con un tiempo determinado en el que se difunden noticias con la ayuda de diferentes géneros periodísticos como crónicas, entrevistas y reportajes. Estos informativos en la radio colombiana se realizan tres o cuatro veces al día en la mañana, al medio día, en la tarde y en la noche.

El magazine es otro tipo de programa integrado por los dos grupos de géneros el informativo y el de opinión “Junto a los programas de noticias, se han desarrollado los magazines que abordan temas de interés sobresaliente y de interés humano y se han ampliado los análisis y comentarios mediante las tertulias; es su base fuerte y de momento con gran especificidad por la rapidez, por la vinculación inmediata con la audiencia”68.

Los teóricos de la radio advierten que esta tiende a desaparecer no solo por la aparición de nuevas tecnologías y soportes, sino también por lo obsoleto de los contenidos que no se han atrevido a cambiar o innovar: “Nos estamos quedando sin audiencia joven y ése es un problema. Las radios de amplitud modulada siguen haciendo lo mismo en la generalidad de los casos y las muestras de creatividad a veces rayan el insulto a la razón y buscan en la degradación del lenguaje la única fórmula sobre la que sostener sus niveles de audiencia”69.

El surgimiento de las Nuevas tecnologías de Información genera ciertas preguntas frente a la “en crucijada” que atraviesa la radio análoga; si bien es cierto que la radio está posicionándose dentro de estas ¿será posible un silencio análogo? ¿cómo enfrentar desde la radio análoga la convergencia a lo digital o a la red? Es bueno retomar lo que alguna vez mencionó Miguel Ángel Nieto70, cuando afirmó que en sus inicios la radio era muy pobre tecnológicamente, sin embargo, fue el factor humano el que hizo que la radio tomara un papel importante en la sociedad.

¿Podría suceder lo mismo en la actualidad? ¿Es posible desde la generación de nuevos contenidos y ofertas cambiar este proceso de digitalización?

A continuación se analizaran diversos géneros “radiales” implementados en dos de las emisoras análogas F.M en Colombia: la Cadena Básica de Caracol Radio, la FM de RCN, RCN radio entre otras; paralelo a esto se analizará el trabajo de géneros en algunas emisoras análogas en A.M; irónicamente, estas emisoras ya han dejado su limitación análoga para subir a la red y ser escuchadas en tiempo real.

4.1 NOTICIA EN LA RADIO ANÁLOGA

El manejo de la noticia en la radio análoga lo define claramente Nuñez Ladevéze “Seleccionan y acumulan información con criterios distintos de la mera referencia a

---

68 CEBRIÁN H, Mariano. La radio en la convergencia multimedia.
70 NIETO, Miguel Ángel. “Pasado, presente y futuro de la radio”. Sao Pablo. Facultad de humanidades y de CC de comunicación.
lo actualmente acontecido. En cierto modo, suscitan en el destinatario la necesidad de interpretar la actualidad ofreciéndole datos para ello, pero no son expresamente interpretativos. Los periodistas y reporteros en las diversas emisoras se encargan de estar pendientes de toda la información (ya sea a través de la presencia en el lugar de los hechos) o a través de importantes agencias de noticias como la EFE, Associated Press (AP), Reuters y France Press (AFP). Como diría Barbero: “la incidencia de la chiva periodística fundamentada en el discurso de la prisa, anclado a una lógica informativa que se traduce hoy en una compulsión de la actualidad y en la tendencia a valorar como verdaderamente informativo únicamente aquello que atañe a los acontecimientos del día o de las últimas horas”.

Esta preocupación por la noticia y la competencia por el raïting evidencia las palabras de Cebrián Herreros: “La radio de noticias es la de los servicios informativos que trata de presentar una síntesis de la actualidad. Se ha desatado la competencia entre las diversas cadenas con programaciones a horas próximas e incluso idénticas y con tratamientos similares. Lo que cambia son las voces, los modos de contarlas, la agilidad”.

La cadena básica de Caracol y la FM de RCN

Caracol radio es una de las cadenas radiales más importantes en Colombia; con más de 60 años, Caracol ha llevado a los colombianos una programación variada en cuanto a géneros informativos y de opinión. Con respecto a los programas informativos en esta cadena encontramos boletines informativos y noticieros. El servicio informativo o boletín de última hora de noticias se emite cada hora las 24 horas del día y es un resumen noticioso con todos los sucesos ocurridos en Colombia y el mundo.

La dinámica es sencilla, el locutor, anuncia rápidamente las noticias más importantes de la hora y posteriormente toma cada suceso y lo desarrolla a través de corresponsales que, desde el lugar de los hechos, y a través de entrevistas, amplían lo sucedido. Por ejemplo:

Locutor: “Son las 6 de la mañana, acá están las noticias en Caracol radio…En el departamento del Chocó se realiza una operación militar para tratar de ubicar a los insurgentes, al parecer de la guerrilla de las FARC que en un ataque a una patrulla militar provocó la muerte a un militar y heridas a por lo menos otros 20 uniformados. La lista de los heridos y fallecidos a esta hora la entrega Leonardo Montoya”.

---


Leonardo Montoya: “Sí, la lista de las víctimas es la siguiente Alexis Cuesta amen de 20 años, Jesús Andrés Garzón albornoz de 25 años…”

La dinámica de los boletines es casi siempre igual, con audios pregrabados antes de la emisión y, dependiendo de si existe o no una noticia de última hora, los corresponsales hablan en directo. La duración de estos boletines es de aproximadamente cinco minutos en los que se incluyen las noticias relevantes de la política, economía, transito, deportes, etc.

Caracol radio tiene noticieros informativos a las 6 de la mañana y al medio día. El tratamiento de la noticia es parecido a los boletines de última hora manejando la misma dinámica entre el o los locutores en cabina y los corresponsales en diversas zonas del país. Al haber más tiempo de emisión, se tratan muchas más noticias e incluso se realizan entrevistas más amplias con los protagonistas.

Para el caso de RCN, también existen boletines con las últimas noticias y el tratamiento es similar, la locutora anuncia la noticia y el corresponsal complementa la misma:
Locutora: “5 de la tarde, a las 7 de la noche del 30 de mayo los colombianos sabrán cual es el nuevo presidente de Colombia, el registrador nacional anunció que ya no habrán más sabotajes, Carlos Murcia…”
Carlos Murcia: “El registrador nacional del estado civil Carlos Sánchez anunció que el próximo 30 de mayo a las 7 de la noche se tendrán los resultados de elecciones presidenciales, así lo determinó después de un simulacro que se realizó hoy sábado”
Registrador: “Eso quiere decir que en un escenario normal son dos horas contadas a partir de las 5 de la tarde, eso daría 7:30 de la noche llegando a cifras cercanas llegando al 100 por ciento”.

RCN cuenta también con noticias en la madrugada y al medio día en las que se abordan las noticias más importantes de Colombia y el mundo, con el cubrimiento de corresponsales dentro y fuera del país.

Caracol y RCN ofrecen este contenido en F.M y A.M pero además de estas, en el dial colombiano podemos encontrar muchas otras emisoras que ofrecen un servicio informativo de alta calidad.

TODELAR, a través de los 890 AM, emite para 43 emisoras en el país, el trabajo informativo es similar a las dos anteriores cadenas con programas en la mañana y al medio día. Esta cadena de emisoras dedica un tiempo de su programación a la retransmisión de “Buenos días América” a través de la “la voz de América” emisora internacional especializada en noticias internacionales y manejada entre dos locutores y audios.
Las noticias también son manejadas en las emisoras musicales, por ejemplo los 40 principales cada hora emite pequeños boletines de noticias relacionadas con la música y los artistas en rotación.

Radiónica, una emisora que se ha logrado posicionar muy bien dentro del mercado radiofónico, dedica un espacio dentro de la programación musical para las noticias relacionadas con esta temática. En su espacio mañanero “Días de radio” trabajan noticias de información cultural nacional relacionadas con el arte, la literatura, la poesía, la música, etc.

Otra emisora musical con contenido noticioso es la X, una emisora de TODELAR la cual cuenta con dos espacios: “los originales” y “360” en los que presenta un amplio contenido periodístico con el que incluyen noticias, entrevistas y reportajes musicales.

La W de Julio Sánchez Cristo presenta también de lunes a viernes de 5 am a 1 pm un amplio contenido informativo manejado de la misma manera entre locutor y sus reporteros además de la participación de los oyentes y sus opiniones y la confrontación a los protagonistas de la noticia a través de entrevistas. Es un manejo de la noticia más conversada y opinada.

La aparición de un nuevo estilo y manejo de programas noticiosos en la mañana abrió definitivamente el manejo de la noticia como lo afirmó Lalinde: “Se podría hablar de apertura y flexibilidad en el manejo de la información. Hasta ese momento el género informativo se trabajó con el género de noticiero, es decir, locutores, lectores de noticias redactadas por los periodistas. Con el radioperiódico y los géneros abiertos, los periodistas ingresan a las cabinas de transmisión: comentan la información, realizan entrevistas al aire, se ríen, dejan entrever sus sensibilidades políticas, y permiten, en fin, que el mundo entre por los micrófonos”.

De la mano de la inmediatez y el avance en la información, debemos señalar que es importante la inclusión de nuevos recursos tecnológicos y el uso de los mismos para que tecnología e información vayan de la mano como lo afirma Yamid Amat: “hay que decir que los últimos 10 o 15 años e, la radio en Colombia había progresado muchísimo en materia informativa pero se había quedado a la saga en materia de tecnología. Ahora la radio se está poniendo al día, con las transmisiones vía satélite, con la información celular. Esto significa que por fin hemos logrado que la tecnología alcance a la información y se ponga a la altura de ella, porque lo que teníamos era una gran información, sin mucha tecnología; ahora tenemos las dos cosas al mismo tiempo”.

De cierta manera, la radio análoga nos ha mostrado que también la noticia y los hechos de actualidad pueden tener un tratamiento a través del humor; tal es el caso de la luciérnaga-mezcla de realidad y ficción- un programa que de lunes a viernes retoma todas las noticias importantes del día y las articula con música, chistes e imitadores. Acá la noticia como género informativo empieza a mezclarse con el de opinión al mezclar los hechos con la opinión de los periodistas.

La noticia también está presente en la radio religiosa, por ejemplo en Radio María, existe un programa llamado “Notas eclesiales” destinado a la información concerniente a la información eclesial en el mundo, programa con 1 hora de duración. La emisora del Minuto de Dios, otra emisora religiosa, incluye, además de las noticias eclesiales, noticias como en cualquier otra emisora radial solo que procuran intervenir la noticia y combinarla con la reflexión religiosa y la palabra de Dios.

Melodía estéreo, la radio líder de Colombia, ofrece un tratamiento informativo haciendo un recuento de las noticias más importantes del día cada hora; el locutor hace la lectura de enunciados y complementa con otros archivos de audio. La mayoría de noticias tratadas corresponden a la política, las noticias internacionales y la economía.

TODELAR también cuenta con un programa dedicado a las noticias a Bogotá llamado “Todelar por Bogotá” en el que se tratan temas como la seguridad, el transporte, la vivienda, los servicios públicos y el medio ambiente de la ciudad de la mano de alcaldes, ediles y funcionarios de la administración distrital.

En medio de tanta problema, guerra y conflicto hay muchos que a veces se aburren de solo escuchar malas noticias para lo cual hay diversas emisoras que también buscan crear espacios para la “información positiva” destacable; entre estos programas se destaca “Buenas Noticias” por TODELAR o “La hora del regreso” a través de la W radio.

La noticia Deportiva también es bastante importante en la radio análoga; programas dedicados a los deportes nacionales e internacionales forman parte fundamental de la programación de casi todas las emisoras colombianas. Por ejemplo RCN Deportes, El pulso del fútbol de Caracol radio, El fútbol de Hoy a través de TODELAR, etc. El manejo de estos informativos es similar, siempre un grupo de expertos y comentaristas deportivos hablan de las noticias destacadas en cuanto a deportes y luego agregan comentarios y valoraciones a las noticias.
4.2 LA ENTREVISTA EN LA RADIO ANÁLOGA

De la mano de la noticia surge la entrevista como un elemento que complementa y refuerza la información que se suministra. La entrevista es un “ser vivo” dentro de las investigaciones que se realizan en todas las emisoras análogas. Como se mencionó anteriormente, muchos de estos noticieros y boletines informativos recurren a la entrevista para incluir en sus reportes la voz de quienes están relacionados con “la chiva” informativa: “Sólo a los jueces y a los periodistas les es lícito el preguntarlo todo; pero el juez tiene autoridad para exigir la respuesta y el periodista ha de obtenerla por habilidad al preguntar”.74

Por otro lado, la entrevista es un elemento recurrente en otro tipo de programas como reportajes y crónicas en los que se considera importante conocer el punto de vista de los afectados, los protagonistas, etc.

La entrevista puede clasificarse según su temática, su objetivo informativo, su modalidad, según el canal y el número de entrevistados. En la radio análoga en Colombia encontramos entrevistas de todo tipo: informativas, de perfil, de sucesos, de opinión y de divulgación. La mayoría de emisoras invitan a sus entrevistados a cabina cuando existe la posibilidad de hacerlo, de lo contrario se realizan a través de vía telefónica.

La entrevista informativa va de la mano a la noticia como lo dijimos anteriormente; en ella se buscan datos concretos y precisos a través del testimonio de alguien que ha vivido el acontecimiento y conoce sobre él.

La entrevista de perfil se encarga de presentar a una persona en su totalidad, desde sus aspectos físicos, hasta su carácter, su forma de pensar, sus costumbres, anécdotas, etc. Dentro de este tipo de entrevista se destacan programas como el de RCN “personajes” dirigido por Juan Carlos Iragorri quien entrevista a grandes personajes de la política, la economía y el arte al considerar que todos tienen algo que decir.

La entrevista de opinión es aquella en la que se realizan preguntas a alguien que conoce a profundidad un tema de interés y que comparte su personalidad, visión y opinión sobre eso. Fernando Londoño Hoyos en “La hora de la verdad” de la Cadena Súper hace una introducción a la entrevista y de la mano a este género informativo, el periodista se da la oportunidad de aportar su visión de los hechos, de contra preguntar, de hacer una crítica y de opinar.

Otro tipo de manejo de entrevista es realizado en TODELAR en las mañanas; en el programa “Médico Todelar” son los oyentes los encargados de formular las

preguntas de salud al locutor, en este caso es Néstor Álvarez Segura quien responde a la audiencia todas sus inquietudes.

En términos generales, la mayoría por no decir todas las emisoras análogas colombianas dedican parte de su programación a las entrevistas ya sean en cabina o por vía telefónica y procuran hacer uso de todos los tipos de entrevista dependiendo de la noticia o de la actualidad.

4.3 LA CRÓNICA EN LA RADIO ANÁLOGA

"El cronista observa, escucha, interroga, se acerca a los hechos, a veces participa en ellos, recoge información; y cuando dispone de suficiente material, lo ordena, lo selecciona, lo interpreta y le da forma"75

Todo periodista que realiza una crónica debe tener claro que su objetivo consta de tres partes: informar, crear y entretenecer. Las crónicas son exposiciones de lo que sucede o sucedió con la intervención subjetiva y personal de quien la comparte.

La radio colombiana, por lo menos las dos grandes cadenas como Caracol y RCN incluyen dentro de sus contenidos crónicas. Estos programas no tienen un espacio definido dentro de la programación y se realizan esporádicamente en los programas de la mañana o los fines de semana en ambas emisoras.

Caracol radio un 11 de septiembre consideró importante recordar la muerte de Salvador Allende y lo hizo mediante una crónica llamada: “Caracol recuerda el golpe de estado a Salvador Allende, 35 años después”; Las crónicas realizadas incluyen audios o archivos sonoros históricos relacionados con los hechos, testimonios y la voz de uno o dos locutores que van articulando toda la historia.

Las crónicas radiales son, por lo general, de poca duración considerando que quizás el oyente puede aburrirse, es por eso que la información debe ser clara, las intervenciones del locutor, los audios y testimonios deben ser cortos y contundentes.
Por otro lado, RCN radio también tiene un espacio dedicado a crónicas llamado “especiales RCN”; el manejo de la crónica es similar a caracol radio.

La crónica sigue una secuencia cronológica de los hechos y tal como lo afirma Nuñez Ladevéze “Puede ser más o menos interpretativa, según la cantidad de

explicaciones, análisis y valoraciones que el periodista vaya esparciendo a lo largo del texto”. Sin embargo, por su misma esencia, por la importancia que adquieren en este género las interpretaciones del periodista, las mejores crónicas son aquellas en las que existe una proliferación de datos interpretativos, analíticos y valorativos”.

4.4 EL REPORTAJE EN LA RADIO ANÁLOGA

En la radio análoga también se maneja este tipo de género; muchas veces en vivo, otras veces de manera elaborada sobre un acontecimiento importante. El reportero es el encargado de reunir en el lugar de los hechos a todos los actores, los testigos, los hechos, él es quien formula las preguntas que recoge datos para la final llevar todo el acontecimiento a los oyentes al otro lado del aparato de tal manera que quien escuche vea a través del sonido, entienda, perciba y sienta lo que ocurrió.

La cadena radial Caracol ofrece a los oyentes un espacio para la investigación y los reportajes de la mano de uno de los mejores periodistas de guerra Herbin Hoyos. Los viernes en la madrugada este periodista con programas en vivo o pregrabados se acerca a los temas y acontecimientos de polémica para indagar la noticia en profundidad, sus personajes, etc. Julio Sánchez Cristo también dedica un espacio en la W radio para reportajes, entre ellos, el realizado sobre el “Abuso en la Valvanera”, en él se narra el abuso del que fueron víctimas cuatro jóvenes cuando paseaban por el cerro cercano al municipio de Chía (Colombia). El reportaje suministró pistas muy certeras para que los delincuentes fueran capturados 48 horas después del delito.

Otro programa de reportajes es también Nuevo Mundo de Caracol Radio en el que los encargados de realizar los reportajes son los estudiantes de comunicación social y periodismo de las diversas universidades del país; este espacio es la oportunidad para que los nuevos periodistas empiecen su carrera con trabajos de campo como el reportaje de diversos temas de actualidad social.

En RCN también se trabaja el reportaje en programas como “la radio de la tarde” en la que los periodistas toman temas irreverentes y personajes con historias insólitas para generar polémica.

Otras emisoras en Fm realizan reportajes como es el caso de Radio Santafé y la Cadena Súper de Colombia con su programa “Quién Es Quién”, un programa periodístico dedicado a los personajes de la noticia y que es emitido los domingos de 8 a 9 de la mañana por los 970 AM.

TODELAR tiene su programa los sábados llamado “Reportajes Todelar” en el que Andrés Amador analiza y selecciona la noticia más importante de la semana junto con un personaje de la vida nacional que puede ser un analista o experto para desarrollar un análisis y desarrollo del suceso y así llegar a conclusiones sobre el mismo. Diana Uribe, todos los fines de semana a través de Caracol, hace un tipo de reportajes sobre la historia del mundo. De la mano de estos reportajes de la voz de esta historiadora, caracol dedica otro espacio para hacer un recorrido por la vida y obra de cantantes y músicos de Iberoamérica en el programa “Especiales Caracol”.

Además de estas reconocidas cadenas radiales podemos reconocer que existen en Colombia emisoras que dedican espacio para la difusión de excelentes reportajes como el realizado por Óscar Luis Sánchez “problemas que hacen agua a los cordobeses” difundida por sistema informativo de Frecuencia Bolivariana en Montería y que resalta la importancia del reportaje en la sociedad como lo confirma la revista semana “Su reportaje va más allá de lo meramente declarativo para convertirse en una pintura social por la que desfilan todas las voces del proceso. El más serio especialista en contaminación y la vendedora cotidiana de pescado tienen equilibrada y reveladora presencia junto al consumidor en dificultades o la autoridad en aprietos”

Casi todas las emisoras análogas incluyen dentro de sus programaciones el “magazine” un formato que aglutina géneros como la entrevista, la tertulia, el boletín, las crónicas, etc. especializados en una temática por ejemplo los deportes, el entretenimiento o la información. En estos programas se mezcla la parte informativa y de opinión.

4.5 LOS PROGRAMAS DE OPINION

La opinión tiene mucha cabida dentro de la radio análoga; la mayoría de emisoras cuentan con programas que si bien no son llamadas editoriales, columnas o artículos como en la prensa, ofrecen un servicio parecido, es decir, el de interpretar las noticias de la mano de expertos, personajes que pueden aclarar la visión de los oyentes y hacerlos tomar una posición frente a los acontecimientos.

La opinión en Caracol radio
En primera estancia mencionaremos las mesas redondas o de debate como por ejemplo el programa Hora 20 emitido por la cadena radial Caracol radio de la mano del periodista Néstor Morales; este programa, con una duración de dos horas toma una de las noticias importantes del día y con la ayuda de panelistas con diferentes posiciones ideológicas inicia un debate para contrastar las diversas opiniones, de esta manera, el oyente saca sus propias conclusiones.
“La ventana” de Caracol radio es un espacio de opinión, pero de entretenimiento con el tratamiento de temas fuera de la cotidianidad y de interés para los oyentes; es un programa estilo tertulia que cuenta con la participación de tres invitados con posiciones antagónicas sobre la temática del día para que debatan. No podríamos dejar de lado el espacio radial que se le entrega en los programas de Gustavo Gómez a Daniel Samper Ospina con sus famosa “Columna”; con una duración de 40 segundos a 1 minuto este escritor realiza una fuerte crítica con algo de humor e irreverencia:

- La opinión en RCN radio

“La radio de la Noche” es un programa emitido por RCN radio bajo la dirección de Claudia Morales en el que se realiza un análisis de temas económicos, políticos, sociales e internacionales de la mano de Rodrigo Pardo, María Elvira Samper y algunos ex directores de la Revista Cambio.

RCN también cuenta con dos importantes secciones que son el claro ejemplo de los géneros de opinión en radio. La “Editorial de Gossain” que es un espacio corto dentro de la programación en la que este periodista hace una editorial de manera hablada; RCN tiene otro espacio para la opinión con el trabajo de Rodrigo Pardo que, a tipo de columna o de artículo, desarrolla una tesis de manera hablada:

Además de la posibilidad de la radio de permitirnos escuchar las opiniones de otros, los micrófonos de la mayoría de estas emisoras también permiten que el ciudadano se exprese, comente su opinión y participe activamente del contenido de los programas.

Dentro de este tipo de programas podemos reconocer “Nocturna RCN” un programa que acompaña a los oyentes en la madrugada con temas de interés general en el que los oyentes participan y dan su punto de vista sobre el mismo. Además, este programa cuenta con otro género implícito que es el reportaje y que se realiza a través de una de las móviles de RCN que recorre la ciudad en busca de historias impactantes.

TODELAR también ofrece este tipo de espacios con “Habitanentes de la noche” en el que el conductor realiza un programa cultural con temas de científica, literatura, música y el arte en general para que la los escuchas participen a través de llamadas.
5. LA RADIO DIGITAL A INTERNET

“La convivencia de diferentes sistemas-analógico y digital y soportes de cable, terrestre, satélite requiere un esfuerzo de imaginación, creatividad y producción de contenidos de alta calidad, variados y atractivos para reclamar la atención de los oyentes (...) nada debe darse por cerrado. Se abre un mundo lleno de posibilidades cuyo desarrollo depende del ingenio para conseguir resultados eficaces y que respondan a necesidades humanas y sociales”

Si bien en el pasado primero fue la radio y luego la televisión, ahora la televisión fue digital y abrió la posibilidad a la radio para ser igual. La digitalización es un proceso tecnológico que cambió la transmisión de sonidos, imágenes, y datos de un sistema binario a un sistema de dígitos a través de nuevos soportes; proceso que indiscutiblemente implica un cambio en la recepción y la recepción: “La revolución tecnológica que ha experimentado la radio en los últimos años representa no sólo un desafío desde el punto de vista de la producción, también lo es desde el punto de vista de la transmisión y las formas de recepción. Sin embargo, el éxito que ha logrado la convivencia de varios sistemas en la radio actual, confirman que ésta sigue siendo tan apasionante como antes”

Este nuevo sistema de radiodifusión de sonido o Digital Audio Broadcasting (DAB) o Eureka, nació en algunos países de Asia, Norteamérica y Europa a finales de los 80 como un proyecto para reemplazar y modernizar la onda corta AM y FM. Para el año 1999 empezaron las primeras pruebas de este sistema en algunos países de los 19 consorcios que adoptaron esta nueva tecnología. Sin embargo, algunos problemas con los receptores y las bandas aplazaron el desarrollo hasta el año 2002 en el que empezaron a desplazarse los receptores analógicos por los digitales en países como Inglaterra.

Las ventajas del DAB son muchas porque, además de permitir diversa variedad de información (texto, multimedia, mapas, imágenes y Letras de Canciones, etc), la señal tiene amplia cobertura y es de muy buena calidad, sin interferencias o

---

distorsiones. Hay un evidente aprovechamiento y economía del espectro radiofónico pues en una misma frecuencia se agrupan varias estaciones radiales (multiplex) que no son necesarias de re sintonizar como la radio actual en AM o FM.

El HD o conocido anteriormente como (IBOC) in- band –on- channel concebido a finales de los noventa por diversos grupos estadounidenses de radiodifusión es un sistema de radio que hace uso del AM y FM, es decir, analógica y digital paralelamente y además el uso de mensajes de texto e imágenes. Según Juan Carlos Valencia79 “La disminución del interés del público por la radio AM y por la onda corta en casi todos los países del mundo, con excepción de los africanos, impulsó la idea inicial de crear un sistema de transmisión digital alternativo para esas bandas, que complementara el estándar DAB, diseñado para operar en frecuencias superiores (FM, VHF,L).

Clear Channel Radio y CBS Radio fueron los primeros en trasmitir música complementaria y programas por canales digitales secundarios en Estados Unidos; a pesar del gran auge de la radio en internet, los grandes ejecutivos de esta industria, entre ellos Joel Hollander, aseguran que tendrán la batalla ganada contra el internet en los próximos tres y ocho años: “La industria de la radio está en pleno vigor. Si tenemos más opciones y más programación, creceremos más rápidamente”80. Sin embargo, es un largo transcurso de tiempo mientras pasa esto, teniendo en cuenta que una actualización de HDF (High definition radio) cuesta alrededor de 100mil dólares por estación, sin tener en cuenta que el costo de una radio HD para el hogar oscila en la actualidad entre los 450 y 500 dólares: “la convergencia tecnológica y multimedia sobre la radio digital implica necesariamente considerar la complejidad de las formas, los efectos y los impactos tecnológicos, económicos, sociales y culturales –a la vez que en el oficio periodístico-, lo que implicaría reconocer riesgos y oportunidades.”81

5.1 EL DIGITAL RADIO MONDIALE (DRM)

---


Este otro modelo desarrollado por el mismo consorcio de países del DAB surge a mediados de los años noventa con el propósito de competir frente al HD de Estados Unidos, para muchos, el DRM podría convertirse en el estándar de emisión digital que desplazaría el sistema análogo en cualquier parte del mundo.

Para el caso latinoamericano, la nueva tecnología digital no es un fenómeno aislado, se sabe que muchas de las grandes compañías radiales ya están pensando a futuro la adaptación de la radio digital. La digitalización es un proceso que aunque empieza a caminar, para muchos tomará tiempo si se tiene en cuenta de que es un proceso tecnológico, social, político y cultural.

Como en el caso de África ¿cuántos otros países aun no tienen las condiciones necesarias para adquirir este tipo de tecnologías? Es acertada la afirmación de la Asociación Mundial de Radios comunitarias: “Los retos que plantea la convergencia de medios y la digitalización de los soportes analógicos deben enfrentarse en un entorno de adaptabilidad tecnológica y regulatoria, transparencia y equidad”\(^{82}\).

Y así como en un tiempo, pensar en la televisión para unos pocos sería casi irresponsible pensar que las condiciones de pobreza en la mayoría de países obstaculizarán la llegada de la radio digital porque es un suceso que ya sucede, incluso en Colombia, la RTVC ha empezado a agilizar el paso digital de emisoras como la radio difusora Nacional y Radiónica. La importancia de estar al tanto de los cambios no es solamente para ir a la par de las tecnologías y entenderlas, sino también de, a través de ellas, ver que se puede ofrecer, como se modificaran las formas, los lenguajes, funciones y contenidos entre el usuario y el que hace la radio: “la radio perdurara no por la mejora técnica sino por el aprovechamiento de la técnica para optimizar sus programaciones y sus contenidos. Es decir, por establecer una conexión con la audiencia mediante productos que la atraigan o que la repelan, alguien que tenga algo que decirle y emocionarle y ella que quiera buscar algo que le interese y emocione y que lo encuentre”\(^{83}\).

El pensar en la radio digital debe ser una de las más grandes preocupaciones para quien se abalance hacia el quehacer radiofónico pues el reto es hacer radio e integrar al tiempo otros elementos como la imagen, los mapas, datos y la escritura: “El sistema DAB incrementa el número de canales y ello conduce a un mayor desarrollo de la especialización por temas según los segmentos de públicos. Entre los servicios que aporta sobresalen los servicios simultáneos a la programación con datos, información gráfica o planos de ciudades con indicaciones sobre carreteras, tráfico meteorología. Incluso competirá con la...

---

\(^{82}\) Principios para un Marco Regulatorio Democrático sobre Radio y TV Comunitaria, Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), 3 de mayo, 2008.

telefonía móvil y el cable. Tiende la radio digital a erigirse en un multimedia que integre sonido, escritura e imagen”. (Cebrián herreros 2001, 50).

Lo anterior conduce a la proliferación de la radio por Internet; suceso que presenta una gran paradoja frente a quienes dicen que la radio nunca pasará la brecha digital y la web. Lo curioso es que muchas de las emisoras que sintonizamos en el dial ya están disponibles en la red. Ahora desde cualquier lugar del mundo solo necesitamos un “clic” para sintonizar los contenidos y programación de cualquier emisora.

“Internet ha sido y será siempre una parte de la comunidad de los investigadores, pero…está convirtiéndose en la base de la comunicación mundial en todos los sectores”84 Desde que en 1994 la Internet empezó a proliferarse por todo el mundo, hemos sido testigos del cambio en nuestras formas de comunicarnos. Ahora hemos dejado de lado las reuniones, las citas, las bibliotecas, las llamadas, los discos, las cartas para encontrarnos en MSN, Facebook, Twitter, Myspace, para consultar los libros en bibliotecas virtuales, para comunicarnos por Skype, enviarnos emails y descargar nuestra música favorita.

Nuestras formas de información también variaron, con la posibilidad de leer la prensa desde la pantalla del ordenador o incluso ver televisión en vivo: “De momento hablamos de radio por Internet o de periódico por Internet, pero no son denominaciones exactas, lo mismo que tampoco fueron correctas las de periódico por radio (‘diario hablado’) o periódico por televisión (‘telediario’). Por estos errores iniciales de concepción, la radio tardó en desarrollar con autonomía la información. De hecho todavía quedan resistencias en determinados profesionales y docentes que persisten en ‘redactar’ para radio y para televisión. No podemos incurrir en lo mismo a la hora de abordar Internet”85

5.2 LA RADIO EN INTERNET

La radio en Internet es definitivamente más que radio; internet ha facilitado que el sonido radial tal y como lo escuchamos en cualquier onda media o frecuencia modulada vaya de la mano con una cantidad de elementos tales como imágenes, textos y mapas; y no es casualidad que ya en la mayoría de países del mundo casi todas las emisoras ofrezcan su programación a través de internet a través de software como real audio o Windows Media Player.

Algunos sitios web como por ejemplo Radio Locator86 o Interword ofrecen una lista de radioemisoras que están en internet, son 2500 señales de audio diferentes

84 LAQUEY, Tracy y RYER, Jeanne. The internet companion, a beginner’s guided to global networking, Addison-Wesley, reading, 1993. p. 9.
86 www.radio-locator.com
y procedentes de cualquier parte del mundo, estamos de frente a una verdadera aldea global de radiodifusión.

5.2.1 La configuración de una nueva radio desde el “podcasting”

El Podcast, en alusión a “publico on Demand” y al “broadcast” hace referencia a un archivo MP3 o OGG el cual está hecho para ser colgado en la red y que tiene la posibilidad de ser descargado y reproducido desde cualquier lugar del mundo. El podcast son esos archivos que muchas emisoras, tras haberlos emitido, cuelgan en internet, según Alejandro Castellón: es un formato similar al que ofrece cualquier emisora y que pone al alcance de cualquier oyente el poder comunicarse de un modo más eficiente con las emisoras. “Estoy 100 por ciento positivo que el podcasting verdaderamente tendrá una influencia importante en la radio tradicional tal como la conocemos actualmente”87.

Desde la visión de Robin Good, el auge de los podcasting puede resultar una ventaja para la radio que podría llegar a retroalimentarse de esto para modificar su contenido, la participación e interacción de y con las audiencias, la calidad del audio, en fin, un sin número de posibilidades que posiblemente podrán orientar nuevas dimensiones para este medio: “Mantener las fortalezas que caracterizan a la radio y combinarlas y ampliarlas con el poder de la tecnología de nuevos medios es la estrategia”88.

Para el caso latinoamericano y específicamente Colombiano hay que tener en cuenta que muchas de las primeras emisoras y proyectos por internet fueron orientados en primera estancia por universidades. En Latinoamerica el primero de marzo de 1996 la Agencia Informativa púlsar y el Centro de Educación Popular de Ecuador ofrecieron, a través de la Internet, un resumen diario de noticias a diversas radios comunitarias en toda América Latina, este proyecto que aún existe en 46 países de la región.

En Colombia la primera emisora universitaria fue Radio Altairs en el año 2000 en Medellín, emisora que se ha convertido en un claro ejemplo de las oportunidades de la radio por internet con más de tres mil productos en audio, video, texto y animación. Otra de las primeras iniciativas en radio por internet fue en el 2002 con la emisora “El expreso del rock” de la mano de Andrés Durán y Radio Subterranica en el 2005 una estación online con presencia en Colombia, El salvador y el sur de California.

88 Ibid., p. 3
Desde el año 2004 nacen también Vallenato.com emisora dedicada a la música de la costa Caribe, Dyna-radio.com en el 2005 y la Súper Estación, emisora análoga se traslada exclusivamente a la web. La HJCK, en el mismo año, deja su frecuencia análoga 89.9 FM y se traslada a la red.

A pesar de la popularización de la radio por Internet, aún existen condiciones dentro de la población Colombiana que obstaculizan el acceso de toda la sociedad a estos avances. La llamada “Brecha digital”, que hace referencia a aquellas diferencias socioeconómicas entre las comunidades con acceso a Internet y las que no, al uso de las TIC y a los diferentes niveles de alfabetización, se trata de combatir.

La implementación de programas como “Computadores para Educar” en el que el gobierno y las diversas empresas privadas reciclan, ensamblan y ponen al servicio de los centros educativos computadores y un acompañamiento educativo facilitan cada día a más personas acceder a las nuevas tecnologías. Daniel Medina Velandia, ministro de las tecnologías de la información y las comunicaciones, afirma “La revolución de internet es impresionante y me sorprende ver casi toda la gente de que saben usar el computador, en las zonas más alejadas de Colombia la gente ya sabe. La lucha contra el analfabetismo digital es una prioridad para el futuro, porque cualquier persona, niño, joven, adulto que no maneje estas tecnologías que no sepa que es un computador el internet, no va a poder ni siquiera trabajar en la sociedad de la información, eso prácticamente ya lo estamos viendo hoy en día. Estamos llegando a la mitad de la población con acceso a internet.

En el 2006 la reforma tributaria del 29 de diciembre apunta a este objetivo aboliendo el impuesto a las ventas a los computadores; según Daniel Velandia: “Hoy en día con más de 91% de la población con celulares, con 22 millones accediendo internet, la situación es muy diferente, en el 2002 la cobertura de computadores era de menos de 1% vamos a terminar este gobierno con casi el 16% con penetración de computadores”.

Todas las políticas del gobierno colombiano con respecto a las “TICs” están en el documento “Visión Colombia 2019” en el que se enfatiza en la importancia de acercar las TIC a la población a través de garantizar el acceso universal, reducir la brecha de apropiación de TICs entre las diferentes regiones del país, y desarrollar departamentos y municipios digitales. Sin embargo, las políticas colombianas solo tienen en cuenta a las empresas que prestan el servicio de Internet y no a quienes utilizan el canal para otros servicios como la Radio.
5.3 LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS DE LA RADIO EN INTERNET

“Internet modifica las maneras con que se informan las personas. Los usuarios pasan a tener un poder que antes no tenían tanto para recibir, buscar y contrastar como para incorporar información generada o conocida por ellos. Acceden a la red como un autoservicio. Esta visión modifica plenamente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio. O la radio busca la personalización de la información, la interactividad, el autoservicio o perderá capacidad de penetración en la nueva sociedad.”

La radiodifusión en Colombia ha sido uno de los servicios que más ha contribuido al desarrollo del país llevando a todos los hogares formación, información y entretenimiento. Gracias su cobertura y gratuidad. La radio se masificó y permitió que día a día la población se acercara a ella y a sus contenidos. Si bien en un principio la radio se acercaba a las noticias imitando los medios impresos, posteriormente empezó a descubrir su potencialidad y magia a través de nuevos y diferentes formatos y programas que lograron consolidarla como el medio de preferencia de los colombianos.

Con la llegada de la televisión la radio empezó a ser desplazada por algunos sectores de la población y empezaron a desaparecer todos estos formatos y géneros pues tanto los realizadores como el público los consideraron de la televisión, las radionovelas ya no eran una opción frente a las telenovelas y series en T.V.

Han transcurrido casi cien años desde que la radio hizo su primera aparición; hemos sido testigos de las diversas transformaciones experimentadas por este medio de comunicación que en un principio emitía sencillos programas musicales, charlas, monólogos o lecturas de noticias. Los gustos fueron variando, la demanda fue dando paso a nuevas formas radiales relacionadas con el espectáculo, las radionovelas, los conciertos y concursos que cambiaron la participación radio-público. Si en un principio la radio era producida en estudio con música grabada o en vivo, gracias a micrófonos, consolas y grabadores, con la llegada de la telefonía móvil, la radio dejó su reclusión en cabinas para salir a la calle a reportar, a cubrir la noticia y los eventos.

La llegada de la informática e internet en los 90’s cambió por completo las formas de grabación, edición, producción y automatización de la radio; las nuevas comunicaciones vía satélite permitieron el paso de emisoras locales a grandes

---

cadenas de emisoras para quienes la distancia de la noticia o el hecho no era problema gracias a las agencias de noticias y la inmediatez de la información. De la misma manera, la telefonía móvil e internet han afianzado la participación e integración de los oyentes por medio de comentarios, participaciones o llamadas en vivo, la famosa “interactividad”.

La llegada de la “Era digital” con sistemas como el DAB (Digital Audio Broadcasting o Difusión de Audio Digital) prometen mejorar en muchos aspectos la radio como la conocemos hoy en día, no solo en cuanto a la calidad del sonido, sino también en el aprovechamiento del espectro electromagnético y en la entrega otro tipo de herramientas que pueden soportar, en cierta medida el contenido sonoro de los programas radiales que se trasmitan.

El verdadero problema que obstaculiza el pasado a la radio digital está principalmente en los elevados costos de los receptores y la falta de una coordinación internacional y políticas que garanticen igualdad; mientras tanto es muy difícil que todos los ciudadanos del mundo tengan posibilidad de acceder y producir esta nueva radio “La convergencia tecnológica y multimedial sobre la radio digital implica necesariamente considerar la complejidad de las formas, los efectos y los impactos tecnológicos, económicos, sociales y culturales –a la vez que en el oficio periodístico-, lo que implicaría reconocer riesgos y oportunidades.”

Como lo afirma Cebrian Herreros, no podemos hablar de la radio en un sentido singular ya que en la actualidad tanto de manera analógica como digital encontramos muchas radios: la de ondas hertzianas, la de satélite, móvil, en internet, etc. Por el momento, mientras el avance hacia la tecnología digital no asuma y abarque las deficiencias económicas, sociales y culturales, el camino a recorrer es todavía bastante largo para llegar a la completa digitalización de la radiodifusión.

Por ahora estamos frente a la convergencia multimedia, es decir, el paso de todos los medios de comunicación (radio, prensa, televisión) a la web; según Ramón Salaverría: “Internet es un metamedio que aglutina el audio, el texto y las imágenes. Internet tiene la inmediatez de la radio, la profundidad de contenidos del periódico y el impacto de la imagen televisiva”. Internet es el presente, no el futuro o como diría José Zepeda “Internet es como Dios, se le adora, no se puede ver, está en todas partes al mismo tiempo, tiene solución para casi todo”.

91 ZEPEDA, José. Chileno, periodista, productor radial, profesor universitario. Actual Vicepresidente de la Red Latinoamericana de Radios para una Cultura de Paz (Radipaz) y Director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland, Holanda.
Para Jon Murelaga Ibarra Internet se trata, no cabe la menor duda, del mayor invento de los últimos 50 años, con perdón de las demás creaciones, y del mayor invento por capacidad aglutinadora y perspectiva de crecimiento de la historia.\footnote{MURELGA I, Jon. El trabajo del periodista de radio. En: Revista latinoamericana de comunicación. Chasqui.} Ramón Salaverria complementa esta afirmación diciendo: “Hasta la llegada de Internet, no existía ninguna plataforma que permitiera difundir mensajes informativos en los que se combinaran códigos textuales y audiovisuales, y con los que, además, el usuario pudiera interactuar. La revolución digital ha abierto en este sentido nuevos horizontes a la expresión periodística: ha planteado el reto de crear una nueva retórica periodística multimedia”.

Una visión un poco magnífica en cuanto a la capacidad de Internet es la que hace Bermués al afirmar que “Actualmente internet es información; se está convirtiendo en la biblioteca de Alejandría de nuestros días con una ventaja, podemos ver videos, audio, contenidos y opiniones, es decir todo el saber de la humanidad en unos años va a estar en internet”. Opuesta a esta visión, hay periodistas más pesimistas como Jeff Jarvis, del diario británico “The Guardian” quien afirma que “En internet hay mucha basura y la gente, en su mayoría, busca basura”. Lo cierto es que Internet ofrece de todo dependiendo de los gustos y quiérase o no ha modificado los medios de comunicación y en sí los procesos de la misma, los roles entre los usuarios y los emisores.

Para Fermin Bocos\footnote{Periodista español, director de Radio exterior de España.} “La radio es nada menos que un medio de comunicación universal y por lo mismo un instrumento poderoso, incitador, incluso en un medio capaz de informar, formar o educar y también porque no decirlo de deformar la realidad y sus casi siempre pluras verdades”. Entonces la reflexión, a partir de esta valoración de Bocos ¿Estamos informando? ¿Formando? ¿Educando? Apoyo significativamente la visión de José María Vázquez “la última palabra la tiene los contenidos” cuya batalla será vital. De nada sirve un nuevo medio vacío, por lo que es necesario crear un proyecto de contenidos y formatos que tenga en cuenta los requerimientos y posibilidades de las nuevas tecnologías”.\footnote{VÁZQUEZ, José María. El reto de la radio digital. 142. En: Revista TELOS. Pág. 143.}

Sumado a esto, en lo corrido del año 2010 Internet da sus primeros pasos para estar en todos los vehículos; en la Feria Internacional de Electrónica de Consumo (CES), las compañías Blaupunkt y miRoamer mostraron su último producto: la primera radio por Internet para carros del mundo. Gracias a ella, cualquier conductor puede acceder a miles de radioemisoras de la Red con sólo dar a un botón. Según declaraciones de George Parthimos, jefe ejecutivo de miRoamer, aparecidas en la revista Physorg.com, “esta radio por Internet, bautizada como
Blaupunkt 600i, sería la primera fabricada para llevar la radio de Internet al coche. El dispositivo, bautizado como la Blaupunkt 600i, cuenta con cualquiera de las otras funciones de las radios tradicionales: AM o FM, reproductor de CD, MP3, etc”.

La radio por lo tanto ya sea bajo un soporte análogo o digital, no debe, de ninguna manera, dejar de lado su capacidad informativa, recreativa, educativa y cultural. El análisis de los géneros radiofónicos realizado en cuanto a la elaboración de productos comunicativos en las diversas radios nos apunta a pensar que realmente se han abandonado infinidad de elementos comunicativos que son de suma importancia para la sociedad. La oportunidad de la radio ha perdido el horizonte para limitarse a una competencia entre grandes cadenas por el Rating y la “chiva”: Vale la pena continuar promoviendo una radiodifusión que no se preocupe tan sólo por obtener los mayores índices de audiencia, sino por producir contenidos críticos, representativos de intereses genuinamente sociales y comprometidos.95

Si la radio alguna vez contó con el elemento sorpresa que lograba cautivar a las audiencias, ahora se ve limitada a convertirse en una mera trasposición del contenido análogo a la red; María José Cantalapiedra, expresa: “Ahora nos enfrentamos a la transposición de los géneros periodísticos a la red, donde a partir de la herencia recibida de los medios anteriores se propone una nueva manera de contar lo que ocurre”96.

El análisis realizado en este trabajo indica que en verdad esas grandes cadenas de radio, las más escuchadas en Colombia, ofrecen a sus oyentes productos de su emisión análoga y que responden a la inmediatez de la información y a lo que, según ellos, los oyentes quieren escuchar.

Los géneros, como formas de elaborar, explicar o contar lo que ocurre no pueden dejarse en el baúl del recuerdo de la actividad periodística porque en sí mismos son periodismo, en palabras de Martínez Albertos: “La importancia de los géneros para la práctica periodística ha sido paralela a la consolidación misma de la profesión. Cuando se afirma que la desaparición de los géneros “significaría la desaparición misma de la profesión periodística y el ocaso del periodismo como actividad humana”.

La oferta de géneros y contenidos en cuanto a la radio en Internet tampoco se salva; si bien en emisoras universitarias se explotan los géneros radiales, la mayoría de Radio web solo incluye en su programación elementos noticiosos o de

95 HAYE, Ricardo M. Otro siglo de radio noticias de un medio cautivante. La crujía ediciones. 2003, p. 15.
opinión dejando de lado otros géneros. Avanzamos en técnica pero ¿y el contenido? Según Cebrián Herreros: “En definitiva si definimos a los géneros como estrategias de nuestro discurso, este confinamiento voluntario está denunciando una palabra pobre en arte, habilidad y destreza (...). La radio, por más tecnificada que se encuentre, si no aporta algo de interés quedará en artilugio técnico muy sofisticado pero sin gancho para la audiencia”

César Augusto Charry, de Radio Global afirma: “Los géneros periodísticos en radio, no tienen que ser iguales, es más deberían ser diferentes. Si el medio es el mensaje, entonces el medio en internet hace modificar el mensaje y debería obligar a cambiar los formatos. Considero un error repetir los mismos formatos que se encuentran en las estaciones abiertas”.

La radio en Internet se presenta como una buena oportunidad de avanzar como medio de comunicación y como periodistas radiales. De forma análoga o digital, la radio cuenta con una cantidad de elementos que, como afirma Geller “Posibilitan numerosas combinaciones de cara a obtener productos creativos. Estos elementos son, básicamente, el lenguaje, los géneros y los estilos de presentación radiofónica. Por tanto, un formato novedoso buscará emplear los distintos componentes del lenguaje radiofónico y disponerlos de forma original, estructurar los mensajes a través de la combinación de distintos géneros y encontrar nuevas formas y estilos de presentación”.

El sonido, como punto de partida para la radio, es el más fino instrumento que debe llevar la batuta para la elaboración de cualquier contenido o género radial; contamos con la voz, los efectos, las entrevistas, la música y el silencio que, de la mano a la creatividad, pueden generar productos radiofónicos llamativos e interesantes: “Aún así, creo que hay que intentar volver a recuperar la creatividad, porque si ponemos la radio ahora mismo, ¿en cuántas emisoras se utiliza un efecto especial para una entrevista, para un reportaje? Probablemente en pocas. Si los cuatro elementos radiofónicos son la música, la palabra, el silencio y los efectos especiales, yo podría decir que grandes comunicadores de este país, únicamente utilizan dos: la música y la palabra. Y los otros dos quedan olvidados. Yo soy de los que piensa que en radio no está todo inventado. Se pueden hacer variantes y podemos sorprender”.

En internet encontramos una cantidad innumerable de herramientas, pero sin duda es el ingenio y la capacidad comunicativa la que debe liderar el quehacer radiofónico. Otro factor, es considerar que para hacer radio no se necesita una

gran voz como la de los grandes locutores análogos, simplemente tener en cuenta elementos como la entonación, el acento y el ritmo.

Los nuevos géneros radiofónicos para Internet no deben dejar de lado la importancia de concebirlos como formas de construcción social de la realidad, formas de enseñanza y aprendizaje alternativos.

Hablamos de una radio que trasciende el sonido, que puede tomar recursos textuales y visuales para construirse y mejorar, sin dejar de lado su fortaleza sonora. La radio, a demás de retomar los géneros periodísticos y proyectarlos al internet, debe escavar en sus más remotas producciones como los programas concursó, las radio novelas, etc.: “¿A quién no le gusta que le cuenten una historia amena, con buenas voces y arropada por una música apropiada y unos efectos especiales adecuados? Pues eso es el radioteatro […]. Los años han pasado, y sigo creyendo que el programa que falta en todas las emisoras es el radioteatro. No duden que se convertiría en el programa estrella”.  

Las emisoras, empezando a transitar la autopista de la información, deben preocuparse por elaborar contenidos despegándose de la famosa competencia de rating; según Héctor Rincón, periodista de Caracol Radio, este medio de comunicación “Ha depuesto su majestad y su nivel de competencia frente a otros medios. Por eso, hay que buscar una radio que dispute privilegios a cualquier hora de la programación y en cualquier género periodístico”.

Manuel Castells complementa afirmando que los medios en general “deben meterse en esta honda con responsabilidad periodística y sin temor a evolucionar, con mayor atención al contenido y al consumidor de la información. Los modelos de negocio tienden, deben transformarse y los periodistas y generadores de contenidos deben esforzarse en saber comunicar tanto en sus tradicionales plataformas como en las que ahora tenemos al alcance.(…) que tengan capacidad de pensar sus contenidos hipermedialmente, para que no tengan que doblar y triplicar esfuerzos diariamente a la hora de suministrar información en plataformas tradicionales y digitales, para que tengan la suficiencia para interactuar con lectores, oyentes, televidentes y navegantes consumidores de la información que generan”.

Para Haye, la radio en Internet debe tener en cuenta tres propósitos fundamentales: Una radio comprometida con la producción artística, unas palabras comprometidas con idénticos propósitos, una radio dispuesta a fomentar la palabra.

100 PALMEROLA, Ricardo, En: BALSEBRE, Armand y SERVICIOS DOCUMENTALES DE LA CADENA SER (1999). En el aire. 75 años de radio en España. Madrid: Promotora General de Revistas,
Otros aspecto importante para tener en cuenta, son los constantes avances en la producción de sonido; El DHS (Dimensional Holofonic Sound) es un claro ejemplo de uno de los rumbos que la radio tradicional podría tomar. El jugar con los sentidos y la percepción de las personas, puede ser una de las opciones que, con todo lo demás, harían renacer en cierta forma la manera de percibir, sentir y hacer radio. Internet es la nueva autopista de comunicación donde transitan un sin número de símbolos, lenguajes, mensajes y de nuevos géneros periodísticos.

Para muchos autores y productores radiales la radio pierde la batalla frente a los reproductores y las listas de programación musical; sobre esto Calixto Rodríguez afirma que “Para nadie es un secreto que los adolescentes y jóvenes, incluso niños, que han crecido frente a una computadora y que llevan como “parte integrante” de su cuerpo un reproductor MP3 o MP4, preferirán confeccionar su propia lista musical a sintonizar una emisora tradicional. No creo que sea una batalla perdida, lo que hace falta es prepararse para ganarla o por lo menos no ceder más terreno, para ello, además de tecnología, es necesario investigar a fondo el problema y sobre todo derroche de talento y creatividad”. Pero para lograrlo se requiere de una elevada preparación del personal creativo, si nos limitamos, por facilismo o por incapacidad, a presentar un listado de números musicales, donde, en el mejor de los casos, sólo se da el nombre de la canción, el intérprete y, si acaso, el autor, estamos perdiendo tiempo, dinero y lo peor: audiencia.

Si bien es cierto que la radio hace mucho tiempo pasó a ser la, llamada por López “hermana envidiosa de la televisión”, el nuevo reto de la radio en Internet no debe darse por vencida o desplazada por la imagen pues la palabra siempre ha sido y será de vital importancia para la humanidad, así lo afirma Roland Barthes “el grano de la voz era la materialidad del cuerpo (...) la nuestra es una civilización de la palabra; a pesar de la invasión de las imágenes”.

Sumado a lo anterior Gabriel García Márquez afirma: “No es cierto que la imagen esté desplazándolas ni que pueda extinguirlas. Al contrario, está potenciándolas: nunca hubo en el mundo tantas palabras con tanto alcance, autoridad y albedrío como en la inmensa Babel de la vida actual. Palabras inventadas, maltratadas o sacralizadas por la prensa, por los libros desechables, por los carteles de publicidad; habladas y cantadas por la radio, la televisión, el cine, el teléfono, los altavoces públicos; gritadas a brocha gorda en las paredes de la calle o susurradas al oído en las penumbras del amor. No: el gran derrotado es el silencio. Las cosas tienen ahora tantos nombres en tantas lenguas que ya no es fácil saber cómo se llaman en ninguna. Los idiomas se dispersan sueltos de madrina, se mezclan y confunden, disparados hacia el destino ineluctable de un lenguaje global.
Los nuevos géneros periodísticos para radio en Internet deben tener en cuenta la visión estética de la radio y el potencial de este medio de comunicación para producir obras de arte, artefactos incorpóreos y fugaces que resultan del ensamble armonioso de sus componentes discursivos. El arte se manifiesta cuando los textos sonoros amalgaman materiales amasados con la especificidad de lo estético y cuando se obtienen mensajes expresivos a partir de atributos como la multisensorialidad, sinestesia, registro de los relieves, principio de visibilidad, criterio cinemático y verosimilitud. Entonces, también la radio despliega la actividad central del arte que consiste en expresar emociones.

Siendo así, la radio no puede olvidar el contenido y su capacidad emotiva en los oyentes, sus diversas condiciones que le facilitan jugar con las emociones y conmover al oyente por medio del contenido emitido.

En Argentina existe un portal llamado “Narrativa radial”, esta es una plataforma integrada por personas que buscan estimular la creación, producción y difusión de la narrativa en la radio. Esta propuesta es importante pues se rescatan un sin número de formas narrativas radiales interesantes, entre ellas la ficción, el cuento, el poema sonoro, el radio teatro, el ensayo sonoro, el periodismo narrativo, el monólogo, el informe radioteatralizado, entre otros.

Estas muestras sonoras en los archivos que fácilmente pueden escucharse, son ideas innovadoras que retoman nuevas formas de comunicar y de hacer uso de géneros que están olvidados. Sobre esto afirma Ricardo Haye: “Paisajes sonoros, collages, poesía sonora son algunas de las formas en que se expresa el radio-arte en emisoras europeas y latinoamericanas. Su aporte enriquece nuestro repertorio acústico, estimula el pensamiento crítico, desarrolla nuestra capacidad de abstracción y afina nuestra sensibilidad”.

Internet ofrece a las emisoras y a sus oyentes la posibilidad de romper las barreras del tiempo y del espacio a través de un tipo de “radio a la carta” que permite al usuario escuchar el programa que desee en el momento que quiera.

De las cartas del oyente y las llamadas, la radio por internet ofrece la interactividad del oyente a través de los correos electrónicos instantáneos, los foros, los chats, las listas de distribución y las encuestas; estos recursos permiten que el oyente de su opinión sobre los temas, la programación, la producción y decida que le interesa encontrar en la emisora.

Al respecto afirmó Alejandro Piscitelli: “La tecnología no es un elemento externo al individuo. No constituye sólo una herramienta, sino que pasa a transformar los


\[102\] http://www.narrativaradial.com
modos de acceso al conocimiento, las formas de percepción, la participación del sujeto, la creación. Estas nuevas tecnologías suponen además un tipo de interactividad en la medida en que el individuo adquiere un poder y una intervención frente a ellas.‖

Se debe tener en cuenta que para hacer radio por Internet existen dos formas: la primera de ellas consiste a través de archivos pregrabados que son subidos a un servidor y que están disponibles para que el usuario los escuche y descargue; se tiene el *podcasting*, el cual permite al internauta suscribirse a los programas radiofónicos y saber cuándo se ha actualizado la página de la emisora con nuevos archivos de audio que puede descargar a su ordenador o MP3.

La otra forma de hacer radio es conocida como "Streaming" el flujo de audio continuo el cual se puede hacer de dos maneras: emitiendo en directo o en exclusivara para internet (Web Cast) donde se crean contenidos emitidos solo para Internet o cuando se emiten contenidos con diferentes opciones de escucha AM, FM o Internet (Simulcast).

La radio en Internet en Colombia surgió hace aproximadamente diez años cuando varias estaciones de radio, entre ellas Caracol, RCN, Radio Santa fe, Todelar y Cadena Súper, decidieron llevar su señal a internet para que la audiencia los escuchara a través del computador: "Primero se hizo por tener presencia y mejorar la imagen. Sin embargo, después nos dimos cuenta de que ese es el futuro y debíamos estar ahí", comenta Gerardo Sanabria, director de Internet de Caracol.

Para Blanca Bernal, vicepresidente de Radio Santa Fe "la gente en esa época no estaba acostumbrada a escuchar por Internet, pues no creía en el tema y era una tecnología nueva a la que muy pocas personas tenían acceso". Agrega que, en ese entonces, “Antes que una ganancia era un gasto, pero no desistimos pues creo que el futuro está en Internet".

Las emisoras de radio que han llevado su señal a Internet son solo una parte del contenido de audio que se encuentra en la Red. Diversas empresas como Last.fm (www.lastfm.com), Live365.com (www.live365.com), Pandora (www.pandora.com), CBS (www.cbsradio.com) y Yahoo (music.yahoo.com) cuentan con cientos de emisoras de información y otras dedicadas a géneros musicales especializados.

Este es, según varios expertos, uno de los objetivos de la radio en Internet. En declaraciones al periódico español El Mundo, Alejandro Martínez, director de Internet y Contenidos Multimedia de Radio Televisión Española (RTVE), afirmó que "el futuro tiende a la diferenciación en función de contenidos: texto, video y audio. Esa será la nueva división de los medios e Internet reúne las condiciones

para darlos todos”. La idea es que cada persona elija lo que desea escuchar, accediendo solo al contenido que le gusta.

Gerardo Sanabria, de Caracol, añade que lo que se está viendo es un auge importante del contenido multimedia en la Red, y el audio es un fuerte jugador. "en un tiempo veremos usuarios que programan lo que quieren y comparten su música con otras personas”.

Cuando hablamos de los géneros en la radio por internet o Digital debemos tener claro que muchas de las emisoras análogas son retransmitidas a través de Internet. Si fuéramos a investigar qué emisoras ahora hacen uso de la internet para emitir sus contenidos, nos daríamos cuenta que casi todas utilizan la web y han creados sus propias páginas a través de las cuales le dan a sus visitantes de escuchar la señal en vivo y además otra cantidad de recursos.

La mayoría de emisoras ofrecen: **Chat:** para que los oyentes participen, hablen entre sí e interactúen; **Textos:** datos, estadísticas, artículos, noticias, encuestas, etc.; **Video:** algunas emisoras por internet ofrecen la opción a los oyentes de ver la trasmisión en directo de los programas o algún video relacionado con los temas. **Información:** relacionada con la emisora, quienes son, la misión, la historia, los periodistas, etc.

La radio por internet es un fenómeno incontrolable, existen muchas emisoras en internet en el mundo, Colombia no es la excepción; según la RRTIC (Red de Radio y Tv en Internet de Colombia), hasta el momento son más de 300 emisoras en el territorio nacional y en la red mundial de Internet; por supuesto, esta es una cifra relativa considerando que día a día aparecen y desaparecen emisoras en la Web. Para Cristian Aguiar, no todas son serias “Yo las podría clasificar como emisoras serias a aquellas organizaciones comerciales que tienen una infraestructura adecuada y que tienen una parrilla de contenidos hechos para la Internet. Eso sí, la gran mayoría están concentradas en la capital colombiana.

Entre las emisoras más destacadas podríamos mencionar AL AIRE WEB®, Jam Session, Polidigital, Movistar Radio (que desapareció a principios de este año), Altair, Dyna Radio, Bogotá WebRadio, La Estación del Parque, La Súperestación, Decibeles Music, Radio Unad Virtual, Musik Viva, Emitc La Salle.

El manejo de los géneros es un poco más sencillo desde la radio por internet, al ser claro que la mayoría de cadenas emiten el mismo contenido análogo para trasmitirlo en la web, contenido que es almacenado como archivos de audio para el oyente como lo afirma Cebrián Herreros: “Internet ofrece varios usos de programación radiofónica que van desde la emisión en directo hasta la edición de toda o de parte de la misma para ser almacenada en la propia emisora y quedar a disposición de los usuarios como para ser grabada del sitio web de los colaboradores de los programas. Contiene información sobre la emisora y su
programación, los servicios de correo electrónico o chat; informaciones paralelas a la trasmisión, trasmisión en tiempo real”. 104

Las nuevas emisoras netamente de internet son las que en verdad hay que analizar y preguntarse ¿se ofrece algo distinto? ¿Hay un uso adecuado de todas las herramientas? ¿Hay un cambio en los géneros? ¿Se está haciendo un buen manejo de la información? Es importante la valoración que hace Héctor Morantes, director general de la emisora Jam Session “Si usted va a montar una emisora online, hágalo si tiene una propuesta diferente o alternativa a la que las otras emisoras ofrecen, porque no tiene sentido pasar por Internet los mismos contenidos, utilizar las mismas formas, y estilos que las radios de FM/AM utilizan”.

Una de las emisoras a considerar es AL AIRE WEB105, emisora creada bajo la iniciativa y proyecto de grado de un estudiante de comunicación social y que se ha convertido en un exitoso ejemplo del alcance creativo a través de la radio por Internet. Su director y Fundador Cristian Aguiar afirma que la creó “Con el ánimo de desarrollar todas nuestra aptitudes radiales, y con el deseo de cambiar el concepto de radio vía Internet, estamos logrando hacer más accesible la radio a los estudiantes, colegios, universidades, disjockeys, músicos y Radioaficionados”.

AL AIRE WEB cuenta como todas las emisoras con un portal en Internet que en palabras de su creador Cristian Felipe Aguiar Guerrero: “Todos los productos radiales deben realizarse teniendo en cuenta y sujetándose al target o grupo objetivo sobre el cual trabaja la emisora. Todos los programas radiales de AL AIRE WEB® deben contener elementos de producción como cabezotes (1), promociones (4), cuñas (sujeto al departamento de publicidad), cortinas (1 por cada sección), separadores o swipers (4 para programas de ½ hora y 6 para programas de 1 hora), música (a gusto de los realizadores), efectos (a gusto de los realizadores), voces y locución (a gusto de los realizadores sujetos a un correcto manejo de lenguaje), ráfagas (a gusto de los realizadores), golpes musicales que generen impacto en el oyente (a gusto de los realizadores), todos estos que sean acordes a la propuesta sonora, objetivos, Target, necesidades y horarios de los programas”.

Entre la programación de esta emisora encontramos el género informativo y el de opinión. Entre los programas informativos como “Nocturna” un programa dedicado a las noticias de actualidad que incluye entrevistas a diversos invitados. “Dimissionis” otro espacio en el que se manejan otros géneros por ejemplo crónicas y reportajes; Cristian Aguiar afirma que este programa responde al significado de su nombre que en latín significa Expedición. Otro importante espacio para reportajes es “El sauna”, radio con experiencias reales, en el que se

---

105 www.alaireweb.com
toman personajes de la vida nacional e internacional para hacer análisis serios y no tan serios sobre la realidad de Colombia y el mundo.

La opinión también se trabaja en programas como “locos por el azul y rojo” espacio deportivo en el que tres estudiantes de comunicación invitan a hinchas de los equipos locales millonarios y Santafé para que comenten, hagan narraciones y chistes. “El camaleón” es otro espacio de opinión en el que todos los jóvenes tienen un espacio abierto para el debate y la opinión sobre temas de interés bajo el eslogan “transformando nuestra opinión.

Programas que en su mayoría se trabajan en esta y otras emisoras teniendo en cuenta la afirmación de Cebrian Herreros: “La radio ha empezado a adquirir mayor influencia en la opinión pública gracias a las tertulias, el género menos riguroso y menos periodístico, pero sumamente radiofónico.”

Los contenidos de Al AIRE WEB la han posicionado como una emisora líder en contenidos académicos y de entretenimiento: “ha construido armonía social, solidaridad entre la gente, reforzando valores entre las comunidades gracias a los espacios de reflexión, entretenimiento, diálogo e información sería, objetiva, imparcial, prepositiva y patriótica, gracias a la promoción de nuestros nuevos artistas”, aclara Ricardo Quintero, locutor y miembro fundador de de AL AIRE WEB®.

Otro interesante ejemplo de la radio en internet es la Súperstación, la evolución de la radio, la primera emisora que decidió dejar el dial 88.9 FM para emitir en la red www.superestacion.fm. La superestación cuenta con diversos canales especializados dedicados a diversos géneros musicales como el jazz, el vallenato, la música romántica, el gótspel, los 80`s y 90`s, la música reggae, el metal, entre otros.

Fernando Pava, gerente y fundador de la superestación: “Tenemos canales, que son como emisoras, para cada género musical, como el rock, la electrónica, el reggae, hip hop, el jazz y hasta el vallenato. En este momento son diez canales que cuentan con un formato digital de Audio Broadcasting, que nos dan calidad de CD en el sonido”.

El canal básico de la superestación cuenta con una programación diversa en la que se manejan diversos géneros; existe la noticia pero son noticias relacionadas a la música. El manejo de la noticia es diferente ya que existe una mesa de trabajo donde los locutores toman noticias importantes de música, entretenimiento y abren espacio para sus comentarios y los de sus oyentes a través del chat.

Diana Melo Espejo locutora y colaboradora de la superestación, afirma: La noticia y la entrevista son los géneros periodísticos más usuales. En algunos eventos que se salgan de lo común se usa una noticia con algunos tintes de crónica, pero eso
no es muy usual. Los perfiles se suelen hacer cuando una persona fallece, no en ningún otro caso. En cuanto al reportaje es el género menos usado, puesto que el contenido investigativo no tiene mucho campo a la hora de hablar de música.

“Una de las ventajas que nosotros más usamos es la WebCam. Cuando tú no sólo puedes escuchar, sino que también "ver" radio, la interactividad entre el locutor y el oyente se incrementa muchísimo. El escucha te siente más cercano, se siente más identificado, tiene más apego al locutor, pues no lo ve sólo como una voz, sino que conoce sus gestos, su modo de vestir, sus movimientos, etc, reafirma Diana Melo.

Acota, que otra ventaja es el chat, que generalmente tienen las emisoras por internet, porque la comunicación es completa, hay un intercambio de información oyente-locutor muy valiosa. Mi programa se llama La Clase de Español, y es muy interesante que la clase no sólo la doy yo, sino que la damos todos, pues la gente comparte sus conocimientos en el chat y nosotros los repetimos durante el programa.

Ferando Pava, complementa “Hay una oferta totalmente diferente. La gente que está acostumbrada a vivir pegada a la tecnología y que son quienes más usan la radio por internet, tienen un estilo de vida totalmente distinto al de las personas que oyen radio en su oficina o en su carro. Quien está todo el día en internet ha adoptado una velocidad equiparable a la de la red, necesitan la información ahora, concisa, inmediata... si algo no les gusta, no deben pararse de su silla o detener el carro para cambiar el dial, ellos sencillamente cierran la ventana y ponen otra emisora. Por eso la oferta en internet debe ser más ágil, más concisa, más entretenida... pues la competencia no son sólo otras 20 emisoras en FM y otras 20 en AM, sino miles de estaciones en internet.

La HJCK, la emisora de la inmensa minoría, presenta una programación netamente musical. Reportajes y noticieros musicales, de historia y cultura. La alianza entre la HJCK.com y Caracol Radio sacó adelante un proyecto de radionovela que en 22 capítulos recrea la vida del músico italiano Antonio Vivaldi y que fue premiada como el Mejor Programa Cultural. Guillermo Uribe, gerente de programación de la HJCK “Aunque todavía no es rentable, esperamos llegar a un punto de equilibrio en un par de años. El objetivo es que la emisora siga viva”. Uribe afirma además “Si bien no pretende competir en audiencia con otras emisoras comerciales, Uribe asegura que la HJCK en Internet tiene una audiencia más fidel que antes. Cuenta con 22.000 oyentes únicos al mes y entre las 7 de la mañana y las 6 de la tarde hay conectadas simultáneamente en promedio unas 320 personas, que escuchan en promedio una hora y 20 minutos de música”.

Otra de las emisoras que le ha apostado a la recuperación de la radionovela es Radiónica con 'Los detectives salvajes', una historia inspirada en el libro del escritor chileno Roberto Bolaño y que se emite desde febrero de 2010 en capítulos
diarios de cinco minutos en las horas de la mañana. Para Gabriel Gómez, director de radio de Radio Nacional de Colombia e historiador de la radio "La radio es hoy la banda sonora de la vida, ya no está hecha para requerir atención constante, que era la pesadilla de las radionovelas: el que se distrajera un segundo se perdía la historia".

Hacia los años 90 diversas emisoras juveniles apostaron también a la radionovela como 88.9, radioactiva y la Mega con historias como Charlie Giorgio, La guerra de las palabras, Los cuentos de la vieja Ceneida y Los pinzón.

Otra emisora por internet que en los últimos años se ha ido posicionando es Emitc La sal de la emisora del Instituto Técnico Central. Esta emisora empezó en el año 2007 como un proyecto institucional que se fue transformando en una de las emisoras en internet más escuchadas. Cristian David Maldonado director de la emisora afirma “Este proyecto fue pensado para internet por las posibilidades de interacción con el oyente, los bajos costos y el alcance mundial que de forma análoga no es posible”.

La programación de esta emisora es musical; cuenta con diversos programas como “despidiendo las cobijas” que es un espacio para la información cultural nacional e internacional a través del uso de entrevistas y la participación de invitados. Cuenta con “Sin salida y salida de emergencia” programa en el cual se exploran diversos géneros como editoriales, reportajes y crónicas realizadas por los estudiantes del Instituto y tiene un programa deportivo bajo la dirección de niñas que se llama “Fútbol, según ellas” en el que se informa sobre este deporte y se realizan análisis deportivos de los partidos.

### 5.4 El periodista en la radio en internet

El gran reto de los medios de comunicación en internet no está en competir por quien tiene la última tecnología, sino en hacer un buen uso de ella; el gran reto está en las manos y la labor de quien quiere comunicarse. Javier Darío Restrepo, afirma: “Internet es un depósito gigantesco de información, pero no de conocimiento y lo propio del periodista es trasmitir conocimiento para que la gente teniendo conocimiento pueda decidir con libertad”.

Pensar en un nuevo soporte como Internet, puede a veces llevar a los periodistas a perder el horizonte frente a su labor periodística olvidando que lo importante muchas veces no es el medio, sino el mensaje; con respecto a esto Cebrián Herrereros afirma “Pueden cambiar las técnicas, los contextos, pero no las raíces de las que se alimenta el periodista: investigación de información, contraste de
fuentes, selección y valoración conforme a los criterios profesionales y éticos rechazando las imposiciones.

Para Javier Darío Restrepo “no es un periodismo distinto solo que tiene unos elementos muy adjetivos. Yo lo experimente cuando pasé de medios impresos a televisión, me di cuenta de que televisión me obligaba a hacer un periodismo como el de siempre, pero con algunos aspectos como cuidar el tiempo, pensar más en imágenes. El periodismo multimedia te obliga a tener en cuenta sonido, imágenes además de palabras y eso hace apasionante el uso de internet para hacer periodismo, porque tienes en cuenta otras dimensiones que no son las que uno tiene cuando esté sentado escribiendo por aún lector, debes pensar en lector, oyente y televidente”.

La convergencia implica que todo medio, así sea radial, impreso o televisivo se monta también en la red, los periodistas así sean radiales, televisivos o de prensa, deben articular toda su producción a la internet teniendo en cuenta el sonido, la imagen y la escritura; muchos autores hablan del periodista “todero” o periodista orquesta como lo afirma Antonio Fernández, periodista del nacional.com, “El periodismo debe tener calidad tanto en una plataforma como en otra y la convergencia impone retos porque hay gente que cree que tiene que hacer de todo a parte de su origen en medios analógico, el periodista orquesta es una mentira ¿por qué vamos a sacrificar a un cronista?. Ubicar los mejores talentos en los mejores sitios poner al periodista que mejor hace su oficio en su sitio y no en otras cosas que posiblemente no hagan bien.

Rui De Melo106 afirma que “La clave del éxito de la radio digital va a residir en la creatividad del comunicador, en la forma expresiva de una comunicación con elevada calidad de sonido y con posibilidades multimedia. De ahí que se le exija cada vez mayor formación cultural y una gran capacidad técnica expresiva. Javier Darío Restrepo contradice afirmando: “El peligro de esto es que se hace un periodismo a la carrera porque es mediocre, hay que estar atendiendo varios señores a la vez, al señor impreso, señor internet, señor radio”.

Sea como sea, el periodista debe, además de hacer radio, saber tomar fotos, editar video, redactar, entre otras funciones, porque el medio y la audiencia se lo exige: cuando se trata del futuro podemos estar seguros de dos cosas. La primera es que nunca será como lo hemos imaginado. Y la segunda que llega antes de lo que esperábamos (…) No sabemos qué futuro tendrá los periódicos, ni siquiera si tendrán futuro. Pero sí sabemos que el ritmo y la magnitud de los cambios tecnológicos presagian profundas transformaciones en un futuro no muy lejano,

por lo que a los periodistas les conviene ponerse al día lo antes posible” (RANDALL, D., 1999: 242).

De la mano a este aprendizaje, de la articulación y la evidente fusión de los medios, el periodista debe ser consciente de que su labor debe ser ética; según Javier Darío Restrepo “El periodista tiene un gran instrumento que exige que el periodista debe afinar más su sensibilidad ética, el periodista online debe ser más ético que los otros” o la afirmación de Gerald Levin, director de Time-Warner en el año 2000 “Los medios se están volviendo rápidamente el negocio predominante del siglo XXI y nos encontramos en una nueva era en la que podemos asumir que los medios se volverán más importantes que los gobiernos, más importantes que las instituciones educativas y que las empresas sin fines lucrativos”. ¿Será que la información es en verdad el cuarto poder como lo afirma Edmund Burke107?

Como sea, el periodista radial debe tener en cuenta y nunca olvidar la función del periodismo; Gustavo Gorriti108 afirma que “Pese a todos los problemas, vicios y fallas, el periodismo es el instrumento único, una manifestación notable de la democracia y de la vida humana organizada. La posibilidad de la gente de saber e informarse, hablar, escribir, saber lo que pasa y ejercer su libertad. Ya su sola actividad significa ya estar cambiando”.

Por lo anterior, y de cara a la mezcla entre internet y el periodismo la posibilidad es exponencial pues “Las tecnologías juegan un papel clave. La dificultad no está en entenderlo, está en entender cómo y por qué las utiliza el público” según Francis Pisaní109. Complementando esta afirmación, Jean Francois Fogel, director de Soitu.es “clave es entender que la gente quiere participar en la red, no sólo para expresar sus opiniones, sino para tener influencia en lo que pasa. “El individuo tiene a mano una herramienta que le permite ponerse a nivel del periodista profesional... Nuestra función es alegar inteligencia”.

Alegar la inteligencia va de la mano con todas esas capacidades y conocimientos que el periodista adquiere a lo largo de sus estudios y articular todo esto con la audiencia y sus necesidades, de tal manera que ambos participen en la construcción de la información. Al respecto, Cristian Aguiar, director del proyecto AlaireWeb “Si hay algo que nos ha regalado la Internet, es la Libertad. Hace cuatro años cuando yo empecé con mi proyecto de radio virtual, tuvimos que enseñar a la gente a escuchar radio por la Web. Hoy en día la gente, tanto oyentes como productores radiofónicos, tienen un camino que nosotros ayudamos a abonar. Desde hace cuatro años hasta hoy, el aumento de conectividad en nuestro país ha sido significativo, no como quisiéramos, pero se han dado importantes pasos. Eso

107 Político y escritor irlandés.
108 Periodista Peruano y reconocido por su trayectoria en periodismo de investigación.
109 PISANI, Francis. Bloguero, autor, periodista, escribe sobre las tecnologías de la información y la comunicación desde el inicio de la web.
se ve reflejado en diferentes estudios que reflejan que Colombia es uno de los países de Latinoamérica, donde más barato se paga la red. Aún así, falta mucho por recorrer, y es importante que haya más proyectos virtuales interesados en recorrer ese camino. Internet es Libre”.

Retomamos en este punto la importancia de la interacción usuario-periodista para el quehacer en los medios y, específicamente, en radio; Cebrián Herreros: “La radio digital y la ciberradio al impulsar la comunicación interactiva abren la vía a la creatividad de los usuarios. Ya no es sólo la emisora la que ofrece contenidos. La interactividad se ejerce por ambas partes y, en consecuencia, los oyentes adquieren un nuevo papel. Todo depende del modelo interactivo que se desee ofrecer, si sólo se busca el modelo conductista de pregunta-respuesta o el modelo interactivo creativo que fomente las aportaciones de diseño, producción y cooperación del oyente. Es la incitación, como ha ocurrido en otras manifestaciones narrativas, a la creatividad de los usuarios en igualdad con los diseñadores de las ofertas”.

Diana Melo, locutora y periodista de la superestación.com, dice: “Los retos son bastantes: la globalización trae consigo una inmediatez y un acceso a la información, que no tenía precedentes. El periodista debe saber competir ya no contra los medios locales, sino contra millones de medios internacionales, bloggeros, twitteros, etc. El primer reto es mostrarle al espectador que somos diferentes, que tenemos más capacidades y estamos más aptos que otros medios de comunicación. La competencia ya no es como hace 50 años, ahora el periódico de Engativá compite contra el New York Times. El espectador ahora no tiene cómo comer entero, puede contrastar fuentes, medios, opiniones sin salir de su casa. El periodista debe tener ocho ojos encima de su trabajo, estar pendiente, ser perfeccionista”.

César Augusto Charry, director de la emisora en Internet Radio Ciudad Global, afirma que la radio debe profesionalizarse “la radio en internet en muchos casos se ha convertido en un espacio más oculto y recóndito que la misma radio abierta. Un lugar oscuro donde se puede decir cualquier cosa de cualquier manera lo que, si tiene éxito, puede cambiar radicalmente el significado de la radio”.

Apoyando esta afirmación, el proceso de inclusión de la audiencia no está en el periodista, sino en ella misma; Gumersindo Lafuente, ex-editor de elmundo.es, plantea que “la pregunta no es cómo incluir a la audiencia, ella es quien va a marcar el camino. La agenda informativa, los nuevos géneros periodísticos, por ejemplo, ya no está en manos de los medios y quienes la imponían, ahora está en manos de los usuarios”. Para Óscar Iván Jamocó, periodista de “Radiosucesos” de RCN, el periodista debería “Informar bien, prepararse bien y generar conciencia

---

social, donde no solo malo sea noticia, sino que lo bueno sea propicio para generar un producto comercial seriamente llamativo".

Miguel de Moragas hace la siguiente acotación: “En la sociedad del conocimiento” es más necesario que nunca aprender a aprender, evitar lo que en términos del sociólogo Ritzke podríamos denominar McDonaldización de la enseñanza: enseñanza prefabricada y utilitaria, en la que los profesores dictan y los alumnos toman apuntes, donde la lectura y el debate son sustituidos por fórmulas estándar de conocimiento o por un aprendizaje práctico que se anticipa o se superpone a la sólida formación de contenidos. La formación y la investigación en comunicación deberá considerar los nuevos modelos de comunicación y los géneros periodísticos, especialmente para el fenómeno Internet, pero al mismo tiempo deberá ser capaz de analizar los efectos de las transformaciones tecnológicas sobre los media convencionales (prensa, cine, radio, televisión), que mantienen muchas de sus funciones básicas, pero pierden o comparten algunas de ellas con las nuevas formas de comunicación¹¹¹.

Para Alberto Arébalos, Director de Comunicaciones de Google para América Latina, la visión de los periodistas debe ir enfocada en comprender que “Internet es parte central de nuestras vidas, millones de personas acuden a ella para comprar, vender, entretenersese o informarse. Esta es una perspectiva real y una tendencia que va a seguir su curso y es ahí donde creemos que el periodismo del futuro deberá entender este nuevo ecosistema y seguramente adaptarse, para mejorar la forma en que se comunican con millones de personas que además también son generadores de información”.

Hablamos de un nuevo periodista capaz de responder, tanto a la misión y deber del periodismo, como de estar apto para las nuevas tecnologías y los retos que se imponen. Sobre el particular habla Emma Rondero “Las nuevas tecnologías —radio digital y radio en Internet— pueden propiciar el cambio que muchos demandamos desde hace tiempo. Por eso, es imprescindible estar preparados para esa transformación¹¹².

Día a día la radio en Internet se prolifera de manera incalculable y la convergencia mediática nos hace reflexionar y cuestionar sobre varias aspectos que, seguramente, tanto usted querido lector como yo, debemos reflexionar. ¿Realmente la radio ha cambiado su vieja forma análoga y está avanzando a la par con Internet? ¿Las emisoras colombianas consideran importante rescatar los géneros radiales dentro de su programación? ¿Es esta una buena oportunidad

¹¹¹ MORAGAS, Miquel. Periodista español. Director del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.
para crear nuevos géneros? ¿Pero se necesita de una nueva cultura del usuario de la radio en Internet?

5.5 INTERNET Y LOS USUARIOS

Cuando Internet llegó a Colombia, aproximadamente en el año 1990, nadie imaginó la magnitud que llegaría a tener. Hoy en día todo es internet: cambiamos las bibliotecas por Wikipedia, las cartas por el email, el contacto físico por el chat, la interacción con otros en vivo a los perfiles en Facebook, Twitter o Myspace y la radio dejó de estar enclaustrada a un pequeño receptor para situarse en la web.

Bajo esta perspectiva, la llegada de la radio a internet y, en general, la convergencia de todos los medios de comunicación a la web, ha cambiado por completo la dinámica no sólo en cuanto a la relación emisor-receptor y sus funciones, sino también las formas de interactuar, de ver, de informarnos y de conocer; en palabras de Cebrián Herreros: Empezamos a confundir quien es el emisora o el receptor. Quien anteriormente era emisor ahora es receptor, un nuevo modelo de construcción de modelo comunicativo, de un modelo vertical a uno horizontal. Es decir, ahora tanto periodistas como ciudadanos crean de igual manera y participan activamente de toda la información en internet y de sus contenidos.

La capacidad que tiene internet de generar la interacción y la participación ha fomentado un nuevo periodismo elaborado por los ciudadanos a través de blogs, Wikipedia, Youtube y cientos de emisoras creadas por radioaficionados que tan solo necesitan una buena conectividad para montar su emisión. Marcelo Franco, periodista del Clarín.com, afirma: “Creo que hay que entender que la fuerza de la convergencia viene de las audiencias, son ellas quienes han entendido que hay una posibilidad de uso trasversal, maximizadora de los medios disponibles, a partir de ahí los profesionales estamos reorganizándonos convergentemente. El verdadero desafío es incorporar a los públicos de los medios tradicionales con los del nuevo medio y entender lo que hacemos como una comunidad de intereses, tanto como a los que pertenecemos al staff profesional como para quienes son miembros en igualdad de condiciones tenemos que establecer unas normas de convivencia”.

Por su parte, Pedro Arzaja, periodista del país de España, considera que este fenómeno se debe en parte a la lentitud de los profesionales en cuanto a la información, deficiencia que esos “ciudadanos periodistas” aprovechan: “es cierto que hay grandes grupos periodísticos y se mueven despacio en ese movimiento lento hay grupos pequeños favorecidos por la red que aprovechan esos espacios que dejan los grupos grandes. El fenómeno de las bitácoras de los weblogs que
son ciudadanos que se ponen a escribir, queda muy bien hablar del periodismo ciudadano, primero hay que ver si hay periodismo, si usa una metodología periodista o es simplemente una fuente.

Para José Florencio Fernández Santillán 113: “hay un despertar de la sociedad civil y probablemente este movimiento de periodismo ciudadano puede contribuir a esta construcción de un ciudadano más activo y partícipe de sus propias decisiones”. Contraria a esta visión de que todos son partícipes de Internet, Hilda García 114 afirma que “únicamente quien tiene acceso a una computadora, después a una línea telefónica y luego se quita los miedos a la tecnología o al idioma inglés en el que está escrito el mayor contenido de la red, se ingresa a Internet”.

Esta nueva visión del ciudadano, que además de consumir produce, se ha reconocido en los últimos años con el término “Prosumidor”. Según Alvin Toffler en su libro “La tercera ola” los prosumidores son personas que consumen lo que ellos mismos producen; en lugar de venderlo, es para su propio uso o para darlo gratuitamente; un claro ejemplo, es un hombre en Finlandia que, inconforme con su sistema operativo, decide crear un nuevo software disponible en la web para que cualquier persona en el mundo lo adquiera gratuitamente, la nueva “economía no monetaria” o “economía del prosumidor”. En este sentido ya se empieza a vislumbrar en los medios la proliferación de este tipo de ciudadano que decide y elabora que quiere leer, escuchar o ver “Así como los bloggers usan la red usan la red para escribir gratuitamente lo que a los periodistas les pagan para hacer, entonces tienes esfuerzo no pagado, no es que no tendremos trabajos pero sí una economía oculta”.

Este nuevo “prosumidor”, es un nuevo usuario, con amplias expectativas y que consume a su gusto, así lo explica también Richard Saul Wurman “lo hace a su gusto, Internet ha conectado cada uno de los aspectos de nuestra vida, así que estamos adoctrinados por una visión de comunicaciones totales, no sólo entre los humanos sino también entre nuestros aparatos” 115.

La interactividad, según Javier Díaz, “implica un nuevo rol del receptor: “El receptor tiene plena potestad para tomar decisiones, y configurar dentro de unos límites amplios, su propio mensaje, así como para dialogar de una forma u otra, con el emisor” 116, en la red va en dos sentidos: un sentido conductista en el que

---

113 Filósofo político mexicano, conocido por sus estudios sobre la teoría contractualista del Estado y sus aportaciones al debate sobre la Sociedad Civil y la Democracia
114 Periodista mexicana en televisión y prensa. Fue Directora Editorial de To2, el diario mexicano en Internet y actualmente es Directora de Contenidos de América On Line-Latinoamérica, con sede en Miami.
quien emite el contenido lleva al usuario a través del contenido a algún fin o el constructivista en el que es el usuario es quien diseña su recorrido a través de las herramientas que la red le da y que le permite explotar su creatividad y producción.

Si en la radio análoga hablábamos de un oyente pasivo limitado a escuchar las transmisión, a través del mismo desarrollo de la radio, el usuario se ha convertido en activo e incluso en activista pues participa y a la vez exige una calidad en los contenidos, los productos y los formatos; como diría Cebrían Herreros: “Un usuario que exige información de calidad”.

De esta manera, Internet otorga al usuario la libertad para expresarse; así lo afirma el periodista Quim Gil “La audiencia es potencialmente un informador y ejerce su derecho a informar aunque no trabaje en ningún medio”. Marcelo Franco, periodista del clarín.com asegura que los periodistas “No podemos asumir la condición de únicos legisladores, tenemos que compartir, si la vocación es genuina la construcción de ese consenso son otros públicos”.

El debate actual y la preocupación de muchos periodistas está en la labor a seguir; si bien muchos afirman que el periodista actual debe empezar a incursionar y acoplarse a esta nueva tecnología para no quedar obsoleto, hay otros que piensan que esa oportunidad del ciudadano para ser “periodista” puede llevar al deterioro y desaparición de la profesión ¿Será posible? Sea o no sea así, está claro que el periodista y específicamente el radial debe entrar en sintonía con la tecnología, hacer su labor y destacarse, de tal manera que pueda sobrevivir; más adelante profundizaremos en este aspecto.

Es igual de importante tener en cuenta que la radio en internet se enfrenta a un nuevo usuario que no se conecta a la red exclusivamente a escuchar la emisión, sino que puede realizar varias acciones a la vez; El nuevo oyente cibernauta escucha la radio y a la vez puede estar leyendo su email, chatando, realizando un trabajo, etc. Según Emiliano Bernués117: “La radio tiene ventajas en internet, podemos escuchar las miles de radio mientras hacemos otras cosas, permite una comunicación añadida a lo que estamos haciendo, buscando, etc. Es una radio que nos permite informarnos, educarnos ser mejores ciudadanos. Trasmite emociones, consigue hacer cosas que la imagen no, el sonido es realmente medio de comunicación, la imagen acompaña el medio de comunicación”; pero ¿Cómo lograr capturar su atención de los oyentes y no convertirse en un sonido ambiente? ¿Podría crearse una nueva oferta? ¡Qué gran reto!

5.6 LA PROLIFERACIÓN DE LA RADIO WEB Y LA AUSENCIA DE NUEVOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

117 Periodista de la Universidad de Zaragoza, España. Director técnico de Aragón Radio.
Cuando hablamos de géneros, nos referimos a esas formas o estrategias para elaborar el mensaje; según el libro “Manual de géneros periodísticos” de Alberto Salcedo y César María Velázquez: “El mensaje es el centro de la actividad periodística. Los hechos, requieren de divulgación para trascender la esfera de lo privado y, por tanto, para ser analizados y debatidos entre las personas a quienes les interesan, de manera que les sea posible ejercer el derecho de estar informados y a incidir en las decisiones que se tomen con respecto a estos temas. El puente que enlaza a los hechos con la sociedad es justamente el mensaje y la tarea principal de todo periodista es elaborar mensajes claros, verdaderos, atractivos y oportunos.”

Apoyo la visión de Cebrián Herreros cuando afirma que “la radio contemporánea se ha conformado con dirimir una enorme porción de sus escogencias temáticas en el terreno de los informativos, postergando otros géneros propicios como el interpretativo, el de opinión, el de recreación dramática”.

Hoy en día, cuando uno escucha una emisora en internet, la mayoría de espacios están dedicados a la música y la elaboración de contenidos es pobre y escasa; ya no existen en estos medios personas interesadas en investigar o profundizar en temáticas que son importantes y que, al no considerarse actuales, son dejadas de lado. ¿Qué está pasando?

Según Ángel Faus, la situación es caótica: “la Radio, los radiofonistas, su empresa y sus gentes sufren de aburrimiento letal, desinterés total por el producto, la programación, el contenido y la audiencia. La Radio está ayuna de investigación y ciencia propias, desheredada de ideadores, abandonada de creadores, magra en inventores y encadenada por la cuenta de resultados. Estamos ante la caducidad de un sistema y de unas fórmulas históricas de narración, contenido, programación y concepto radiofónico. Resueltas estas causas, las tecnológicas o económicas se despejarán inmediatamente. La relación de dependencia del Medio y su contenido, respecto de la técnica, impiden que reinventar la radio sea una simple operación de maquillaje, como las llevadas a cabo actualmente por algunos diarios, revistas, emisoras en la red de todo el mundo. Se trata de algo mucho más profundo: no hay que adaptar; hay que reinventar desde otra realidad comunicacional, económica, técnica y social”.

Se supone que la tecnología nos ofrece un sin número de oportunidades de creación ¿Se están aprovechando? Para Emma Rodero: “La tecnología se coloca

---

entonces al servicio de la creatividad porque sus propias condiciones y características obligan a una revisión de los quehaceres radiofónicos\textsuperscript{120}.

Colombia atraviesa por el auge y la proliferación de la radio web, día a día surgen más emisoras que logran posicionarse y captar la atención de los cibernautas: “Internet modifica las maneras con que se informan las personas. Los usuarios pasan a tener un poder que antes no tenían tanto para recibir, buscar y contrastar como para incorporar información generada o conocida por ellos. Acceden a la red como un autoservicio. Esta visión modifica plenamente el panorama de los medios de comunicación y en particular de la radio. O la radio busca la personalización de la información, la interactividad, el autoservicio o perderá capacidad de penetración en la nueva sociedad”\textsuperscript{121}.

Esta proliferación de internet ha permitido que cualquier persona o grupo sea capaz de montar su propia emisora y contenidos, así lo afirma José Zepeda\textsuperscript{122}: Internet ha posibilitado la expansión mundial hasta de las pequeñas emisoras, ubicadas en los más recónditos parajes del planeta. Lejos de afectar la popularidad de la radio, tal y como lo hizo en su momento la televisión, Internet contribuye a su expansión. Sin embargo, toda esta transformación en las comunicaciones supone un cambio revolucionario en la forma de concebir la producción y difusión radiofónica”.

La nueva radio es más que sonido, tiene a su lado las imágenes, el video, el texto y otras herramientas de las cuales hacer uso, así lo afirma Cebrián Herreros: “No se trata de invadir el terreno de los demás medios, sino de obtener al máximo provecho de las posibilidades multimediáticas que pueden incorporar; se trata de partir del sonido como elemento nuclear y desarrollar las demás posibilidades de escritura y de imágenes en la minipantalla de los receptores digitales para ampliar y mejorar su capacidad informativa”\textsuperscript{123}. Estamos de frente a un nuevo medio, una nueva radio, una cibermedio: “Desde una perspectiva posibilista, los cibermedios erosionan las fronteras creadas entre sí por la prensa, la radio y la televisión. Sin embargo, esta propuesta de homogeneización de estructuras de integrar contenidos textuales y audiovisuales en un mensaje único” (Salaverria 2001).

La radio en internet, puede funcionar en dos vías: como de redifusión de las emisoras análogas o como emisoras que difunden exclusivamente para internet. Cuando se accede a la radio en internet de grandes cadenas como Caracol o RCN

\textsuperscript{120} RODERO, Emma. «La radio en internet: el reclamo de un nuevo producto radiofónico diseñado para la red». III Congreso Nacional de Periodismo Digital, Huesca, enero. 2002.


\textsuperscript{122} Periodista chileno. Productor radial, profesor universitario. Actual Vicepresidente de la Red Latinoamericana de Radios para una Cultura de Paz (Radipaz) y Director del Departamento Latinoamericano de Radio Nederland, Holanda

encuentra el mismo contenido sonoro que en el dial, nada diferente y, a pesar de que se cuenten con otros elementos como las noticias redactadas, enlaces, Podcast y otros elementos, la oferta siempre es igual; visto de esta manera ¿se está aprovechando la posibilidad de la web?

Tal vez facilita a los seguidores de estas grandes cadenas escucharlos mientras se navega por internet y sin la necesidad de un receptor, pero nada más. En internet se aglutinan todos los medios. Sobre el particular Olga Álvarez de Armas afirma: “La tecnología digital ha puesto sobre el tapete un trabajo nuevo: desarrollar nuevos lenguajes informativos que permitan integrar adecuadamente esos tres códigos que son el texto, la imagen y el sonido, presentarlo en un producto informativo único. Sin duda mucho más perfecto, mucho más rico, mucho más complejo. Y por ahora mucho más difícil de desarrollar porque este mensaje multimedia no se alcanza sumando códigos textuales y audiovisuales que sería bastante fácil, sino que necesita de una integración armónica de esos códigos en un solo mensaje”124.

Internet es interactividad y libertad, es quizás por este motivo que la inclusión de la radio debe ir orientada hacia esa meta de brindar a los usuarios la oportunidad de encontrar contenidos y programación que respondan a sus necesidades, búsquedas y participación como cibernauta; es más que lógico que quien entra a una emisora web está esperando satisfacer ciertas necesidades y encontrar algo que lo sorprenda, no lo mismo de siempre.

Lo anterior lo complementa Steve Outing, experto en nuevos medios del Poynter Institute de Estados Unidos “La Internet y el web son interactivos por naturaleza, y para que Internet tenga éxito como medio masivo, debe aprovechar sus fortalezas sobre los otros medios(...) En términos prácticos vemos que el periodista ya no sólo debe cumplir con la entrega del contenido, sino que debe actualizarse y profundizar sus conocimientos tanto de la noticia como de la forma de entregarla, para estar a la altura de quien espera informarse del mundo a través de él”.

La radio se modifica, los oyentes también, quienes ahora escuchan radio tienen un nuevo rol como lo afirma Javier Díaz “El receptor tiene plena potestad para tomar decisiones, y configurar dentro de unos límites amplios, su propio mensaje, así como para dialogar de una forma u otra, con el emisor”125. Sobre lo mismo habla Tapscot: “Los participantes en la cultura de interacción adquieren conocimientos y poder a través de su interacción con otros usuarios. La cultura interactiva de la internet es no jerárquica y no distribuida; es una verdadera red de poder”126.

Sobre esta afirmación, la radio en internet debe ir más allá de la producción de contenidos por parte de un emisor a un receptor, ambos participan activamente a través del concepto radio a la carta o las mismas sugerencias que las emisoras en Web permiten que los oyentes hagan. El gran reto entonces está en saber qué decir, qué quiere encontrar el cibernauta.

La convergencia mediática y las facilidades de publicar contenido en internet han permitido que cualquier persona publique haga uso de este medio para compartir con otros sus publicaciones, contenidos y puntos de vista. Sin embargo, ¿es posible que todo el mundo esté en capacidad para elaborar contenidos? ¿Son contenidos fiables? En palabras de Javier Darío Restrepo\textsuperscript{127}, *Internet es poderoso. Se amplían las audiencias, no tienen fronteras, son múltiples y son de toda clase, desde niños hasta ancianos. Es poderoso porque informa sobre la huella de los acontecimientos, corre el peligro de estar informando sin suficientes fuentes y por tanto recoger rumores para convertirlos en noticia que es lo más peligroso.*

Sobre lo anterior afirma Andrés Umaña, de la empresa Creative Commons\textsuperscript{128} Colombia “Esta nueva realidad, crea una infinita variedad de nuevas posibilidades para crear y manipular contenidos, aumentando el potencial creativo e innovador de las personas. Sin embargo, también dificulta controlar el uso y la difusión que se le da a estos contenidos”. A partir de esto es imprescindible que, tanto como el periodista como el ciudadano, tengan la responsabilidad, en palabras del periodista Quim Gil, de “Aprender a reconocer en ella aquellas fuentes fidedignas y serias, y separarlas de lo que es información no contrastada, imprecisa, no consecuente o falsa”.

Es en este punto se debe llamar la atención sobre la crucial la labor periodística y la nueva visión y aptitudes que el profesional debe adquirir para convivir o sobre vivir al Internet no solo frente a la radio, sino frente a cualquier otro medio de comunicación en la Web proponiendo y desarrollando nuevos géneros periodístico, tema que se tratará en el siguiente capítulo.

\textsuperscript{127} Periodista Colombiano con 45 años ejerciendo el periodismo. Dirige talleres de Ética en la "Fundación para el Nuevo Periodismo en toda América Latina". Defensor del Código Ético de El Colombiano de Medellín.

\textsuperscript{128} Es un proyecto internacional que tiene como propósito fortalecer a creadores para que sean quienes definan los términos en que sus obras pueden ser usadas, qué derechos desean entregar y en qué condiciones lo harán. La organización sin fines de lucro creada por Lawrence Lessig, profesor de derecho en la Universidad de Stanford y autor de importantes textos sobre ley del ciberespacio, tiene como idea central ofrecer un modelo legal de licencias y una serie de aplicaciones informáticas que faciliten la distribución y uso de contenidos dentro del dominio público.
6. PROPUESTA

A continuación se presenta un cuadro comparativo de los géneros periodísticos en la radio análoga y en internet de qué manera se llevan a cabo, su elaboración y las posibilidades tecnológicas a través de las cuales se podría llegar a una reinvención de los mismos.

NOTICIA

<table>
<thead>
<tr>
<th>FORMATO</th>
<th>RADIO ANALOGA</th>
<th>RADIO EN INTERNET</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ESTRUCTURA</td>
<td>Forma decreciente (titular, entrada, cuerpo)</td>
<td>Forma decreciente (titular, entrada, cuerpo). Hipertextualidad</td>
</tr>
<tr>
<td>ESTILO</td>
<td>Directo-indirecto</td>
<td>Breve, conciso</td>
</tr>
<tr>
<td>REDACCION</td>
<td>Descriptivo -narrativa</td>
<td>Descriptiva-narrativa</td>
</tr>
<tr>
<td>TITULO</td>
<td>En la noticia en radio encontramos diferentes tipos de: titulares informativos, apelativos y expresivos. Los primeros tienen como función principal identificar los datos de la unidad a que se refiere el texto informativo, y son los más comunes.</td>
<td>Uso de titulares</td>
</tr>
</tbody>
</table>
El titular *apelativo* posee gran impacto, y es el más utilizado en la prensa sensacionalista, ya que se dirige al lector para movilizarlo en favor de una determinada opinión de forma persuasiva.

El titular *expresivo* es muy breve y está elaborado con gran fuerza, ya que intenta reproducir los sentimientos que la noticia va a suscitar en los lectores.

### CONTENIDO

| Por otra parte, tanto la noticia como la crónica se caracterizan por ordenar la información en forma decreciente, es decir, los datos de mayor interés se presentan al comienzo con el fin de captar la atención de los lectores. | El interés de la noticia no estará determinado por el ámbito geográfico, sino por otros aspectos como la proximidad temática, afectiva, ideológica, política o social.  
Para Guillermina Baena Paz, las noticias se deben clasificar por su contenido, y distingue las políticas, económicas, agropecuarias, científicas, educativas, deportivas, culturales, artísticas, policiales, sociales y de interés humano. |
|---|---|

### ENTREVISTA

<table>
<thead>
<tr>
<th><strong>FORMATO</strong></th>
<th><strong>RADIO ANALOGA</strong></th>
<th><strong>RADIO EN INTERNET</strong></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>ESTRUCTURA</strong></td>
<td>Entrada, cuerpo, conclusiones. Estructura de acuerdo a si es formulada a partir de muchas preguntas a unas sola persona, o Aquellas en que se hace la misma pregunta a muchas</td>
<td>Entrada, cuerpo, conclusiones. Hablamos de nuevos oyentes que participan y también quieren formar parte</td>
</tr>
<tr>
<td>ESTILO</td>
<td>El <em>directo</em>, con la utilización de la primera persona, el <em>indirecto</em>, redactada en tercera persona, y el <em>interpretativo</em>, que se asemeja a un artículo en el que se incluyen las opiniones del entrevistado.</td>
<td>El <em>directo</em>, con la utilización de la primera persona, el <em>indirecto</em>, redactada en tercera persona, y el <em>interpretativo</em>, que se asemeja a un artículo en el que se incluyen las opiniones del entrevistado.</td>
</tr>
<tr>
<td>--------------</td>
<td>---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>REDACCION</td>
<td>Tipo expositivo. Descriptivo-narrativo</td>
<td>Con la participación de los oyentes a través de entrevistas en vivo en las que todos puedan preguntar de manera ordenada.</td>
</tr>
<tr>
<td>TITULO</td>
<td>El título puede ser de cita, informativo o interpretativo, pero no de opinión.</td>
<td>El título puede ser de cita, informativo o interpretativo, pero no de opinión.</td>
</tr>
<tr>
<td>CONTENIDO</td>
<td>Su finalidad es informativa; por ello, las entrevistas son textos periodísticos de tipo expositivo.</td>
<td>Las entrevistas de los lectores. A una hora concreta y durante un espacio de tiempo determinado, un personaje público responde a las preguntas que le plantean los usuarios. El entrevistado lee en la pantalla las preguntas formuladas y contesta.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

80
escribiéndolas en el ordenador. Un periodista modera, filtra y selecciona las cuestiones que se someten a las consideraciones del personaje invitado.

**REPORTAJE**

<table>
<thead>
<tr>
<th>FORMATO</th>
<th>RADIO ANALOGA</th>
<th>RADIO EN INTERNET</th>
</tr>
</thead>
</table>
| ESTRUCTURA | La estructura es libre y compleja. Por lo general consta de  
Una apertura, un desarrollo o relato y un cierre.  
Gonzalo Martín Vivaldi asegura al respecto que son tres las condiciones de un buen reportaje: un comienzo atractivo, un desarrollo interesante y un final concreto (Martín Vivaldi, 1986: 79) presentación de los hechos, personaje o ambiente, un nudo y un desenlace. | Teniendo en cuenta estas tres partes, se debe buscar que el tiempo de narración sea llamativo: recurriendo a analepsis o prolepsis, elipsis, escenas, pausas, etc. Nuevas formas de contar y explicar los sucesos haciendo uso de elementos estéticos. |
<p>| ESTILO | Expositivo, objetivo e impersonal. Los hechos se pueden narrar en primera o tercera persona o en segunda retórica. Se usa un estilo directo es aquel en el que no se explican las cosas: se muestran; se hace razonar con hechos. | Claridad, exactitud y eficacia sin dejar de lado su diversidad funcional y compositiva. |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th>REDACCION</th>
<th>Narrativo-descriptivo</th>
<th>Sin olvidar que el lenguaje es el elemento predominante, la música, los efectos y el silencio deben formar parte del relato.</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>TITULO</td>
<td>temático</td>
<td>temático</td>
</tr>
<tr>
<td>CONTENIDO</td>
<td>Se trata, por tanto, de un texto expositivo que generalmente adopta una forma descriptiva o una forma narrativa. Es una ampliación objetiva de la noticia. La noticia se enuncia escuetamente en el lead o entrada y a continuación se narra con mayores detalles. El reportero se traslada al lugar de los hechos y procura captar con gran minuciosidad todo aquello que al lector le habría impresionado, si hubiera estado allí.</td>
<td>Mayor variedad e intensificación de los recursos que se permite, adquiriendo así un colorido más vistoso e intensificación de recursos como los elementos del lenguaje radiofónico.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### CRÓNICA

<table>
<thead>
<tr>
<th>FORMATO</th>
<th>RADIO ANALOGA</th>
<th>RADIO EN INTERNET</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ESTRUCTURA</td>
<td>El cronista ordena y amplía la información de los hechos según su criterio personal. Las crónicas se caracterizan por responder a una cierta continuidad tanto en los temas como en la persona del cronista.</td>
<td>Siempre bajo el estilo y criterio personal del periodista.</td>
</tr>
<tr>
<td>ESTILO</td>
<td>Narrativo, descriptivo</td>
<td>Narrativo, interpretativo</td>
</tr>
</tbody>
</table>
En la crónica se utiliza, un lenguaje directo y sencillo, con estilo más personal y admite un lenguaje literario.

Acostumbra, por una parte, a mezclar el estilo directo y el indirecto.

**REDACCION**

La crónica es una forma expresiva del periodismo informativo, aunque también puede corresponder al periodismo interpretativo.

Claridad, sencillez, precisión y concisión

**CONTENIDO**

Se caracteriza por ordenar la información en forma decreciente, es decir, los datos de mayor interés se presentan al comienzo con el fin de captar la atención de los lectores

La crónica es una forma expresiva del periodismo informativo, aunque también puede corresponder al periodismo interpretativo.

En ella se cuentan los hechos y, al mismo tiempo, se juzgan y se valoran. El objetivo de la crónica es dar una visión personal y subjetiva de los hechos.

**OPINIÓN**

**FORMATO**

<table>
<thead>
<tr>
<th>RADIO ANALOGA</th>
<th>RADIO EN INTERNET</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>La más utilizada es la estructura deductiva en la que se parte de</td>
<td>La más utilizada es la estructura</td>
</tr>
<tr>
<td>ESTILO</td>
<td>Argumentativo-expositivo</td>
</tr>
<tr>
<td>--------</td>
<td>--------------------------</td>
</tr>
<tr>
<td>REDACCION</td>
<td>Es un género apelativo en el basado en el intercambio y en la confrontación de interpretaciones y opiniones mediante la formulación de preguntas o de propuestas polémicas por parte del informador.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Construido a partir de diferentes elementos:</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>-El foro. Bajo la moderación de un especialista, el usuario puede participar en temas abiertos o monográficos en torno a una actualidad más o menos efímera o permanente, e incluso puede proponer temas para su debate.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>-El Chat. Permite el diálogo en tiempo real entre el emisor y el receptor sobre cualquier tipo de cuestión de interés y actualidad, pero también la intercomunicación de todos los receptores entre sí y de ellos con el emisor.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>-Las encuestas.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Muchas de ellas, además del voto, piden la opinión de los ciudadanos sobre cuestiones de máxima actualidad. La mayoría permite la consulta de los resultados, sin necesidad de optar por alguna opción.

<table>
<thead>
<tr>
<th>TITULO</th>
<th>Temáticos: enuncian el tema de la información y no permiten identificar la noticia. Es propio de los géneros no informativos, es decir, géneros de opinión</th>
<th>Temáticos</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>CONTENIDO</td>
<td>Es un artículo interpretativo y orientador. Explica las noticias, su alcance, sus circunstancias y sus consecuencias. Se diferencia del editorial en que va firmado, es más libre y menos comprometido ideológicamente</td>
<td>Se complementará con el uso de nuevas estrategias en las que el comentarista de la noticia puede complementarse con la opinión de la gente en el chat, los foros, los email, etc.</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Los nuevos géneros en Internet o la renovación de los ya existentes debe tener en cuenta las ventajas que Internet aporta a la radio, entre estas se pueden distinguir: la desaparición de los límites geográficos, la convergencia en otros dispositivos como mp3 o teléfonos móviles, su enfoque multimedia y las diferentes dimensiones comunicativas tales como el video, la imagen y el texto como complemento del audio y la capacidad de almacenar la totalidad de archivos para darle a los oyentes un servicio a la carta de información.

Esta investigación apunta a observar que aún Internet no ha dejado de considerarse un sistema alternativo de difusión del mismo contenido de la radio análoga por lo cual es muy común encontrar los mismos géneros o incluso solo algunos de los que son utilizados esporádicamente en el espectro electromagnético; así lo explica Elidet Soto Rodríguez, periodista Mexicana: “En
la actualidad solo los géneros informativos son explotados de manera permanente. El radioteatro, la radionovela, el reportaje y la crónica han sido desplazados por cápsulas que tratan de cubrir esos vacíos”.

En la programación de la radio análoga se recurre por lo general a diferentes géneros informativos como la noticia y la entrevista y opinativos como el comentario, muy esporádicamente se hace uso del reportaje o se recurre a la magia de la crónica. Para profundizar en esto a continuación de realizara una comparación entre los géneros usados en la radio análoga y la radio en Internet.

6.1 LA NOTICIA

Internet ha impuesto una nueva y dinámica relación entre el ciudadano y la información noticiosa; si bien los medios de comunicación tradicionales eran los primeros en contarle al ciudadano acerca del mundo, ahora es el usuario el que decide de qué informarse y cómo hacerlo a través de la Web. La rapidez con la que la noticia y los acontecimientos circulan en Internet, hace que la labor del periodista tenga que ser más ágil que antes para informarle a otros oportunamente; esto, sin embargo, ha hecho que muchos periodistas dejen de lado la oportunidad del medio electrónico para profundizar en la noticia.

Abeth Gustavo Kamel afirma: “Me parece que los medios radiales, por ejemplo, deben ser rápidos, pero no imprecisos. Uno no puede ser rápido e inexacto porque, entonces, se equivoca. Uno debe consultar las fuentes, los más que pueda, a mi lo de la chiva no me convence. Creo que el oyente de una cadena, que escucha un extra o noticia de última hora no se pone a pasar a otra a ver si ahí ya la dieron, no, el oyente de cada emisora se queda con su emisora”.

Por lo anterior, el periodista vive en una carrera contra el tiempo queriendo ser el primero en informar olvidando la importancia de la investigación y muchas veces descuidando aspectos importantes; Javier Darío Restrepo lo plantea así: “El periodista entra en estrés, porque pelea contra el factor tiempo y contra su conciencia porque le indica que debe dar una información de calidad de la que él no se tenga que avergonzar”.

El deber para los nuevos géneros informativos es luchar por la inmediatez de la noticia, pero que esta no sea el principal factor; se debe tener en cuenta la importancia del mensaje y su elaboración partiendo de la base de la creatividad y de las oportunidades que el medio ofrece; según Cebrián Herreros: “La radio sigue siendo la primera en dar las noticias llegadas por agencia, pero apenas levanta noticias propias...la radio va a arrastras informativamente de la prensa en los grandes temas y por la escasa creatividad sigue a las agencias. ..el reto de la radio es generar noticias propias relevantes, desarrollar un periodismo de
investigación, para dar exclusivas. Hasta ahora lo consigue con algunas entrevistas”.

La noticia está presente en la mayoría de emisoras en Internet; en algunas de ellas la información tiene un espacio propio o es elemento dentro de otros programas como magazines; sin embargo, se debe evitar caer en una radio que simplemente transmite la información porque el cibernauta puede fácilmente conocer de la noticia sin necesidad de la radio; por tal motivo, la radio debe recuperar todos aquellos elementos que un día la convirtieron en el medio de comunicación preferido.

Ema Rodero Antón, tiene una visión más crítica al respecto: “Desde entonces, la radio se ha transformado en el eterno parlante, muchas veces sin sentido, sin preparación, ni rigor, lo que obliga al oyente a escuchar opiniones sin fundamento, palabras, palabras y más palabras. La radio se ha convertido en monotonía, en improvisación, pura realidad, en un medio que ya no obliga a sentir”.

Los elementos como la escritura, el video y el audio deben ser parte fundamentar en la composición de la noticia y de los géneros para la radio: “No se trata de invadir el terreno de los demás medios, sino de obtener al máximo provecho de las posibilidades multimedíaticas que pueden incorporar; se trata de partir del sonido como elemento nuclear y desarrollar las demás posibilidades de escritura y de imágenes en la mini-pantalla de los receptores digitarles para ampliar y mejorar su capacidad informativa”.

Según Bob Giles, director del Nieman Reports: “El periodismo en línea es agresivo y belicoso, pero su estilo y ciclo noticioso, que se extiende las 24 horas del día, plantea interrogantes acerca de cómo el periodismo cibernético puede ofrecer reportajes compatibles con las normas periodísticas más elevadas”.

La radio compite frente a nuevas formas de información como por ejemplo las redes sociales en las que la gente se envía rápidamente, como si fueran juglares cibernéticos, la información, incluso más rápido y eficaz por lo cual la gente no ve la necesidad de oír la radio o leer la prensa, así lo explica Emma Flood, periodista de eltiempo.com “Cuando no teníamos internet creíamos que el mundo era mejor y la información que no nos daban ni el periódico ni la radio nos llegaba por el medio más antiguo, la transmisión oral de unos a otros, más lenta, bastante eficaz pero incompleta. Hoy sabemos mucho de los candidatos por los medios oficiales,

---

o los alternativos, y lo que no nos muestran por TV lo conocemos por Youtube. Se podría decir que tenemos acceso a una enorme cantidad de información”.

Por lo anterior, la nueva renovación de la radio, no está sobre la base del desarrollo de toda la tecnología, sino en el uso y el contenido que se haga de la información teniendo en cuenta los elementos periodísticos que menciona Martín Vivaldi: “claridad, naturalidad. Originalidad, exactitud, precisión, sencillez, densidad, concisión, y brevedad, variedad, atracción, ritmo, color, sonoridad, corrección y detallismo”.

La batalla está en dejar de pensar en la inmediatez de la información y en nuevas formas de lograr cautivar la audiencia con creatividad y en los tratamientos de la noticia, de tal manera que no sean solo palabras y palabras sin sentido; Mario Kaplún afirma: “un ingrediente estético, emocional y afectivo debe estar siempre presente en la comunicación radiofónica si se la requiere eficaz(…) lo que se quiere señalar es que un concepto, una idea, puede vehicularse mejor por radio si se la enmarca en una dinámica afectiva, cálida, vivencial, que establezca una comunicación personal con el oyente y le haga sentir la emisión y no solo percibirla intelectualmente (…) la autentica comunicación radiofónica debe tener un componente afectivo además del componente conceptual; debe movilizar no solo el estrato pensante de preceptos, sino también su estrato emocional”.

El pensar en este nuevo manejo de la noticia, nos lleva a preguntarnos ¿de qué manera podría trabajarse un género tan importante como este? ¿Cómo hacer para que el cibernauta prefiera escuchar que leer o ver tv online? Desde mi punto de vista la noticia debe ir más allá de la lectura irresponsable y de la misma dinámica análoga de locutor – reportero.

Las nuevas tecnologías ponen de manifiesto oportunidades, es posible que, por ejemplo, los periodistas realicen sin dificultades una videoconferencia con un personaje que se encuentre en el otro extremo del mundo. Además, los medios podrán utilizar teléfonos IP vía Internet con sus ordenadores, para realizar comunicaciones simultáneas de voz, datos, fax y correo electrónico. También, podrán acceder a la red desde un ordenador portátil mientras se mueven por el International Media Center o en los estadios, mediante acceso remoto inalámbrico con la red.


La mayoría de emisoras en Internet de origen colombiano, dedican un espacio en su programación para las noticias, dependiendo de la intención y el público de la misma. Estas emisoras, por lo general, no se preocupan por hacer un seguimiento estricto de la noticia en la mañana, al medio día o por la noche, sino que incluyen la noticia dentro de otros programas de opinión, conversatorios o magazines.

Cebrián Herreros afirma en su libro la Convergencia multimedia: “La radio contemporánea se ha conformado con dirimir una enorme porción de sus escogencias temáticas en el terreno de los informativo, postergando otros géneros propicios como el interpretativo, el de opinión, el de recreación dramática. En definitiva si definimos a los géneros como estrategias de nuestro discurso, este confinamiento voluntario está denunciando una palabra pobre en arte, habilidad y destreza.”

Según Martín Caparros, locutor y periodista argentino, “Cuando escuchamos noticias en radio, nos quedamos menos con los datos que con la percepción del mundo, el concepto planteado a través de estos informativos. Mundos confusos, inabarcables por el oyente común, donde nada se puede hacer, sólo absorber como esponjas la tragedia inabarcable de la “realidad” que está más allá de nuestro alcance”, así mismo, el periodista afirma que “los informativos convencionales no sólo generan la sensación de veracidad, sino también la de vértigo, ya que en ese formato los acontecimientos se transmiten sin solución de continuidad, unos tras otros sin posibilidad de digerirlos”; para concluir, el locutor afirma que hay otras opciones para el manejo de la noticia en radio “El periodismo de investigación, los documentales, el periodismo narrativo, las historias de vida, son formatos potencialmente ricos para abordar la realidad con la profundidad que lo merece”.

De la mano a esta afirmación de Caparros, Tomás Eloy Martínez, escritor y periodista dijo: ¡Noticia de último momento! “el periodismo se salva si vuelve a las historias”. Eso incluye a la radio. Para Calixto Rodríguez Machado, director técnico general de radio cubana, se deben abordar nuevos géneros para la noticia teniendo en cuenta una buena elaboración y el tiempo “siempre que el tiempo que medie entre el desarrollo del nuevo dispositivo y el contenido o programación que se pretende soportar en él no sea muy grande, porque se corre el riesgo de “llegar tarde a la fiesta”.

Otro aspecto importante, a la hora de considerar una renovación en el tratamiento de noticias, es la inclusión de los jóvenes ya que ellos son los principales consumidores de Internet: “hay que tratar de incorporarles con contenidos, tratamientos y servicios informativos afines con sus intereses y no alejarnos de su entorno; con frecuencia la información seleccionada y tratada se les presenta como algo ajeno, propio de adultos y de políticos y no de cuestiones que conciernen directamente a su vida. La juventud huye de la información porque no
Le entusiasma. "...aprovechar que se entregan a internet, por eso hay que darles satisfacción".

La noticia en la radio análoga es un buen modelo a seguir que debe mantenerse en la radio en internet, reúne oraciones sencillas, breves y concisas y complementa la información con entrevistas y voces de las personas que hacen parte de los sucesos. La emisión de estas noticias procura estar al margen de lo que sucede e informar cada cierto tiempo para mantener al oyente informado. Por el contrario, la mayoría de emisoras exclusivamente por Internet han descuidado la parte noticiosa y al realizarla lo hacen como un servicio estilo "lectura de noticias" el cual hace perder interés y veracidad de la información. Una posible solución sería que la ciberradio procurara conseguir sus propias noticias y no limitarse a su lectura de otros medios. Si la preocupación es caer en el típico recurso aburrido es evidente que las noticias deben corresponder a la intención de la emisora y que no necesariamente tienen que funcionar al estilo -locutor reporterio- sino que puede manejarse estilo cápsulas o pequeños bloques dinámicos con un buen sonido y efectos.

En cuanto al almacenamiento de la información noticiosa, es oportuno recordar que internet brinda a los usuarios acceder a la información que quieran y cuando quieran por tal motivo la noticia en Internet debe estar almacenada de acuerdo a su temática. La noticias sonoras a través de la web deben recordar que pueden valerse de otros recursos como los hipervínculos para facilitarle al oyente otras fuentes de información o bien archivos de fotos y, porque no, video.

6.2 LA ENTREVISTA

La entrevista en la radio análoga se realiza de dos maneras: en vivo (con la presencia del personaje en cabina o vía telefónica) o pregrabada. Las entrevistas suelen tener un buen ritmo, algunas veces son intensas y tienen algo de dinamismo para que el oyente no se fatigue al escuchar. Las posibilidades frente a una readaptación de la entrevista en radio en Internet son bastantes teniendo en cuenta que contamos con más elementos como el video y el audio. Las entrevistas en radio deberían tener un elemento adicional que permita que los oyentes puedan ver al entrevistado incluso si no se encuentra en cabina desde la emisión de la radio. Se podría también pensar en el oyente como entrevistador, quien, a través de las discusiones, foros o chats pueda hacer las preguntas que deseé al personaje entrevistado.

Para las entrevistas pregrabadas, se debe tener en cuenta un tiempo exacto y que la entrevista cuente con elementos como música o incluso efectos que la conviertan en un producto llamativo e interesante para el oyente.
Las opiniones se dividen, para algunos debería haber espacio para estos dos géneros, para otros no. Diana Melo, periodista de la superestación.com afirma que: “No lo creo. Para mí, el periodismo es un oficio cambiante, que todo el tiempo está mutando. No digo que géneros como la crónica y el reportaje deban desaparecer, sólo creo que los espacios en los que se transmiten deben ser redefinidos, pues el público actual ha cambiado su percepción sobre los medios y ya no está tan dispuesto a dedicar mucho tiempo a géneros tan complejos. Creo que hay que luchar porque la crónica y el reportaje sigan siendo géneros respetados, pues es un reto para muchos periodistas adquirir habilidades en estos géneros. Sin embargo, los espacios dedicados a estos deben ser redefinidos”.

Germán Castro Caicedo, afirma que esa inmediatez de la información está matando la crónica y el reportaje: “Hace dos décadas, los diarios en mi país acordaron que la única forma como podían contrarrestar a la inmediatez de la radio y la televisión era yendo hacia lo que hacían las revistas y los libros. Pero ahora han hecho lo contrario: se dedican a dar una serie de “flashes” que son noticias de radio y televisión. La noticia es informar qué sucedió. La crónica y el reportaje es decir por qué sucedió, cómo sucedió, dónde sucedió”.

El escritor afirma que, pese a que Internet tiene un elevado consumo, la crónica no se desarrolla y no tiene acogida debido a los periodistas y escritores: “Porque esos escritores, esos informadores no tienen la formación en periodismo, de cronistas, principalmente. Yo no consulto mucho Internet porque no me da confiabilidad y porque los principios del periodismo dicen que hay que ir donde ocurren las cosas, conocer a la gente y sus costumbres. Y eso no me lo da Google; allí no encuentro cómo me sentiría en la selva; tengo que estar allá para sentirlo, no encontrarlo en un buscador. Para mí Internet no es de gran ayuda porque no es lo mismo buscar huaorani en Google, capaz que sale salvajes y en nada lo son. Tengo que buscar al huaorani en el Curaray y vivir 15 días con ellos, con el amigo de monseñor Labaka, por ejemplo, conocer su forma de vida, su jornada de trabajo y hablar con él, comprender cómo es su vida y escuchar sus historias, por ejemplo la de la muerte de su padre para comprenderlos como pueblo guerrero.

Entonces, ¿será innecesaria la crónica y el reportaje?, desde mi punto de vista no, ya que frente a tanta oferta informativa, todos queremos encontrar formas distintas para acercarnos a la realidad más allá de la sencilla escucha de noticias. En primera instancia hablemos de la crónica que, según Ramón Lobaina, es “Ese género que juega con los sentimientos, las emociones y qué mejor que acompañar la palabra, las inflexiones de la voz del periodista que narra, con acordes
musicales o el efecto buscado en vivo o en los archivos de la fonoteca para llegar al corazón de las personas”\textsuperscript{132}.

Frente a un mundo donde los periodistas pierden toda identidad de su trabajo y de su imagen, la crónica es el motor para que el autor impregne la información con su sello personal y la trasmita a otros; Según Manuel Graña, “lo que distingue la verdadera crónica es precisamente el sello personal que se advierte, porque va firmada, y su autor, además de enjuiciar, prioriza los hechos a su manera”.

Bardoe, señala que la crónica no ha de desaparecer: “la necesidad de contar historias de periodismo de orientación del tipo tradicional, no desaparecerá sino que será parcialmente restablecida en este nuevo escenario cívico de Internet. Además será complementada por el periodismo instrumental, que está dirigido a la acción y la interacción, al debate y la discusión”.

Frente a la oferta informativa, los periodistas y productores radiofónicos deben poner en una balanza lo que el oyente quiere escuchar y cuál es la mejor información, en palabras de Burguet: “la mejor información no es la que se ciñe estrictamente a los hechos, sino la que los contextualiza, explica, interpreta y, en definitiva, la que es capaz de resaltar el fragmento de la actualidad en un contexto de interpretación que reconstituya la calidad de la noticia y avalle la categoría informativa del hecho reportado: “Para entendernos, se trata de devolver a la instantánea de la actualidad su condición de fotograma de una historia donde se encuentra o crece su sentido informativo”.\textsuperscript{133}

Sammy Jalil\textsuperscript{134}, se refiere a esa preocupación, comparando el periodismo radial que se realizaba anteriormente con el actual “La salvedad que hago es que actualmente se descuida el seguimiento informativo; pienso también que la inmediatez lo ha llevado a la ligereza. Antes se hacía un mayor trabajo de investigación en radio, incluso de edición, de voces, de la contraposición de opiniones; hoy los contactos directos, si bien fortalecen lo espontáneo, también hacen caer en la pérdida de tiempo dándole vueltas a noticias que podrían resumirse. Yo desearía que se vuelva a esos trabajos de investigación de antes, de manejo del lenguaje, de sintetizar un poco más las noticias, de su concreción. De esta manera se podría evitar cosas inoficiosas. A mí me parece que hubo cosas muy buenas en ese periodismo que hicimos hace muchos años que fue la investigación, los montajes serios, equilibrados y lo espontáneo. Lo inmediato y lo directo en cierta forma ha contribuido a que eso desaparezca”.


\textsuperscript{133} BURGUET, Francesc. Les trampes dels periodistes, Barcelona, Edicions. 2004. p.62

\textsuperscript{134} JALIL, Sammy. Es un periodista colombiano que inició su carrera en Todelar en la ciudad de Cali en 1967
Según César Augusto Charry, director de Radio Ciudad Global, la oferta de la crónica debe ir de la mano con lo que el público quiere escuchar “De haber crónica o reportaje deberían ser con cualidades particulares de la red, debe explotar los géneros periodísticos por la supuesta libertad en la que se encuentran. Libertad económica, ideológica, informativa. Si no hay esta libertad y pertenece a los mismos conglomerados podrá estar sujeta al mercado y si el mercado está pidiendo la crónica pues habrá crónica. Si no está incluida en conglomerados podrá experimentar, cosa a la que se le teme en la radio comercial abierta, no se explora nada que ya haya sido probado que funciona”.

Oscar Jamocó, de RCN, afirma que la gente no prefiere la crónica precisamente porque la radio no la ofrece “Pues sería genial revivir géneros venidos a menos y a punto de extinguir, le daría un toque diferente a nuestra maltratada audiencia... que sin embargo oye lo quiere, pero lo hace porque no hay más”.

Postman Neil, de la Universidad de Nueva York, considera que “los periodistas de hoy tienen que cumplir una apremiante necesidad de pensar en las necesidades de sus lectores. Para acertar en la oferta de contenidos y cumplir con la responsabilidad social que el periodista debe asumir frente al resto de emisores de información en la red, es preciso considerar al individuo de nuestra súper tecnificada sociedad como emisor-receptor-actor.”

El hecho de que se ofrezcan reportajes o crónicas no implica que se impongan, el usuario y su libertad decidirá; Martínez Albertos complementa esta opinión afirmando que: “no es un mensaje colectivo en igualdad de condiciones por una masa de receptores: es una oferta concreta que cada receptor seleccionará individualmente para adoptar las decisiones pertinentes”. Mogollón afirma “El periodista no puede conformarse con acciones más bien espontaneas, como el aprender operando, durante su actividad cotidiana de producir información, puesto que esta práctica conduce escasamente a un conocimiento superficial de la tecnología, por demás insuficiente para que la aproveche a niveles óptimos y ocurra una real trasferencia tecnológica”.

La crónica y el reportaje son géneros que podrían retomar en los oyentes esa posibilidad totalizadora del sonido; a todos nos gusta que nos cuenten una historia bien contada, que trasmita sentimientos, emociones y expectativas; la radio debe profundizar en la consecución de una audiencia que se atreva a conocer otros puntos de vista, a indagarse, a sentir.

Para Gabriel García Márquez: “si los periodistas tuvieran que quedar relegados a escribir únicamente sobre aquello que han visto con sus ojos, el periodismo sería menos interesante e influyente de lo que es hoy. Son dos géneros que cumplen

quírase o no, una misión importante para la sociedad. “Los géneros cumplen funciones muy importantes para los profesionales que formulan los mensajes, para quienes los reciben y también para quienes los estudian, y adoptan rasgos propios según las peculiaridades de cada medio de comunicación y sus rutinas profesionales”.

Inés Ghiggi, especialista en radio por la universidad Entre Ríos, de Argentina, afirma: “La radio está estancada en la información. Su reto es encontrar otro ritmo creativo para la sociedad, algo que los sacuda, por lo que sugiere jugar libremente con los géneros, poner temas de cotidianidad, y mirar al pueblo de otra manera, llegarle a la gente por la emoción. Lo que le falta a la radio es el aporte social en esta época de crisis”.

El reportaje, “se diferencia de la noticia en que el periodista suscita la información en lugar de buscarla”, esto lo complementa Cebrián Herreros afirmando que “supone además una escapada de la información rutinaria que se realiza en las redacciones para buscar los aspectos profundos y ocultos de las noticias diarias. De hecho, el reportaje gira siempre en torno a la actualidad, pero no requiere inmediatez de la noticia ya que se necesita cierto tiempo para profundizar en las informaciones.

Para Marcelo Franco de El Clarín.com, es claro que la crónica no debe sacrificarse, pero si deben ser los que saben, quienes lo hagan: “Ubicar los mejores talentos en los mejores sitios, poner al periodista que mejor hace su oficio en su sitio y no en otras cosas que posiblemente no haga bien”.

El periodista, el buen profesional, debe pensar y obligarse a informar, pero más allá de eso, a saber hacerlo teniendo en cuenta las necesidades de sus lectores y ayudarles a procesar esa cantidad de informaciones de manera creativa; tanto la crónica como el reportaje lo permiten. Considero valiosa la afirmación de Javier Darío Restrepo: “Una pieza periodística reúne a la vez la precisión científica, la estética de un artista y el cariño de quien comunica algo que sabe que tiene que comunicarse, y esos tres elementos son difícil de mantener cuando al periodista se le somete a este régimen de negreros”.

Frente a la posibilidad que todos los usuarios sean también portadores de noticias, al periodista le queda la labor de destacarse y, a través de todo su bagaje, ofrecer contenidos que nadie más puede hacer; según María Teresa Ronderos, directora del portalsemana.com: “Yo he descubierto en los últimos meses, es que la única salvación es el periodismo de investigación porque es el único periodismo que no

---

lo pueden hacer los ciudadanos corrientes, ellos pueden opinar y tener más gracia e irreverencia, que es lo único que nos queda a los periodistas es hacer el control, investigar”.

Sumado a esta afirmación, Marta Ruíz, de la Revista Semana, concluye: “El periodismo tiene la obligación de organizar la información y darle un sentido a la realidad y llevarla más allá. Yo creo que en lo que el periodismo colombiano ha fallado no es tanto en la labor de reportear los hechos, sino en tratar de explicarlos”.

De la mano a estos dos géneros no se puede subestimar el valor de la entrevista, elemento fundamental de todos los géneros; según Javier Darío Restrepo: “El buen periodista siempre se está haciendo preguntas y no le cree a nadie”. Las facilidades de Internet permiten que hoy en día entrevistemos a quien queremos sin importar en qué lugar del mundo se encuentra.

Cristian Maldonado, director de Emitc la Salle, asegura: “cuando realizamos entrevistas acá en la cabina, los oyentes tienen la oportunidad de sugerir preguntas a los invitados a través del chat”; esto es importante porque las inquietudes del oyente se realizan a través del locutor. Sin embargo, considero que los programas y las emisoras podrían realmente hacer del usuario un entrevistador, permitiéndole preguntar el mismo a través de su voz en la radio.

Según Calixto Rodríguez Machado, de Radio Cubana “En los contenidos informativos se recomienda el uso de la entrevista y el reportaje, por ser géneros periodísticos atractivos, que se adaptan muy bien a las peculiaridades de la ciberradio y que pueden hacer un uso efectivo de los recursos creativos propios de la radio, incluida la ficción, son géneros que no están atados a una temporalidad noticiosa estricta, recordemos que lo que hoy es noticia mañana puede no serlo”.

El reportaje es uno de los recursos más hermosos que tiene el periodismo pues cumple una misión importante a la hora de contar un hecho de manera escueta tal como ocurre en la noticia. El reportaje es la profundización de la noticia y se encarga de contar los acontecimientos y las causas de un suceso. Los buenos reportajes, aquellos que hacían ver al oyente la trascendencia de los acontecimientos y aproximarse a ellos han desaparecido de la radio análoga, muy esporádicamente algunas emisoras se atreven a reportar de tal manera que el oyente se sienta parte del hecho noticioso.

El reportaje debe ser retomado en Internet considerando que este podría ser un reportaje sonoro que cuente con elementos adicionales como imagen y texto. Este género debe retomarse teniendo en cuenta los diversos elementos que permiten hacerse a la idea de un relato ya sea los sonidos ambiente, diferentes voces e incluso una narración acorde al tema que se expone.
El reportaje debe ofrecerse como complemento de ciertas informaciones que el usuario quiera conocer y deben estar disponibles para ser escuchados en cualquier momento.

Internet ofrece a la crónica la oportunidad de renacer como un género sonoro que brinde a los oyentes la oportunidad de sentarse a escuchar un cuento o un relato agradable de una temática de su interés. La crónica en internet puede ser uno de los géneros más interesantes y entretenidos si se cuenta con buenos cronistas que sepan valerse de diversos recursos para contar a su manera algo a los demás.

6.4 LA OPINIÓN

Los espacios de opinión son los que tienen más cabida en la radio; la mayoría en internet impulsan este género a través de los programas con invitados, las tertulias, los magazines; pero es casi irónico que en un medio como la radio, un medio originalmente sonoro, la opinión ya no sea a través de la voz o las llamadas. La mayoría de programas radiales en la web abren el espacio a sus oyentes a través del medio escrito, por ejemplo, los chat, los foros o los emails. Si el sonido es lo más importante, ¿qué está pasando?

Sí, en efecto Internet facilita que todos opinen sin necesidad de una vía telefónica, pero esto no le da al oyente voz en la emisora. Los nuevos géneros de opinión en radio deberían reinventarse, si la voz es lo primordial porque no crear esas mismas plataformas auditivamente: audio blogs, audio chats, Wikipedia hablada, tanto en la plataforma de la emisora como dentro de la misma programación. Imagínelo, un programa de opinión, en el que el locutor y sus invitados interactúan en vivo con los oyentes a través de audio y video ¿no sería increíble?

Otra propuesta en cuanto a la opinión y la participación de los oyentes es permitir que el oyente haga aportes a la emisora en manera de audios, es decir, que él se convierta en un periodista urbano que comparte su trabajo a través y para la emisora, sus oyentes, etc.; esto, obviamente, podría ser algo arriesgado, pero podría ser interesante, el oyente se sentiría mucho más identificado y motivado a participar y opinar a través de sus producciones.
7. CONCLUSIONES

Esta investigación, que comenzó como una búsqueda de nuevas alternativas o géneros periodísticos para la ciberradio se enfrentó a la gracia y el proceso de destacar la magia de estos antiguos géneros que pueden de una manera u otra crear nuevas alternativas de contenido informativo y de entretenimiento para el usuario y oyente en Internet. Sin duda alguna, esta nueva visión de géneros para Internet debe encaminarse por su posibilidad de especializarse, la hiperespecialización de los contenidos, un nuevo orden en la programación de contenidos y por supuesto la participación de los oyentes y su relación con el recibir y hacer la información. Como lo diría Murdoch: “Como periodistas, estamos situados en una posición privilegiada para transmitir noticias a la sociedad. Poseemos la experiencia, los recursos, la plataforma y herramientas para diferenciarnos en un mundo donde la información se ha convertido en un producto de consumo. Y, lo más importante, poseemos un nuevo aliado para hacerlo y poder, así, conectarnos con el nuevo perfil del consumidor: Internet” (Murdoch, 2005).

Los nuevos géneros periodísticos deberían tener otra importante cualidad en internet y convertirse en ofertas almacenas ya sea por sus contenidos, por bloques, por secciones e incluso por géneros que rompen con la fugacidad de la radio análoga y se le entrega la oportunidad al oyente de elegir los programas que quiere escuchar y auto-programarse.

La nueva programación y contenidos debe tener en cuenta las necesidades del nuevo usuario quien busca en internet no solamente una fuente informativa sino también contenidos lúdicos más variados y entretenidos que le permitan enterarse de lo que sucede en el mundo.

Para Emma Rodero, los nuevos contenidos deben, sin duda alguna contar con una serie de elementos que le permitan convertirse en productos con alta expresividad y cumplir con cuatro funciones básicas: la Función objetiva o funcional cuando estos elementos sonoros sirvan para respaldar, reforzar o provocar un contraste con una determinada realidad o acción que suceda, la Función subjetiva cuando se refuercen estados anímicos o se expresen emociones. Y así una música o efectos sonoros melancólicos subrayarán un momento triste. La función narrativa cuando estructuren la historia, por ejemplo, introduzcan, encadenen o cierren las escenas, y, finalmente, la Función descriptiva cuando los elementos busquen dibujar un ambiente, por ejemplo, el escenario donde se desarrolla una acción.
Nos enfrentamos a un usuario que ha dejado su pasividad y que se quiere enterar de los sucesos a su manera y en cierta parte la radio ha perdido la osadía de retomar antiguos géneros que podrían devolverle la magia con la que alguna vez la posicionó como uno de los más importantes medios.

Más que realizar una propuesta real de géneros, se propuso una readecluación de los géneros tradicionales para la radio en Internet teniendo en cuenta diversos textos y el acercamiento al trabajo realizado por diversas emisoras en internet en nuestro país, por tal motivo no podríamos decir que el objetivo propuesto se cumplió, pero sí se logró un acercamiento a lo que posiblemente pueda ser una propuesta concreta de géneros y, porque no, la base para la experimentación de nuevas propuestas más adelante.

La radio en Internet debe preocuparse por renovarse y salir de la aburrida rutina de programación hablada o musical: “hay mucha gente que ‘habla por la radio’ y muy poca que hace radio al hablar. hemos perdido gran parte de la capacidad de sorprender, de impulsar la imaginación, de medir el tiempo del relato –e incluso su oportunidad–; de entretejer la realidad y la emoción del verbo, la actualidad y la estética, el esencial informativo…(...)pues bien, los tiempos han cambiado. el inmovilismo comunicacional en una sociedad dinámica se paga con la exclusión”.

El tema de nuevos géneros y propuestas para la radio en internet es un tema que tiene aún muchas variables para ser analizadas y que con el paso del tiempo pueden ir variando hasta encontrar nuevas oportunidades radiofónicas.

Ha de tenerse en cuenta que el cambio y la verdadera renovación de la radio en Internet no se basa en el avance tecnológico sino en la osadía y capacidad de quien la realice: “Por tanto, el desarrollo de la radio por Internet no depende tanto de los equipos técnicos cuanto de la capacidad de profesionales y aficionados para generar otras modalidades comunicativas sonoras, especialmente las orientadas hacia la interactividad, correlaciones de sonidos y búsqueda de datos e informaciones vinculadas o no de manera simultánea a la emisión de documentos sonoros”.

De la mano a esto sobresale la importancia de una nueva visión de enseñanza radiofónica “Más que nunca la enseñanza sobre el medio ha de tener muy presente estos condicionamientos a fin de formar profesionales de una radio de calidad, que inviertan la tendencia, que recuperen la esencia radiofónica, la

---

138 FAUS BELAU, Ángel: “Reinventar la radio”, Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, nº 74, junio de 2001
creatividad, que devuelvan la imaginación y olviden el hablar por hablar, la falta de rigor, la escasa preparación, la inadecuada formación, la espontanitis”

Las nuevas oportunidades se encuentran en el arduo trabajo que como comunicadores tendremos que afrontar, porque la radio en internet es sin duda una radio a presente y tal vez a futuro; se requiere que seamos productores, buenos periodistas, buenos escritores, investigadores y personas con un alto sentido de escucha y percepción para conocer a los oyentes y ofrecerles el contenido que ellos quieren encontrar.

Esta investigación aporta varios elementos que posiblemente nos hagan revivir los géneros no solo como una opción para la radio en Internet sino también como alternativa para la radio análoga, una radio que aún no ha callado; en palabras de Cebrian Herreros “la radio va a buscar, y está buscando en estos momentos, también sus transformaciones para que cuando se vaya superando esta crisis pueda volver a estar en el lugar que le corresponde dentro del ecosistema de medios de comunicación. Un ecosistema en el cual la radio tiene todo ese componente sonoro, un componente de provocación, de imaginación, de ilusión en el seguidor y que enlaza con la historia de la cultura oral que tanto ha desarrollado la sociedad desde sus orígenes”.

---


CORTÉS C, Rocío. Géneros periodísticos. Universidad Autónoma de Yucatán.


GIRARD, Bruce. La radio en Internet, Mezclar los medios para cerrar la brecha digital, en Secreto a Voces, Radio, NTICs e interactividad. FAO, Roma. 2004.p. 10.


HAYE, Ricardo M. Otro siglo de radio noticias de un medio cautivante. La crujía ediciones. 2003, p. 15.

JALIL, Sammy. Es un periodista colombiano que inició su carrera en Todelar en la ciudad de Cali en 1967.


LAQUEY, Tracy y RYER, Jeanne. The internet companion, a beginner’s guido to global networking, Addison-Wesley, reading, 1993. p. 9.


LLARELA B, María; BUXARRAIS, Rosa. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y los adolescentes. Algunos datos, disponible desde Internet en: http://www.oei.es/valores2/monografias/monografía05/reflexion05.htm.


________ Curso general de redacción periodística. Paraninfo, 1996.


NIETO, Miguel Ángel. “Pasado, presente y futuro de la radio”. Sao Pablo. Facultad de humanidades y de CC de comunicación.


RAMIREZ G, Alberto. De la a a la @ las nuevas tendencias de los géneros periodísticos, corporación tecnológica Acord, p. 107.


