

Universidad Nacional Del Santa



Facultad de Educación y Humanidades

E.P. Comunicación Social

“La narrativa radiofónica a través de los *Podcast* y su impacto frente a la radio tradicional”

Trabajo monográfico para optar el título profesional de licenciado en Comunicación Social

Modalidad: Examen de suficiencia profesional

Autor

Sergio Raúl Ríos López

Asesor

Mg. Manuel Baltasar Sarango Ibáñez

Nuevo Chimbote – Perú

2022

HOJA DE CONFORMIDAD DEL ASESOR

En el cumplimiento de lo estipulado en el reglamento de grados y títulos, para la modalidad de Examen de Suficiencia Profesional, el que suscribe da cuenta de haber participado como asesor del ex alumno, bach. Sergio Raúl Ríos López, de la Escuela Profesional de Comunicación Social, en el desarrollo de la presente monografía titulada: "La narrativa radiofónica a través de los *podcast* y su impacto frente a la radio tradicional."

Queda conforme con el desarrollo de la investigación y elaboración del trabajo.



Mg. Manuel Baltasar Sarango Ibáñez



FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
Escuela Profesional de Comunicación Social
- EPCS -

ACTA DE EJECUCIÓN DEL EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

EVALUACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN DE MONOGRAFÍA

T/. Resolución n.º 348-2022-UNS-CFEH

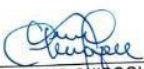
Siendo las 9: 15 a.m. del día 14 de octubre del 2022, en el Aula COM. 03 del edificio de la Escuela Académico Profesional de Comunicación Social de la Universidad Nacional del Santa, en cumplimiento a lo dispuesto en la T/Resolución N° 348-2022-UNS-CFEH; se instaló el **Jurado Evaluador del Examen de Suficiencia Profesional** designado mediante Transcripción de Resolución N° 348-2022-UNS-CFEH de fecha 13 de octubre del 2022, conformado por : Lic. Manuel Ignacio Chiroque Farfán en su condición de **Presidente**, Mg. Manuel Baltasar Sarango Ibañez en su condición de **Integrante** y la Mg. Jessica Yovana Alava Cielo en su condición de **Integrante**, dando inicio a la sustentación de la Monografía cuyo título es: "LA NARRATIVA RADIOFÓNICA A TRAVÉS DE LOS PODCAST Y SU IMPACTO FRENTE A LA RADIO TRADICIONAL", perteneciente al Bachiller: Sergio Raúl Ríos López con código de matrícula N° 200734005, teniendo como **ASESOR** al Lic. Manuel Baltasar Sarango Ibañez, según T/R.D. Virtual N° 009-2022-UNS-DFEH de fecha 17.01.2022.

Terminada la sustentación, la Bachiller respondió a las preguntas formuladas por los miembros del Jurado Evaluador, quienes en concordancia con el Artículo 66° del Reglamento General para Obtener el Grados Académico de Bachiller y el Titulo Profesional en la Universidad Nacional del Santa donde se establece los criterios de evaluación de sustentación de monografía según Formato N° 07; declaran que la Bachiller obtiene el **resultado de su sustentación la NOTA siguiente**:

Concluido el proceso de **EJECUCIÓN DEL EXAMEN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**, se obtiene el **RESULTADO DEFINITIVO**:

BACHILLER	EXAMEN ESCRITO DE CONOCIMIENTOS	SUSTENTACIÓN MONOGRAFÍA	PROMEDIO	CONDICIÓN
SERGIO RAÚL RÍOS LÓPEZ	18	17	18	APROBADO

Siendo las 12:15 p.m. del mismo día se dio por terminado la ejecución del Examen de Suficiencia Profesional y en señal de conformidad, firma el Jurado la presente Acta.


LIC. MANUEL IGNACIO CHIROQUE FARFÁN
Presidente


MG. MANUEL BALTASAR SARANGO IBAÑEZ
Integrante


MG. JESSICA YOVANA ALAVA CIELO
Integrante

Dedicatoria

A mamá por ser un faro de luz en las tinieblas de este mundo. A Kelly, por siempre recordarme el valor de pagar tus deudas.

Agradecimientos

A Dios y a todas las almas generosas que me orientaron en el desarrollo de esta monografía. En especial al Mag. Manuel Sarango Ibáñez por su apoyo.

Resumen

La presente investigación monográfica titulada “La narrativa radiofónica a través de los *Podcasts* y su impacto frente a la radio tradicional” busca profundizar teóricamente en este nuevo formato que ha revolucionado los *mass media* trayendo como herencia el lenguaje radiofónico de la radio y sus narrativas sonoras.

En el Capítulo I: La Radio, el Inicio de Todo, se abordó la definición de la radio, un pequeño repaso de su historia, y cuál ha sido comportamiento frente a la influencia de internet durante los últimos años.

En el Capítulo II: La Narrativa Radiofónica, se abordó su definición, la importancia del lenguaje radiofónico, la presencia del narrador, las estructuras narrativas en radio, las categorías del relato radiofónico, así como los géneros radiofónicos informativos y ficcionales, que tanta relevancia tienen en la radio e influyen actualmente en los formatos en diferido.

En el Capítulo III: Podcast, ¿Una Nueva Forma de Hacer Radio?, se abordó el fenómeno de este formato en la actualidad, la definición del mismo, la tipología y clasificación recogidas por la literatura y finalmente se realizó un pequeño ensayo sobre el impacto del podcast frente a la radio tradicional.

En el Capítulo IV: Conclusiones, se consignó las ideas concluyentes del presente estudio. Finalmente, en el Capítulo V: Sugerencias, se extendieron las sugerencias oportunas en función al tema.

Índice

Dedicatoria

Agradecimientos

Resumen

Índice

Capítulo I: La Radio: El Inicio de Todo

1.1. Definiciones de la Radio	10
1.2. Breve Historia de la Radio	12
1.3. La Radio bajo influencia de internet	16
1.3.1. Sitios Web de Emisoras de Radio	18
1.3.2. Emisoras Exclusivamente en Red	18
1.3.3. Radios Temáticas	19
1.3.4. Sitios web	19

Capítulo II: La Narrativa Radiofónica

2.1. Conceptos	21
2.1.1. En el Marco de la Narración Audiovisual	22
2.2. El Lenguaje Radiofónico	23
2.2.1. Elementos Sonoros y Elementos Radiofónicos	24
2.2.2. Componentes del Mensaje Sonoro Radiofónico	25
2.3. El Narrador	30

2.4. Estructuras Narrativas en Radio	31
2.4.1. La Estructura Tradicional	31
2.4.2. La Estructura Diegética	33
2.4.3. La Estructura Temporal	34
2.5. Categorías del Relato Radiofónico	35
2.6. Géneros Radiofónicos Informativos y Ficcionales	38
2.6.1. Géneros Informativos	38
2.6.2. Géneros Ficcionales	44
Capítulo III: <i>Podcast</i>, ¿una nueva forma de hacer radio?	
3.1. El Fenómeno Podcast	50
3.2. Definiendo el Fenómeno	53
3.3. Tipología de los <i>Podcasts</i>	54
3.3.1. Por Contenido	55
3.3.2. Por Técnica	56
3.3.3. Por Dinámica	57
3.4. El Impacto del Podcast Frente a la Radio Tradicional	58
Capítulo IV: Conclusiones	64
Capítulo V: Sugerencias	67
Bibliografía	68

Capítulo I

La Radio: El Inicio de Todo

1.1. Definiciones de la Radio

La radio es hoy por hoy un medio de comunicación arraigado en la sociedad por sus grandes contribuciones al desarrollo de la misma. Ha sido la difusora de innumerables historias, la testigo de hechos trascendentales. Pero principalmente, la acompañante, la voz amiga en miles de hogares en todo el mundo. Para definirla, se debe entender el origen de la palabra radio. Muñoz y Gil (2000) explican que la palabra radio deviene de los poco comprendidos términos radiofonía y radiodifusión. Para entender el primero, advierten que debemos remitirnos a aquella materia de la física que estudia los fenómenos de producción del sonido por parte de la energía radiante; mientras que el segundo se refiere exclusivamente a la difusión pública de mensajes sonoros mediante ondas electromagnéticas. Radiodifusión, por tanto, es el término que más se acerca al concepto que tenemos de la radio de hoy.

Desde la perspectiva de la teoría de la comunicación se tiene lo siguiente:

La radio puede definirse como un medio en el que la comunicación reviste carácter de ambivalente (unidireccional y bidireccional -en el sentido de posibilidad de respuesta-), instrumental (requiere elementos técnicos), a distancia (a diferencia de la comunicación personal o cara a cara), colectiva (múltiples emisores y receptores simultáneos, a diferencia, por ejemplo, del teléfono), directa (de recepción inmediata: no confundir aquí el término «directo» como contrapuesto a «diferido» en el momento de la emisión, sino de su captación por la audiencia), reciente (a diferencia de los mensajes grabados en

la piedra, o de los libros), que utiliza como vehículo físico primario exclusivamente el sonido (a diferencia de la televisión) y efímera (raramente se vuelve al mensaje) (Muñoz y Gil, 2000, p. 7).

La radio cuenta con una materia significativa de orden auditivo, temporal y con códigos lingüísticas que componen su mensaje. Song (2007) opina que debido a esta simpleza la radio es “el más próximo al receptor del mensaje, el que interpone menos obstáculos físicos, dificultades intelectuales y requisitos técnicos entre el emisor y la audiencia potencial” (p. 26) y esto se traduce en una mayor capacidad de llegada al público. Alfaro et al. (s.f.) advierte que también es “el de mayor experiencia por su volumen de producción, así como por sus variados usos históricos” (p.17). En ese sentido, la radio ostenta una mayor familiaridad con su público.

Desde la perspectiva de Antón (2008) la radio es el medio que por las características de su contenido sonoro (y ausencia de elementos visuales) mejor estimula la imaginación, y es por tanto el que en mayor medida fomenta la creatividad de sus oyentes, pues “es capaz de suscitar una cascada de imágenes visuales en la mente” (p. 45). Carram, et. al. (2006) indican que es un medio que “responde a formas de sensibilidad y sociabilidad particulares, por lo tanto preserva modos de imaginación, de percepción y de construcción del mundo diferente a los instalados por los medios audiovisuales” (p.7).

Otros autores como Guarinos (2009) opinan que el principal valor de la radio frente a los medios audiovisuales es que hace una utilización especial de la palabra. Y es que ella está arraigada a la naturaleza del ser humano, por tanto no exige

esfuerzo interpretativo, sino más bien es recepcionada en diferentes circunstancias, ya que la audición radiofónica permite compatibilizar otras actividades.

Alfaro et al. (s.f.) insiste en que “es un medio familiar, cercano, que acompaña al oyente en sus momentos de soledad, que comparte sus tareas cotidianas, que es útil en la información, que llena el mundo individual de los sujetos sociales” (p. 18), pues la radio trae consigo la sensación de compañía.

La radio tiene, por tanto, el valor de generar vínculos de cercanía y calidez entre el emisor y el receptor, un poderoso efecto de crear la sensación de compartir un espacio imaginario, logrando que las personas se identifiquen con ella.

1.2. Breve Historia de la Radio

La radio fue definitivamente un invento que marcó un antes y un después en la historia de la humanidad. Revolucionó los medios de comunicación de masas, ingresando por la puerta grande. Su presencia notable llevó más allá del límite de espacio los hechos noticiosos, el entretenimiento a través de sus formas ficcionales, pero también trajo consigo, la alegría y el ritmo propios de la música. Para su surgimiento, fueron claves dos inventos cuya conjunción desencadenó la radio tal cual la conocemos hoy:

Estos fueron la invención del telégrafo por parte del estadounidense Samuel Morse (1832) y el descubrimiento de las ondas electromagnéticas realizado por Heinrich Hertz (1871). Según Ramos (2015) se puede decir que ambos constituyeron los primeros intentos de desarrollo de un nuevo sistema de comunicación que se desprendiera de la dependencia de cables.

Sin embargo, para el desarrollo del primer prototipo de la radio fueron necesarias además, según Arboleda 1995, como se citó en Ramos, 2015, “las aportaciones del francés Édouard Branly quien inventó un tubo cohesor de filamentos, del británico Oliver Joseph Lodge cuyas investigaciones sirvieron para mejorar la sintonización y del ruso Aleksandr Popov que inventó la antena, para la transmisión de señal” (p. 760). Estos avances abrieron camino al italiano Guillermo Marconi, quien tuvo la visión de reunir todos estos inventos arriba señalados y encaminar sus investigaciones hacia la consecución de un solo dispositivo.

En paralelo, innumerables científicos de todo el mundo (principalmente ingleses, franceses, estadounidenses, alemanes y rusos) se sumaron a la curiosidad del inventor e intentaron encontrar una mejora a sus hallazgos. De acuerdo a Marín (2006) “a principios del siglo XX, la radio era concebida como una curiosidad científica fabricada por radioaficionados cuya utilidad era elitista y tenía un carácter privado” (p 23).

Tanto en Europa como en Estados Unidos se trabajaba con el telón de fondo de las pruebas para conseguir una programación regular de radio. Se hace difícil saber, pues, qué país fue el primero; no obstante, Estados Unidos destacó casi siempre como cabeza visible y aventajada de cualquier actividad radiofónica (Marín, 2006, pp. 23-24).

El autor advierte que un acontecimiento importante para este despegue tecnológico fueron las emisiones radiofónicas con motivo de las elecciones presidenciales de 1916, en los Estados Unidos, pues era tanta la proliferación de los dispositivos de radio que ya podía sostenerse una emisión propagandística de esa magnitud.

En Europa este fenómeno también se encontraba en pleno despegue y adquirieron protagonismo emisoras como, refiere Rodríguez (2016), “La *British Broadcasting Corporation* (BBC) en Inglaterra, la *Reichrund Funk Gesellschaft* (RRG) en Alemania, la Radiola en Francia (...) hicieron historia radiofónica y cada una en su respectivo país” (P 13).

Sin embargo, prosigue Rodríguez (2016), fueron las “estaciones norteamericanas como la KDKA de Pittsburgh, la *Radio Corporation of America* (RCA) de Honoken, o la primera cadena de estaciones de emisoras como la *National Broadcasting Corporation* (NBC)” (p 13) las que se convirtieron en verdaderos impulsores de la radiodifusión tras conseguir que el número de aparatos receptores pasara de 50.000 a 10 millones en 1929.

Asimismo, en Francia, *Bleustein Blanchet*, le da una utilidad publicitaria a la radio y esta poco a poco vuelve al medio en un instrumento de mercadeo. Marín (2006) cuenta “poco a poco los programas de radio se especializan y se extienden durante casi todo el día. Muchas emisiones transmiten actividades para la radio como conciertos, canciones, obras de teatro, lecturas entre otras actividades que crean nuevos géneros” (p.37). La respuesta que existía por parte del público era abrumadora y desde entonces pudo saborearse los efectos de la publicidad radial.

Gargurévich (1987) sostiene que la excepción probablemente fue la Unión Soviética donde se mantuvo una utilización política. En el resto del mundo, “la radio es concebida como una gran industria de fabricación de transmisores-receptores que se venderá en fuertes beneficios, a la vez que ellos mismos venderán productos y música” (p. 160).

En otra parte del mundo, en específico en América Latina, la radiodifusión inicia a partir de una serie de inventos rudimentarios que permitieron dar las primeras emisiones radiales, empezando en Argentina con Radio aficionados intercambiando información entre regiones.

El autor advierte que en el Perú la radio nace “como un calco desdibujado y mediocre del modelo norteamericano, premunido de las mejores y más perfeccionadas armas ideológicas del extremo liberalismo del país del norte” (p. 160). En realidad, la influencia de Estados Unidos fue un fenómeno que se replicó en el mundo entero.

Bustamante (2016) indica que tras la inauguración de la primera estación radiodifusora OAX –por parte del presidente Augusto B. Leguía en 1925- eran muy pocos quienes podían comprar una radio. En la década de los 30, sin embargo, cambió el panorama, pues por aquel entonces ya brillaban las primeras estrellas y la música criolla empezaba su reinado en el dial.

En las décadas de 1940 y 1950, los programas de radioteatros tuvieron cautivos a miles de oyentes a nivel nacional. Sobre todo en el último decenio, ya que por aquel entonces se disparó comercio de transistores y pilas o baterías eléctricas.

Posteriormente la llegada de la televisión restó dinero de la publicidad a las emisoras privadas, no acabó con la popularidad de la radio; por el contrario, las estaciones se reprodujeron en las décadas de 1960 y 1970. A comienzos de la década de 1980, no solo existía una radio comercial capaz de concentrar a jóvenes ciudadanos en espectáculos musicales multitudinarios, sino también una radio educativa y popular a través de la cual se hacían escuchar sectores antes desoídos. Por otro lado, la “exclusiva” frecuencia modulada era invadida por ritmos populares y voces irreverentes. La radio se mantuvo al lado de la

población en la violenta década de 1980 (...). Y en la década de 1990, a la hora de informarse, la gente le otorgó mayor confianza que a la televisión y la prensa escrita (Bustamante, 2016, pp. 29 - 30).

Así pues, tenemos que la presencia de la radio se ha extendido por décadas, inalterable, pese a la aparición de la televisión. Esto se tuvo no solo por la preferencia de los oyentes, sino también por la portabilidad de la radio, cuyos dispositivos cada vez más pequeños e independientes, podían mimetizarse en cualquier espacio del hogar, en el transporte privado y público y hasta en las calles. Sin embargo, esta realidad sufrió algunos ajustes a raíz de la llegada de internet a nuestras vidas. Esto, principalmente a partir de la década de 2000 y 2010.

1.3. La Radio Bajo la Influencia del Internet

Es innegable los cambios que ha experimentado la radio durante los últimos años. Ramos (2015) señala que estos se dieron notablemente “con el inicio y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)” (p. 758). En específico, advierte Fernández (2013) desde la aparición del Internet y los dispositivos móviles. Esto orilló a la radio a evolucionar y adaptarse a “nuevas ventanas para el mundo actual y los medios de comunicación masiva” (p. 23).

Precisamente, la internet abrió puertas a las emisoras de radio tradicionales, ya que gracias a ella obtuvieron la retransmisión de su señal por páginas web. Así surgió la llamada Radio *on line*, que utiliza la tecnología *streaming*:

El *streaming* ofrece un funcionamiento básico a través de un computador. En él se produce una transmisión de audio a un servidor en la *web* que cuenta con un *software* de *streaming*. Cardona y Vaca (2019) indican que el audio no se queda alojado sino que

tiene la posibilidad de transmitirse continuamente para ser escuchado desde cualquier parte del mundo donde haya conexión de internet, por cualquier persona en tiempo real.

La tecnología *streaming* trajo consigo además el rompimiento de las barreras del espacio al lograr que miles de usuarios puedan consumir radios de diferentes partes del mundo. Así tenemos, que un migrante peruano en Australia, pueda oír la transmisión de RPP en vivo y en directo, conectado desde una computadora o un dispositivo celular a través de internet. Algo que otrora fuera imposible.

La radio digital es una evolución natural de la radio analógica o tradicional todavía en uso. Para García (2012) solo se trata de una pequeña variante en la forma de consumir la misma.

Pero el internet no solo multiplicó, por así decirlo, la cantidad de canales disponibles de radios, sino también se adhirió a nuevas formas de lenguaje, entre ellas el lenguaje multimedia.

Con el lenguaje multimedia se abren posibilidades de ofrecer audio, texto, fotos, gráficos y video, cada uno con sus respectivos códigos de funcionamiento, pero integrados en un único relato. Con la narrativa interactiva, por su parte, surge la posibilidad de aumentar, completar, actualizar, enlazar, navegar y compartir los contenidos generados por el emisor original, por otras fuentes o por el mismo usuario, el cual participa (...) de un proceso de producción de contenidos abierto a sus aportaciones” (Martínez et al., 2012, p. 171).

La radio, al igual que otros medios de comunicación, se vio obligada a adoptar el lenguaje multimedia enriqueciendo su contenido. Así se puede hablar de cuatro tipos de radios en la red.

1.3.1. Sitios Web de Emisoras de Radio

Las emisoras de radio tradicional o generalistas replican la transmisión a través del soporte del internet. García (2012) indica que las “empresas de radio presentes en la red se limitaron inicialmente a una presencia institucional que llevara la imagen de la emisora al nuevo medio de difusión” (p. 135).

Esto tuvo un enorme potencial para aumentar la audiencia de la radio tradicional, refiere Silveira (2020), ya que la programación que antes estaba restringida a una región en particular sobrepasó las fronteras trayendo consigo un inevitable y celebrado aumento de la audiencia. Esto naturalmente puede traducirse en el crecimiento de la influencia del medio de comunicación.

1.3.2. Emisoras Exclusivamente en Red

Emisoras que no cuentan con una antena de radiofrecuencia ni con señal a través del éter. García (2012) plantea que estas emisoras consiguieron sortear obstáculos importantes para crear nuevas emisoras, “obstáculos que pueden ser de naturaleza económica, si hay que pagar una licencia de radio (...), de carácter burocrático, si es necesaria una autorización oficial, o de naturaleza política” (p.137).

En realidad, la radio online también es vista, según Silveira (2020), “como una forma de hacer este medio aún más democrático, ampliando los horizontes de lo que es posible hacer a través de la comunicación por voz” (p.24), pues la radio *online* hizo viable que cualquier persona con una conexión a internet esté facultada de transmitir mensajes fácilmente, y, por tanto, pueda ser escuchada en cualquier parte del globo.

1.3.3. Radios Temáticas

Como su nombre lo indica, estas radios *on line*, se centraron en la difusión de piezas musicales de determinados géneros. Sin embargo, como advierte García (2012), con el pasar de los años se vieron diezmadas principalmente por la difusión de la música en la red (entiéndase descargas de archivos de audio) que permitieron a los usuarios construirse sus propias colecciones personalizadas y utilizar la red de un modo más interactivo.

En sus inicios, estas emisoras tuvieron reconocido éxito por internet, tal como fue el caso de Radio Z, que tras desaparecer de la radiofrecuencia, se convirtió en una radio temática de culto en la web.

1.3.4. Sitios Web

Se trata de espacios en internet ajenos a la radio que ocasionalmente pueden transmitir a través del *streaming* de forma excepcional. Según García (2012), esto se da únicamente, con motivo “de un evento musical o de un acontecimiento de carácter excepcional” (p.137) o cualquier otro, que justifique la transmisión en vivo.

Estas denominadas radios del momento surgieron prolíficamente, dadas las facilidades que ofreció la red a los usuarios. Programadores de diferentes países colgaban tutoriales detallando la forma para crear una transmisión a través de la red, de la cual se valieron los radioaficionados para jugar a ser locutores de radio. El equivalente de hoy sería las transmisiones en vivo que se suelen hacer a través de las redes sociales.

Capítulo II

La Narrativa Radiofónica

2.1 . Conceptos

Dentro de las producciones sonoras, la narrativa radiofónica desempeña un papel muy importante para suplir la carencia de imágenes frente a medios audiovisuales. El uso adecuado de ellas, fomenta nuevas formas de imaginación y enriquece uno de nuestros sentidos más primitivos: el oído. Pero ¿qué es la narrativa radiofónica y por qué tiene tanta relevancia para su uso?

La narrativa radiofónica, según Martínez-Costa y Diez (2005, como se citó en Guarinos, 2009) viene a ser aquel “conjunto sistemático de reglas y criterios para el análisis teórico y descriptivo del modo de contar en este moderno medio de comunicación que es la radio” (p.17). García y Rajas (2011) opinan que “es el modo de aprender a utilizar la capacidad expresiva del audio en estado puro y con todo su potencial” (p. 243). Sin embargo, los autores advierten que como consecuencia de la modernización tecnológica del audio digital, se cuenta con una omnipresencia de sistemas de reproducción sonora, lo cual genera una ruptura generalizada de las formas sonoras con sus fuentes originales. Es decir, cada vez menos se suele recurrir al sonido natural en estado puro y se incurre al elemento artificial.

Ahora, para oír un gallo no hay por qué estar de madrugada junto a un gallinero y todos hemos oído alguna vez el canto de las ballenas, ¿pero cuántas veces hemos escuchado esos sonidos junto a un gallo o a una ballena reales? Si a cualquier persona expuesta a un sonido emitido a través de un altavoz que es reconocible como el “RING” de un teléfono clásico o el “RELINCHO” de un

caballo, se le pregunta que ha escuchado, nos contestará sin vacilar que un “teléfono”, o que un “caballo”. Pero allí no habrá teléfono ni caballo alguno y, es más, ni siquiera habrá garantías de que esos sonidos provengan de una grabación hecha junto a un teléfono o un caballo reales. Esta substitución del objeto que suena por su sonido en la mente del oyente constituye la esencia misma de la narrativa radiofónica (García y Rajas, 2011, p. 243).

La narrativa radiofónica utiliza estos recursos para crear familiaridad con la memoria sonora del receptor, vincularlo con la historia que se cuenta, a fin de impactar en la esfera emocional. García (2013) opina que “la mayoría de las personas concede más credibilidad al conocimiento recibido a través de una anécdota que alguien cuenta (p. 262).

2.1.1. En el Marco de la Narración Audiovisual

La narrativa audiovisual se caracteriza por el uso sinérgico de imágenes en movimiento y sonidos. Karbaun (2018) refiere que la creación de ella se inicia con la cinematografía, luego estas técnicas discursivas se trasladan a la televisión y después a la web. “Cuando se trata de contar relatos con imágenes en movimiento, se habla de narrativa audiovisual, la cual está constituida por dos dimensiones...: la historia (fondo o contenido) y el lenguaje audiovisual (forma o continente)” (p. 225).

García y Rajas (2011) sostienen que estas “narraciones hechas manipulando y ordenando los materiales sonoros y visuales que nos proporcionan las tecnologías audio y fotomiméticas, tiende a hacernos percibir el sonido solamente como un complemento,

como un añadido poco relevante” (p. 1234), pero esto no es del todo correcto. La narrativa radiofónica cobra especial interés en el marco de la narrativa audiovisual, ya que en esencia nutre cualquier tipo de producción. Sin ella ni el cine ni cualquier añadido sería el mismo.

De otro lado, se puede aseverar que la narrativa radiofónica ha obtenido grandes beneficios de las plataformas multimedia por la digitalización de la producción y la utilización del internet y, además, indica García (2013) esto es evidente ya que “las ventajas de la comunicación no-visual se traducen en poder escuchar haciendo otras cosas (entornos multitask), así como del valor de la relación entre lenguaje radiofónico alejado del mero discurso imitativo, imaginación y conocimiento” (p. 255).

2.2 . El Lenguaje Radiofónico

El lenguaje radiofónico, según Balsebre (1994), es un “conjunto de formas sonoras y no sonoras representadas por los sistemas expresivos de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio” (p.10), cuyo objetivo es hacer oír, ver, sentir y pensar al radioescucha, cumpliendo funciones específicas como informar, educar, entretener o persuadir.

Distintos objetivos conllevan unos usos del lenguaje y estrategias diferentes. La palabra y la voz transmiten un sentido determinado, orientan y potencian la imaginación del oyente; la música posee un valor expresivo propio y ayuda a transmitir contenidos estéticos; los efectos sonoros colaboran en la comprensión del mensaje favoreciendo la creación de imágenes auditivas; y el silencio, como pausa del sonido, favorece la carga sugerente del mensaje (Song, 2007, p.38).

Este aparato trae consigo una significación determinada por el conjunto de los recursos de la reproducción sonora y los factores que caracterizan el proceso de percepción sonora de los oyentes.

2.2.1. Elementos Sonoros y Elementos Radiofónicos

Se pueden distinguir cuatro tipos de sonidos: Naturales, Artificiales, Artificiados y Radiofónicos.

Por naturales, se entiende a los procedentes de cualquier cuerpo vivo o no activo por sí mismo o activado por otro elemento (el rumor del viento al mover las hojas de los árboles, el chapoteo del agua al caer una piedra sobre ella..., el crepitar del fuego). Se considera también natural al sonido de la voz (Guarinos, 2009, p. 46).

Dentro de los artificiales, como su nombre lo indica, se encuentran aquellos no existentes en la naturaleza, sino provenientes de instrumentos creados por el hombre. Aquí se halla la música. Respecto de los artificiados, se refiere básicamente a la combinación de sonidos naturales y artificiales. Finalmente, están los sonidos radiofónicos. Estos son la agrupación de todos los sonidos anteriores, con la difusión por radio como característica. Aquí la radio los independiza de la fuente sonora de donde proceden, al quedar injertos en un nuevo proceso de significación que es el lenguaje de la radio.

La autora resalta que los sonidos radiofónicos aglutinan tres significaciones superpuestas:

- La propia del sonido, como elemento del mundo natural
- La de transformación técnica
- La de su función

Así también, dentro de ella hallamos los siguientes recursos de intensificación sonora:

-Técnicos. Ecos, reverberaciones, cambios de velocidad (para estados oníricos o de inestabilidad psicológica y emocional de personajes, para evocar pasado o cambio espacio-temporal)

-Fónicos. Aliteraciones, anáforas, parodias fónicas... (para incidir en un significado o imprimir un sentido a una palabra, a una idea)

-Discursivos. Hipérboles, ironías, antítesis... (intensificando ideas y conceptos a través de frases o párrafos completos al estilo literario)

-Asociativos. Consiguiendo metáforas sonoras a partir de la asociación icónico-acústica de dos sonidos dispares (el canto de un gallo como signo de traición; las doce campanadas como hora límite del final de encantamiento) (Guarinos, 2009, p. 48).

Todos estos recursos sonoros funcionan dentro de un esquema de infinitas posibilidades en función de la necesidad del mensaje a transmitir.

2.2.2. Componentes del Mensaje Sonoro Radiofónico

El lenguaje radiofónico está conformado por la palabra, la música, efectos y el silencio, a partir de los cuales construye los sistemas sgnicos de su mensaje.

Chuquipoma (2019) aclara que estos elementos influyen en el proceso de percepción

sonora e imaginativa visual de los radioyentes, siempre y cuando los “códigos lingüísticos empleados sean también compartidos” (p.19) en un mismo escenario donde emisor y receptor comparten usos y costumbres. En un medio que carece de imágenes, la imagen mental se crea a través del sonido y este se enriquece en base a la experiencia del oyente.

La Palabra. Es el soporte del mensaje radiofónico. Ramírez (2005) indica que “de ella depende que sea tomada como veraz o no por el oyente” (p. 20). Es decir, el autor advierte que este elemento tiene gran influencia por sí mismo y su uso correcto, puede tener un impacto deseado en el oyente. Figueroa et al. (1983) coinciden con Ramírez al señalar que es “un elemento fundamental en el medio radial” (p. 29), e incluso, lo ponen por encima del lenguaje escrito.

(La palabra) no solamente comunica ideas, sino que transmite vida, calor humano que hace posible entrar en comunicación con los oyentes. Es por eso, que el medio radial aproxima distancias entre emisores y receptores. La radio entra en cada casa como un amigo que con su palabra emotiva intenta comunicar un mensaje al oyente (Figueroa et al., 1983, p. 30).

Por su parte, Guarinos (2009) resalta la importancia de la palabra dentro del relato radiofónico y la subdivide en el monólogo y el diálogo, pues la palabra “dialogada o monologada afecta a todas las áreas de creación y funcionamiento de un relato, su sintaxis, su gramática, su pragmática, etc” (p.53).

La palabra dialogada y monologada tiene siguiente relación de funciones:

- Enunciativa expositiva: Se emplea para datos e informaciones concretas.
- Programáticas: Construye la continuidad dentro de un género, programa o conjunto de la programación. Proporciona sensación de unidad entre las partes.
- Descriptiva: describe escenarios, personajes, objetos con gran importancia en el nivel de percepción imaginativa visual del oyente.
- Narrativa: Relata sucesos o acciones en el tiempo y espacio representados. Relaciona a los personajes con los hechos producidos y los ambientes donde suceden, generando estructura de exposición, nudo y desenlace.
- Expresiva: Manifiesta y exterioriza estados de ánimo. Debe de estar muy apoyada en la interpretación con una locución dramática. Es la función con la que se ayudan a construir personajes en la ficción.
- Argumentativa: Se usa para defender una idea con un proceso lógico de razonamiento (Guarinos, 2009, p. 53).

La Música. La música constituye uno de los elementos más esenciales dentro del lenguaje radiofónico, porque aporta una carga emotiva al mensaje. Aragón (2017) opina que este es “el ingrediente perfecto” para darle un sentido real a lo que se desea comunicar y, por tanto, no se debe subestimarse, pues “de la melodía dependerá que tanto se engancha al oyente, puesto que una sola nota puede hacer la diferencia entre un buen contenido armónico o un sonido repulsivo” (p.14).

La música tiene una función retórica más completa, opina Song (2007), pues juega el papel de atravesar el tiempo y espacio, ajustar el ritmo, expresar sentimientos. Puede producir diversas sensaciones en el oyente; sostener una atmósfera afectuosa, solemne, seria, humorística, alegre, o triste.

La música además, destaca Cuesta (2012), “ayuda a ordenar y distribuir contenidos y secciones en un programa, es decir, tiene un carácter organizador” (p.3). Su utilidad da para separar temas, partes de un texto, para realizar traslados de ambientación, cambiar escenas y para distinguir un contenido de otro. Chuquipoma (2019) sintetiza la idea señalando que la música tiene una función narrativa, una función descriptiva y una función expresiva. Y también desde la perspectiva retórica, se podría decir que la música tiene la cualidad producir efectos retóricos más concretos, como de ternura, contraste, ironía, etcétera.

Efectos Sonoros. Están presentes en todo el discurso radial con el propósito de lograr que el mensaje recuerde exactamente a un pasaje del contexto. Cuesta (2012) afirma que funcionan como sustitutos de la realidad al producir la evocación de fenómenos físicos y “sirven para desarrollar las narraciones ilustrando mejor una escena. Recrean la realidad, detallan lugares, tiempos y ambientes psicológicos” (p.7).

A través de ese fenómeno (producido por los efectos), el sonido escuchado se carga de sentido y, sobre todo, de valor de verdad en tanto que nos conecta con nuestra propia experiencia directa y personal. Así, el sistema de los efectos sonoros es esencialmente un operador que selecciona y trata las formas sonoras

generando efecto de verosimilitud, es el motor del realismo, de la sensación de verdad (García y Rajas, 2011, p. 247).

Los autores refieren que básicamente los efectos sonoros nos permiten asimilar el contenido como si se tratasen de algo real, ya que el objetivo es que recuerde la realidad misma. Chuquipoma (2019) asevera que esto se consigue porque los efectos sonoros poseen una función descriptiva, expresiva, narrativa y una función ornamental. Al respecto, argumenta que dentro de la función descriptiva está el recrear el efecto ambiental (que al tratar de representar al mar podría conseguirse a través del sonido de olas, aves y vientos fuertes). La función expresiva, que se limita a representar emociones o estados de ánimo, con el objetivo de crear un sentimiento en el receptor. Respecto del efecto sonoro en su función narrativa, advierte que sirve como efecto de transición entre dos contextos diferentes. “Por ejemplo, el sonido de los grillos, denotando la noche la cual se va mezclando de manera progresiva con el canto de un gallo, evocando el amanecer” (p. 24). Finalmente, la función ornamental, solo tiene un fin estético.

El Silencio. Dentro del lenguaje radiofónico, el uso del silencio probablemente pase desapercibido. Sin embargo, su aparición en el discurso debe ser asimilada como natural especialmente si se tiene en cuenta que hay un tipo de silencio también natural en lenguaje hablado. Cuesta (2012) señala que el silencio representa el estado de ánimo del emisor. Esto podría entenderse cuando deja de intervenir en ciertos diálogos, buscando estimular cierto aire de reflexión, invitando indirectamente al receptor a poner más atención en el mensaje.

Song (2007) entiende que el uso del silencio es propicio para generar expectativas, la sensación de tiempo para “dejar correr las emociones despertadas en la audiencia y también las propias, infiriendo desconcierto, reprobación o indignación” (p. 100-101).

Por otra parte Guarinos (2009) brinda una estructura más detallada al sostener que el silencio cumple funciones como la gramatical, pues sirve como signo de puntuación que separa escenas; una simbólica, pues su empleo puede sugerir arquetipos “como la muerte, el peligro, la calma tras una tempestad” (p. 61), etc.; una expresiva, por la sugerencia de estados anímicos, de tranquilidad, de soledad, de impacto emotivo que puede provocar el aparecer o desaparecer bruscamente el sonido; y finalmente una narrativa, pues tiene la capacidad de generar un impás dramático, una pausa reflexiva, ritmo y ambiental (p. 61-62).

2.3. El Narrador

El narrador, aquella presencia destacada por siglos como aquel que cuenta las historias, es parte fundamental para configurar toda narración. Ribes (2015) indica que es el “encargado de transmitir los acontecimientos, ya se le denomine sujeto de la enunciación, instancia narradora, meganarrador o de cualquier otra forma, y está presente en el relato a través de los procedimientos significantes necesarios para la construcción del relato” (p. 465).

En el marco de la narrativa audiovisual se considera tres tipos de narradores. Estos son el autodiegético o que relata sus experiencias; el homodiegético o personaje

que cuenta la historia sin ser el personaje central; y el narrador heterodiegético que cuenta la historia sin implicarse.

Merayo (2001, como se citó e Guarinos, 2009) presenta una clasificación diferente, entre los que destacan el narrador omnisciente o el que todo lo conoce (en la información es el que presenta las noticias; en la ficción, además domina los tiempos y espacios); el narrador testigo (que también es personaje de la historia); y el narrador implícito (“está por encima del narrador simple, que solo enuncia el relato y posee mayor capacidad expresiva que él”) (p. 113).

La clasificación de Merayo se ajusta más al contexto radiofónico, sin embargo no difiere mucho de la audiovisual. En el fondo, porque la figura del narrador es la misma en cualquier soporte.

2.4. Estructuras Narrativas en Radio

Son aquellos esquemas, soportes o combinaciones sobre las que se cierne la narración. La estructura tiene un sinnúmero de variedades y tiende a reinventarse de acuerdo al propósito de la historia.

2.4.1. La Estructura Tradicional

Es la estructura más usada por su simplicidad lineal, en donde resulta sencillo identificar la exposición, el nudo y el desenlace de la historia.

Dentro de la estructura tradicional, la exposición es aquella parte donde se ofrecen los datos básicos, donde acontece el primer contacto con el oyente. Suele

presentar dos partes, señala la Universidad Xunta de Galicia (s.f.): “una en que se presentan los elementos narrativos, personajes, tiempo, espacio y otra en que se presenta la acción” (p.3).

La estructura tradicional puede ajustarse a dos momentos narrativos. El primero se da en la información donde se hace presente en una breve introducción impactante en la boca del narrador. En la ficción, en cambio, se dan los personajes y las relaciones que entre ellos se establecen, así como en el espacio en el que conviven y el tiempo en el que sucede la acción.

En cuanto al nudo, Guarinos (2009) afirma que está formado por acciones que desencadenan en un conflicto o crisis denominado clímax. “En la información los conflictos en cadena son la explicación de datos principales de la noticia, el cómo y el por qué”, en tanto en la ficción “supone la sucesión del *plot points* principales y secundarios que se van resolviendo total o parcialmente y generando nuevos puntos de giros” (p. 120).

Finalmente se encuentra el Desenlace. Como su nombre lo indica, es la resolución del conflicto. Cancino (2017) refiere que aquí ocurre “el desenlace o la solución de la situación planteada, o la parte del relato donde se resuelve el conflicto propuesto al comienzo” (p.25). Su uso en información sería una repetición de lo anunciado en la exposición, mientras que en la ficción, el final del conflicto del protagonista.

2.4.2. *La Estructura Diegética*

Esta estructura rompe con la lineal, ya que tiende a la libertad creativa. Caminos (2017, como se citó en Colantti, 2018) señala que la diégesis “permite al narrador tener posibilidades de hacer una construcción diegética más amplia en su relato” (p.15).

Gordillo (2008), por su parte, advierte que en ella el “concepto de unidad se diluye y sustituye por microrrelatos que conforman, más o menos artificiosamente, un mismo discurso” (p. 6). Posee una propensión a hilvanar un orden personal e innovador.

Rompe esquemas.

Tiene la siguiente clasificación:

- a) Estructura de historias atómicas independientes. Cada historia es autónoma y empieza y termina formando un entramado de yuxtaposiciones episódicas.
- b) Estructuras de historias atómicas relacionadas:
 - Subordinadas. Donde una historia depende de otra principal.
 - En torno a un eje. (...) aglutina a su alrededor pequeñas historias que dependen de él y constituye el punto en común de todas ellas.
 - Simétricas o especulares. (...) se desarrollan hasta un punto y, a partir de él, regresan al de partida.
 - Paralelas. Historias (...) sin aparente conexión que comparten el mismo tiempo, tema, lugar, etc.
 - Convergentes. Historias independientes que convergen en idéntico tiempo y espacio.

- En abismo o cajas chinas. Historias que se desarrollan en el interior de otra que, a su vez, está dentro de otra superior (Guarinos, 2009, p. 122).

2.4.3. La Estructura Temporal

Como asevera su nombre, esta estructura da prioridad a la temporalidad. Está más ligada a la presentación de la ficción, ya que su complejidad la hace poco precisa o directa para un radioescucha interesado en información seria. Así tenemos las siguientes:

(...) lineal simple (fiel a su cronología), lineal intercalada (se intercalan secuencias no cronológicas), in media res (en mitad de la historia), paralela (historias paralelas no conectadas), de contrapunto (historias que coinciden en algún punto), inclusiva (historia que contiene otra historia), de inversión temporal (ruptura del tiempo cronológico) (Gordillo, 2008, p. 4).

Guarinos (2009) agrega la ‘invertida’, como aquella historia que empieza por el final y recorre al uso del flash back para su desarrollo; la ‘circular o anular’ y la describe como aquella “que termina de modo igual o parecido” (p.123); y finalmente menciona la ‘cíclica’, que plantea historias que se detienen en cierto punto y retroceden en el tiempo y se reinician pero con algunas variaciones, desde otra perspectiva.

Estas estructuras son bastante dinámicas para cautivar a los radioescuchas, sin embargo, requieren de especial atención por parte de estos, ya que de perderse detalles difícilmente podrá retomar la secuencia de la historia.

2.5. Categorías del Relato Radiofónico

Tenemos las siguientes:

2.5.1. Personajes

Son pieza clave de cualquier historia y, como indica García y Rajas (2011), “la construcción sonora de un personaje se centra y apoya obviamente en la voz” (p.251). Es decir, cualquier aspecto o característica que se quiera imprimir a la personalidad del personaje dependerá del modo como se proyecte su voz en el relato.

En otras palabras, la voz es el cuerpo del personaje y de ella dependerá la idea que forme el oyente del mismo. Algunas características psicológicas se pueden conseguir ajustando la dicción, entonación, etc. García y Rajas (2011) señala que “construyendo una dicción tensa y clara asociada a un timbre brillante (rico en resonancias agudas) se consiguen personajes inteligentes y seguros. En cambio, la baja tensión articulatoria y con errores de dicción” (p. 251) expresará lo contrario.

Al igual que la voz, también juega un papel importante los tipos de planos en los que se sitúa al personaje, pues este no solo servirá para marcar distancias espaciales. Guarinos (2009) señala que, “el primerísimo primer plano y el primer plano simbolizan protagonismo; el segundo, sumisión y el tercero posee función contextualizadora (p.131). Esta suma de elementos, puede propiciar una construcción más verosímil y fértil de un personaje.

2.5.2. Ambientes

Son los entornos sonoros donde acontece la acción. Este condicionará las circunstancias, las condiciones físicas de un lugar o una época que se quiere representar. Ortiz y Volpini (1995, como se citó en Guarinos 2009), clasifican la ambientación en objetiva, representativa y subjetiva.

La objetiva, como su nombre lo indica, es la más fiel al sonido natural o al que se oiría de modo real donde la escena tiene lugar. La representativa, por otra parte, ilustra la escena con sonidos, efectos o música que no tienen por qué corresponder con sonidos diegéticos. Su uso es más bien sugestivo, pero infinitamente ligado a la concepción cultural del oyente con el ambiente. Finalmente, está el subjetivo. Este no corresponde con la idea de lugar sino con la creación de una atmósfera en un lugar o la introspección del personaje. Lo que el personaje pueda manifestar, el tono de su voz, la música alrededor de este, los efectos, configurarán la escena de una manera muy particular.

2.5.3. Espacio

A diferencia del ambiente, el espacio se construye en base a los elementos que acompañan o hacen verosímil la contextualización en un lugar.

El modo de construir el espacio en la narrativa sonora es observar y reconstruir el carácter que éste imprime a los entes acústicos que se introducen en él. Hablar de espacio es hablar de distancias, de alturas y de volúmenes, de izquierda y derecha, de lejos y cerca. Mientras alguien arrastrando una maleta con ruedas pasa a nuestro lado por un pasillo y vamos escuchando primero como se acerca y

luego como se aleja, estamos escuchando el espacio (García y Rajas, 2011, p. 253).

Desde otra perspectiva, Camacho y Cristlieb (1999) indican que dentro del espacio radiofónico existen cinco planos sonoros. Estos son el plano psicológico o primerísimo primer plano, la cual es la voz íntima, cercana que nos habla de tú a tú; el primer plano o el sonido que se percibe con total claridad por encima de los demás sonidos; el segundo y tercer plano, donde la fuente sonora está alejada del micrófono); y, por último, el plano de fondo, que sirve de acompañamiento y ayudan a evocar un ambiente sonoro específico.

2.5.4. Tiempo

El manejo del tiempo en la narración radiofónica tiene una doble función: Así tenemos la cronológica y psicológica.

(La función cronológica) ofrece al radioescucha un sistema de referencia que le permita ubicar los sucesos en un tiempo cronológico determinado como año, mes, día y hora en que sucedieron los acontecimientos (...). Entre las convenciones más evidentes de la radio para señalar el tiempo cronológico se encuentran las campanas del reloj, el trinar de los pájaros, el viento y la lluvia, el canto del gallo, del búho o de los grillos (Camacho y Cristlieb, 1999, p. 50).

La función psicológica, en contraparte, busca fomentar en el oyente la impresión de duración determinada por el contenido dramático y por el ritmo del montaje. García y Rajas (2011) intenta explicar la función psicológica planteando transmitir al receptor

una contraposición radical entre la tensión y la tranquilidad. Para ello ejemplifica una escena crítica en el interior de la cabina de control de un avión de pasajeros, con dos situaciones:

Situación 1: tres locutores que representan a la tripulación del avión hablan entre sí con gran rapidez y tensión, haciendo grandes cambios tonales y de intensidad, construyen frases muy cortas que se superponen describiendo de manera compulsiva los problemas del avión (...); Situación 2: los locutores y una locutora que encarnan a dos pasajeros y una azafata mantienen una conversación tranquila y agradable sobre el destino del vuelo. Hablan lentamente, con frases largas y entonaciones suaves (García y Rajas, 2011, p.255 – 256).

Dentro del tiempo radiofónico también cobran especial relevancia las elipsis temporales, pues, asevera Guarinos (2009) “permiten ahuecar el presente para saltar al pasado en forma de flash-back simple o doble flash back (uno dentro de otro) o al futuro a través del flash-forward (premonición cuando se trata de vivencias anticipadas propias de la ciencia ficción)” (p. 142).

2.6. Géneros Radiofónicos Informativos y Ficcionales

2.6.1. Géneros Radiofónicos Informativos

En radio, los géneros informativos se dividen en géneros de monólogo, de diálogo, mixtos y de opinión.

Géneros de Monólogo. Los géneros del monólogo se caracterizan por tener una sola voz enunciativa durante la presentación. En algunos casos la presentación de

cualquier contenido puede ser realizada por uno o varios interlocutores, sin embargo, estos no dialogan entre sí, ni con terceras personas. Es decir, se evita la interacción entre las partes, buscando dar la sensación de unidad. Esto es bastante común en las radios informativas, donde los locutores se limitan a leer noticias.

Merayo y Pérez (2001, como se citó en Martínez-Costa y Herrera, 2004) indican que también “la fuerza de los géneros basados en el monólogo estriba en su sencillez, si bien las limitaciones del sentido auditivo obligan a que estos discursos tengan que ser necesariamente breves” (p. 133). Por lo general, también son monótonos y serios.

Entre ellos se tiene:

La Noticia. Narra un hecho respondiendo a las preguntas básicas del quién, qué, cuándo y dónde. Martínez (2002) la define como un modelo de representación de la realidad que se basa en la narración de los elementos básicos de un hecho. Guarinos (2009), por su parte, señala que “debe procurarse que sea sin intervención de opinión de quien la profiere” (p. 176).

Dentro de los elementos narrativos, sobresalen por su importancia el espacio y tiempo. La estructura de la noticia consta de entrada, desarrollo y cierre. No admite efectos sonoros para completar la escena. Es muy básica en comparación a otros contenidos.

El informe. Guarda muchas similitudes con la noticia, entre ellas el ser lineal, no obstante, va más allá porque aporta datos y explica el núcleo de los hechos, es decir

responde el por qué. Guarinos (2009) señala que es un género explicativo y “carece de opiniones del locutor, pero sí puede conllevar intervenciones de testigos, es decir, testimonios de protagonistas” (182). Es decir, el locutor mantiene un perfil bajo, aunque su posición subjetiva esté implícita o camuflada en la narración.

Así también a diferencia de la noticia, el informe sí cuenta con efectos sonoros, aunque sutiles, como ráfagas musicales y sonido ambiente.

La crónica. Es un género narrativo-descriptivo en el que prevalece la postura individual del narrador y, en el que según Rodero (2005, como se citó en Guarinos 2009) se valoran los datos de una noticia desde el lugar donde está aconteciendo. La diferencia con los anteriores géneros mencionados, es que en la crónica los hechos aparecen matizados por el yo del cronista. Es decir, se nutre de la decodificación que hace el narrador de la realidad. La manera cómo lo percibe y expresa gira en torno a su posición.

Es un género de inspiración factual, que se centra en el relato y la descripción de hechos, y en el que -sin embargo- tiene cabida el punto de vista del cronista porque ha asistido al desarrollo de un acontecimiento y habla en calidad de testigo. La crónica tiene una intención testimonial, distinta de la que se percibe en aquellos relatos meramente expositivos en los que se cuenta una síntesis de los datos y hechos conocidos a través de fuentes indirectas (Martínez-Costa y Herrera, 2007, p.70).

Es importante resaltar la presencia testimonial del cronista en los hechos cumple una función descriptiva y también contextualizadora.

Géneros de Diálogo. A diferencia de del monólogo, el género de diálogo se caracteriza por tener más de una voz enunciativa y, en el que prevalece, como su nombre lo indica, la interacción.

Martínez-Costa y Herrera (2004) indican que “reproducen mejor la estructura del lenguaje oral, requieren un esfuerzo menor en la atención e introducen fórmulas expresivas más ricas, variadas y dinámicas” (p. 133). Tienen por intención dar más frescura a las estructuras informativas. El género de diálogo por excelencia es la entrevista.

La entrevista. Este género de diálogo se caracteriza por ser un mecanismo de captación de información que oscila entre preguntas y respuestas y conclusiones, que puede confundirse con una charla. Sin embargo, indica Rodero (2001, como se citó en Gómez, 2017), su objetivo es interpretar la realidad para el oyente, “unos datos, una información, opiniones, valoraciones que ofrecer al oyente” (p.37).

La entrevista de radio otorga al oyente el papel de un observador externo en una conversación. Escucha el diálogo como si fuera una dramatización, cuya atención se ve sugestionada en base a la agilidad y dominio de los interlocutores.

La entrevista suele estar revestida de ese carácter de espontaneidad porque -aunque fue pactada entre el locutor y el entrevistado-, siempre impone una cuota de naturalidad, por los tropiezos y aciertos propios del momento que son, básicamente, el modo en como fluye una conversación cotidiana.

Géneros Informativos Mixtos. Se caracterizan por tener matices de los géneros de monólogo y de diálogo, creando unidades que se sostienen por sí mismas. Destacan el reportaje y el documental.

El Reportaje. Este género tiene un carácter narrativo-descriptivo. Martínez-Costa y Díez (2005, como se citó en Herrera, 2007), lo define como “un modelo de representación de la realidad que a partir del monólogo radiofónico persigue narrar y describir hechos y acciones de interés para el oyente” (p.91). Este se vale de un uso de fuentes rico y variado, además de una producción creativa y estética, a fin de brindar un contexto de interpretación más amplio.

Rixe (2018) advierte que el reportaje profundiza un hecho noticioso al abordarlo desde diferentes enfoques. “En el reportaje la pregunta ¿por qué? resulta fundamental” (p.37), pues no basta con la exposición de los hechos, sino que es fundamental hallar una explicación. Para ello, se nutre de distintas notas informativas que enriquezcan la información de un hecho determinado, presenta entrevistas con algún personaje protagonista o testigo, recurre a análisis de datos o encuestas de opinión, brinda las conclusiones del reportero y todos aquellos elementos que propongan una reconstrucción completa de una noticia.

En ese sentido, el reportaje es quizás la forma más completa de abordaje de un hecho noticioso. Además cuenta con efectos sonoros, lo cual lo hace un lienzo para la creatividad narrativa.

El Documental. Este género mixto oscila entre el diálogo y el monólogo al describir la realidad. Guarinos (2009) aclara que el documental puede incluir entrevistas y declaraciones y abordar un hecho que no necesariamente esté sujeto a noticias ni temas de actualidad. Presenta también diferentes puntos de vista.

La realización de documentales además de la utilización de recursos como la entrevista, la noticia, etc, también se puede incluir, asevera Fevrier (s.f.), “dramatizaciones, testimonios, poemas, fragmento de canciones, etc., con el fin de hacerlo atractivo e interesante” (p.1). Esto hace al documental uno de los géneros más completos y, por lo general, suelen ser extensos.

Géneros de Opinión. Están vinculados a los géneros informativos, aunque tiende a crear una posición e influir en el público. Parte de un punto de vista personal. Guarinos (2009) señala que dentro de ellos también los habrá de monólogo y diálogo, “pero su naturaleza, completamente dependiente de la actualidad informativa, los aleja de la estricta información” (201) y su objetivo va de informar a generar referencias de criterios.

Entre los principales géneros de opinión figuran el editorial, la entrevista de opinión y el coloquio. Dentro del coloquio encontramos la mesa redonda, el debate y la tertulia.

2.6.2. Géneros Radiofónicos Ficcionales

Son aquellas piezas o estructuras radiofónicas que tienen como base la ficción. Rixe (2018) advierte que son dramatizaciones derivadas de los géneros literarios y pone como ejemplos concretos de estos el audio cuento y la radionovela. Estos géneros se valen de recursos estéticos propios del lenguaje radiofónico, estructuras temporales y secuencias narrativas.

Rodero (2004, como se citó en Villafranca, 2019), señala que se “distingue entre los géneros de monólogo: cuento, relato radiofónico; los géneros de diálogo: sketch, representación y radioteatro; y, finalmente, géneros mixtos: adaptación “literaria y recreación” (p.67).

Por su parte, Guarinos (2009) los clasifica en dos grupos, como son géneros ficcionales dramatizados y géneros ficcionales narrativos.

Géneros Ficcionales Dramatizados. Son aquellos géneros, cuyo eje temático es el drama. Se apoyan en el diálogo entre los protagonistas. De acuerdo a la literatura consultada se consideran los siguientes:

Teatro Radiofónico. Cuenta con una estructura expositiva basada en el diálogo y la no existencia de narrador. Rodero (2004) señala que “el radioteatro es la interpretación de una serie de personajes que atraviesan un conjunto de situaciones complejas en distintos escenarios” (p.6). La autora aclara que la trama es compleja y tiende a agrupar subtramas tanto físicas como psicológicas.

La estructura del relato amplía tanto el tiempo como la complejidad temática. El planteamiento puede alcanzar hasta los quince minutos, el desarrollo barajando

distintas acciones puede rondar los cuarenta minutos y el cierre es el más breve en torno a cinco o diez minutos (Rodero, 2004, p. 6).

En radioteatro, la voz, su intensidad, tono y timbre están codificados. Así se vale de estereotipos vocales para brindar valores reconocibles a sus personajes. Aquí es importante considerar la siguiente caracterización de voces:

- Estentórea o de trueno. Voz grave y recia para personajes negativos.
- De campana. Majestuosa y enérgica, firme. Aventureros, hombres de mundo, mujeres maduras y con personalidad.
- Argentada. Joven y alegre. Héroe o heroína. Galanes.
- Cálida. Melodiosa, armoniosa, para seductores.
- Cascada. Temblorosa, insegura, para ancianos.
- Aguardentosa. Ronca, sin armonía, para personajes de mal vivir.
- Atiplada. Chillona, para afeminados, niñas.
- Blanca. Infantil o femenina. Clara y aguda. (Guarinos, 2009, p. 223).

Como se puede apreciar, los estereotipos se limitan a patrones vocales, los cuales refuerzan la trama en la medida de su verosimilitud. Sin embargo, es importante resaltar que el papel de las voces también se apoya en efectos sonoros que, sumados en conjunto, hacen mejor decodificable el mensaje de la ficción.

Teatro Seriado. De similar tratamiento con el teatro radiofónico. Sin embargo, la diferencia con el primero radica, recoge Guarinos (2009), en que “su estructura general realiza un mantenimiento de la trama principal prolongada, pero con conflictos

que se resuelven en cada capítulo o no” (p.224). Es decir, entre sus características está el poseer una representación episódica o serial.

Géneros Ficcionales Narrativos. Se caracterizan por contar con la presencia dominante de un narrador. Es de valor señalar que pese a contar con la presencia de diálogos durante su desarrollo, el hilo de la historia queda bajo la supremacía del narrador. Dentro de los géneros de monólogo se cuenta con:

El Relato Radiofónico. Presenta la historia o relato basado en el monólogo. Es decir, la estructura expositiva la da el narrador, que es la voz predominante durante la historia. Rodero (2004) indica que “resulta más recomendable incluir dramatizaciones que lo enriquezcan, lo conviertan en más atractivo y susciten la identificación de los oyentes” (p. 3).

Generalmente, establece Guarinos (2009) es el narrador el que introduce el tema y el conflicto y luego pasa al conocimiento directo de los personajes, para retomar la intervención del narrador cuando sea necesario. “Se trata, pues, de un discurso oscilante, entre el *showing* y el *telling*, predominando uno u otro según el caso” (p. 230).

La afirmación establece que se recurre en mayor medida al narrador omnisciente, es decir, aquel que es ajeno a la historia y la narra de manera impersonal. Sin embargo, es importante resaltar que también se utiliza al narrador personaje o testigo. Incluso, puede usarse más de un narrador para enriquecer la historia con una variedad de voces.

La Radionovela. Es el género de ficción más amplio y completo. Presenta una historia de manera seriada. Rodero (2004) aclara que si bien mantiene las características del relato, “en la radionovela nos encontramos con una unidad superior que marca el desarrollo de la historia general” (p.3).

Su estructura ostentará un conflicto principal que se mantendrá durante toda la existencia de la novela, señala Guarinos (2009), “mientras que se irán sucediendo tramas secundarias que se desarrollan sobre un número finito de capítulos hasta que son resueltas y sustituidas por otras” (p.239).

En la radionovela, el narrador es heterodiegético. Esto quiere decir que se sitúa al exterior de la ficción y no participa como protagonista. Se busca evitar el apelar a la audiencia, como en los géneros informativos.

Ficción en Publicidad Radiofónica. Se encuentran la cuña, el publlirreportaje, el comunicado, la mención, el microespacio, el patrocinio y la continuidad. De todos ellos, rescata Guarinos (2009), la cuña es la de resultados más creativos, pues “adquiere forma dramatizada, de llamada, de testimonio de consumidores, de argumentación, de descripción, de evocación. Es decir, puede tener una apariencia ficcional o no ficcional” (p.244).

La forma de ficción es la forma más frecuente de presentar las cuñas en radio, sin embargo, también recurre a relatos y dramatizaciones muy breves. Posee libertad creativa e innovación.

Puede tener dos esquemas:

-Escena + locución corporativa: basada en el diálogo de personajes.

-Escena + locución corporativa: basada en la descripción y narración. (Guarinos, 2009, p.244).

Capítulo III

Podcast, ¿una Nueva Forma de Hacer Radio?

3.1. El Fenómeno Podcast

Son muchos los autores que teorizan acerca del origen del podcast. Sin embargo, lo que sí es innegable para cualquier letrado, es que esta innovación tecnológica surgió para facilitar a las emisoras de radio la difusión de sus programas en diferido a través de internet. McHugh (2020) narra que la creación del podcast aconteció en el 2004 y trajo consigo una ventaja para los nuevos oyentes: descargar a conveniencia el producto grabado por las emisoras de radio para su público en la *web*.

Desde otro punto de vista, Chuquipoma (2019) sostiene que este formato nació como una alternativa difusora de contenido periodístico y ganó popularidad notablemente los últimos años, no solo por la libertad del uso de sus recursos radiofónicos (como efectos sonoros, música, silencio, palabra), sino por el tipo de lenguaje (que desafía el *status quo* de los *mass media*) “que se adapta a las necesidades de los jóvenes y se permite también un consumo atemporal desde la descarga en cualquier dispositivo móvil” (p. 6-7).

Pero, ¿hubo acaso un programa iniciático que desencadenó este fenómeno tal como lo conocemos hoy?

Este programa se llamó Serial, una emisión en línea de periodismo de investigación, que fue creada en 2014 por un equipo de radio independiente de Estados Unidos. Se centró exclusivamente en una investigación independiente sobre la muerte de Hae Min Lee, una estudiante de secundaria asesinada en 1999, cuyo exnovio, Adnan

Syed, fue condenado a cadena perpetua por el crimen. La creadora del podcast, Sara Koenig, sin embargo, tenía dudas acerca de la culpabilidad del feminicida y a través de doce episodios se le pudo oír desgranar una a una las pruebas.

Sarah Koenig (...) acababa de descubrir una nueva forma de aprovechar el poder de la voz. El estilo de *Serial* no se parecía a nada de lo que hasta entonces se había escuchado en la radio. La periodista se dirigía a los oyentes como si fueran sus colaboradores en la búsqueda de la verdad, lo que provocó animados debates en las redes sociales. Además, los episodios se desgranaban en una narrativa natural, sin ajustarse a franjas horarias, y con una duración que variaba en función de las necesidades. *Serial* logró un éxito inmediato, con cinco millones de descargas en el primer mes (McHugh, 2020, p.7).

Esta forma de abordar la noticia enriqueció en gran medida el consumo por parte de los oyentes, ya que pasaron a jugar un papel de protagonistas secundarios en la aventura que inició Sarah Koenig. McHugh indica que a partir de entonces el *podcast* ha evolucionado, adoptando múltiples formatos, siendo el *podcast* de conversación (en el que los animadores improvisan sobre un tema), experimentó un rápido auge.

Por su parte, Estrada (2020) indica que en líneas generales hablar del fenómeno podcast es hablar de un *boom*, “según los *rankings* de las plataformas *Spotify*, *iVoox*, *Google podcast*, *Apple podcast*, las cuales son los sitios más populares dedicadas a la difusión de este tipo contenido”. (p.1) Para contextualizar el tamaño de este fenómeno, citemos al podcast más escuchado en el mundo, *The Joe Rogan Experience*, a través de *Spotify*, que tiene una audiencia de más de 11 millones.

En la actualidad, complementa González (2018), radios, canales de televisión y prensa escrita se fueron adaptando a la transición a los contenidos de voz. Entre ellas “La estadounidense *National Public Radio* (NPR) fue una de las pioneras (...), mientras que en televisión, CNN, BBC, Fox News, CNCBC, *Bloomberg TV* y ESPN, entre otras, fueron las primeras en apostar por el formato” (p. 93). El autor refiere que al principio, se centraron en el audio, pero hoy ya se habla de vídeo, dentro de la narrativa transmedia que desarrolla un medio de comunicación.

De igual manera, en el Perú, medios tradicionales como RPP, América Televisión, El Comercio y La República, a pesar de contar con un posicionamiento nacional, tienen una plataforma virtual exclusivamente para *podcast*. Como se puede ver, en este nuevo escenario multicanal se han embarcado todos los medios, cualesquiera que sean sus orígenes. Así también, en el país se cuenta con *podcast* independientes, como El Langoy, *Wilson Podcast*, *Hablemos con Spoilers*, Moloko Podcast, entre otros, que apostaron por el formato desde cero y hoy por hoy son un referente en el país y América Latina.

En el Perú, el 60% de internautas consume actualmente audio digital. Y de este grupo de usuarios, el 20% escucha *podcast*, es decir, contenidos de audio subidos a la nube de manera permanente, según un estudio de la empresa Redmas (Condor, 2019).

Estos datos estadísticos demuestran que en el Perú el consumo de *podcast* es un fenómeno en ascenso. Y es que su fórmula parece ser la fórmula del éxito, pues en cada parte del mundo donde se han dado propuestas, la respuesta ha sido abrumadora.

3.2. Definiendo el Fenómeno

La primera referencia a la palabra *Podcast* aconteció en el diario *The Guardian*. La literatura concede la autoría al periodista Ben Hammersley. McHugh (2020) advierte que Hammersley compuso *Podcast* de la contracción de los términos “*iPod*”, “(el lector portátil creado por la empresa estadounidense *Apple* que permitió a los usuarios descargar ficheros de audio) y de “*broadcast*” (difusión, en inglés)” (p.7), el cual se ajustó exactamente a las características de este invento.

Otra posición la sostienen Safko y Brake (2009), citados por Quintana et al. (2017), quienes señalan que “el término ‘*podcasting*’ surge de la combinación de ‘*Public On Demand y Cast*’, y es una transmisión pública que se descarga según demanda” (p. 87).

En ambos casos, el concepto de *Podcast* se ajusta al propósito que tienen esta plataforma hoy en día. Tal es el caso de Solano y Sánchez (2010), que definen a *podcast* como “un archivo digital de audio, aunque también puede ser de video (*vodcast*) que puede ser distribuido por Internet y que está vinculado a sistemas de sindicación RSS que permiten su revisión automática y periódica” (p. 125). Quintana et al. (2017) sostienen que este contenido sonoro grabado puede ser consultado a la carta en cualquier momento luego de su emisión o alojamiento en el servidor, y “tiene dos tipos de presentaciones básicas como son el audio y el video, los tipos de archivos mp3 y ACC, para la primera categoría de presentación y mov, m4V y mp4, para la segunda” (p. 87).

El podcast puede usarse con diferentes propósitos sonoros y, a su vez, permite la búsqueda, escucha y descarga asincrónica a través de la web por medio de dispositivos móviles; el tipo de descarga no constituye una limitante para el acceso a los productos radiales debido a las ventajas del ancho de banda con el que cuentan el Internet móvil, el doméstico y el institucional en nuestros días. (Quintana et al., 2017, p.83)

Su contenido variado, afirman Gutiérrez y Rodríguez (2010), va “desde tecnología a recetas, pasando por entretenimiento, política, educación, filosofía, religión, música o humor” (p.15) y son elaborados de muy diversas maneras sobre un tema específico o parecidos a un programa de radio, intercalando música y comentarios y hasta efectos de sonido. Sin embargo, lo que da un podcast es la sensación de profundidad.

En un *podcast*, la palabra, la música, los efectos y el silencio, opina Chuquipoma (2019), “conforman un constructo, un sistema o mejor dicho un lenguaje radiofónico que los usuarios oyentes de *podcast* perciben a través de sus sentidos (significante) y que este tipo de lenguaje radial sea interpretado por ellos desde su entendimiento (significado)”. En ese sentido, el oyente está bastante familiarizado con lo que un Podcast puede ofrecer, ya que el lenguaje que se utiliza en un podcast es herencia de la radio convencional.

3.3. Tipología de los Podcast

Podría decirse que la tipología de un *podcast* tal como lo conocemos hoy en día, no sea doctrinalmente correcta, desde el punto de vista académico. Esto porque todavía

la literatura está descubriendo el potencial de este invento y sus implicancias. De hecho, no hay estudios serios que lo sostengan. Sin embargo, hay esbozos en internet que van construyendo una identidad.

Así tenemos clasificaciones como la del *podcaster* Ivan Patxi, quien ha explicado en su blog cuáles son los tipos de *podcasts* que existen.

Los tipos que nombra son: programa de radio en diferido, *podcast* grupal en formato conversacional, *podcast* de «*Daily*» (*podcast* diario), *podcast* monográfico de un solo integrante, *podcast* «*based on real facts*», «*real lives*», *podcast* de artes narrativas, *podcasts* formativos, formato de resolución de dudas o «efecto *Google*», ficciones sonoras, radioteatro o interpretativos, *podcasts* periodísticos o de investigación y adaptaciones de televisión a formato *podcast* (Rivera y Rivera, 2019).

Sin embargo, también existen clasificaciones más categóricas, que van desde contenido, técnica y dinámica, las cuales nombramos a continuación.

3.3.1. Por Contenido

Dentro de esta tipología, explica Gutiérrez y Rodríguez (2010), se encuentran las categorías de entretenimiento, formación o educación e informativo.

Entretenimiento. También se conocen como *podcasts* interpretativos. Cervantes (s.f.) señala que aquí podemos hallar programas de “relatos de terror, poesía erótica, reseñas televisivas, críticas de cine o segmentos de humor. Aquí también pueden entrar ficciones sonoras, radioteatro” (p.6). En conclusión, en equivalencia a la radio, sería todos aquellos programas que recurren al uso de la narrativa radiofónica ficcional.

Formación. Los *podcasts* formativos o educativos son los que tienen una finalidad educativa, es decir, tienen por objetivo ofrecer un valor añadido en alguna materia específica. De acuerdo a De Pouplana (2020), entre los más exitosos se tiene como eje temático a los de emprendimiento, finanzas, marketing, nutrición, desarrollo personal, lenguas extranjeras, mecánica automotriz, etc., por citar algunos.

Por su parte, Cervantes (s.f.) resalta que los *podcast* de formación o educativos tienen un público objetivo de nicho y, por tanto, se vale de esta ventaja para usar un lenguaje más acorde e incluso especializado si así lo requiere para la interacción con sus oyentes.

Informativos. Como su mismo nombre lo indica, tienen por finalidad informar sobre un hecho de actualidad, igual que lo hacen los medios de comunicación convencionales. De Pouplana (2020) refiere aquí se encuentran los periodísticos o los de investigación.

Los *podcasts* de la categoría informativa, de investigación o periodísticos, son aquellos programas cuyo contenido resulta tendencia; parten de noticias actuales y su objetivo es el mismo que un noticiero por radio o televisión informar lo que acontece en el mundo actual. A diferencia de las primeras dos categorías ésta no forma parte del llamado contenido *Evergreen*, es decir la vigencia dicho contenido es pasajera (Cervantes, s.f., p. 6).

3.3.2. Por Técnica

En esta categoría figuran los *podcasts* en base a la forma como son presentados. Así se cuenta con *podcast* en formato de audio, video (*vodcast* o *vidcast*) y *screencast*.

Los *podcasts* de audio, señala Cervantes (s.f.), se reproducen en formato MP3 y su principal característica es que es única y exclusivamente audio. Los *podcasts* de vídeo, también llamados *vodcast*, *vidcast* o *videocast*, son aquellos programas que combinan el audio del podcast tradicional con video. Estos programas están en formato MP4. También hay un tercer tipo donde el audio está acompañado por imágenes fijas y sincronizadas que ayudan a reforzar los temas tratados.

Por último, señala De Pouplana (2020) está el llamado *screencast*, un tipo de podcast que funciona como un tutorial. Consiste en la presentación de una captura de pantalla mientras el autor va explicando cómo hacer algo o solucionar un problema. Buscan educar y mostrar de forma ilustrativa un procedimiento cualquiera.

3.3.3. Por Dinámica

Los tipos de podcasts por dinámica, según De Pouplana (2020) se sustentan en la cantidad de anfitriones y/o entrevistados, así como la temática. Estos son: *podcast* de monólogo, *podcast* grupal, de entrevista, y de debate.

De Monólogo o Monográfico. Los podcasts de monólogo o monográficos, según Cervantes (s.f) son aquellos que cuentan con un solo anfitrión. Indica que el *podcaster* se encarga llevar las riendas de la introducción, desarrollo y final de cada programa. Los de monólogo son los podcast más primitivos, ya que en sus inicios, los *podcaster* nacieron como un equivalente a los *youtubers*.

Grupal. El *podcast* grupal, sostiene Cervantes (s.f.), presenta dos o más anfitriones en cada episodio. Requiere de una dinámica más planeada para que la participación de todos los anfitriones “sea fluida, amable y sobre todo equilibrada”. Por lo general se aborda una temática de actualidad.

De Entrevista. Cervantes (s.f.) señala que los podcasts de entrevista pueden tener uno o más anfitriones y en cada episodio presenta a un invitado especial para hacerle una entrevista convencional (intercambio de preguntas y respuestas). Por lo general, la temática gira en torno al personaje y las declaraciones de este van a guiar la fluidez.

De Debate. Los podcasts de debate o mesa de discusión se caracterizan por contar con varios anfitriones y/o invitados especiales. Cervantes (s.f.) advierte que el programa se centra sobre un determinado tema para generar intercambio de opiniones y propiciar el debate. Estos pueden abordar política, economía, conflictos sociales, religión, por mencionar algunos ejemplos.

3.4. El Impacto del Podcast Frente a la Radio Tradicional

En los últimos años la aparición de nuevas tecnologías de difusión ha modificado el paradigma de transmisión y recepción de todos los medios tradicionales, entre ellos, la radio.

Este proceso de transformación básicamente, opina Moreno (2017), fue “motivado por nuevas formas de interacción con los contenidos, un nuevo sentido de la periodicidad, el consumo asociado a la ubicuidad y la movilidad y a su vez, a nuevas

interfaces y plataformas” (p. 335), que surgían como respuesta a un mundo globalizado, donde las barreras geográficas se rompieron.

Así tenemos un medio que se ha levantado frente a la radio tradicional como una respuesta a la necesidad tecnológica de los oyentes. O, como diría López et al. (2015), “hacia estructuras de relación comunicativa más abiertas, de complicidad permanente, instantaneidad en la comunicación, contenidos compartibles de usar y tirar, información adicional en imágenes, experiencias, transmedia, radio a la carta, etc” (p. 49).

Esta es una etapa de cambio de paradigma comunicacional. Así como la transición de lo analógico a lo digital modificó las formas de producción y consumo de relatos, ahora los procesos discursivos se orientan hacia las redes sociales como plataformas de distribución y consumo (...). Los prosumidores y medios tradicionales (televisoras, radioemisoras, periódicos) tienen la posibilidad de compartir roles comunicacionales en las redes, situación antes impensable décadas atrás, cuando los *mass media* poseían el protagonismo y la hegemonía discursiva (Karbaum, 2018, p. 236).

Y, este contexto social cultural, sostiene López (2019), “ha propiciado que estos nuevos oyentes y los tradicionales se decidan por el consumo del podcast frente a la radio tradicional” (p.67). Por tanto, a decir de Hernández et al. (2013) “el podcast irrumpe en un momento en el que la radio estaba precisamente culminando su proceso de digitalización” (p.55).

En ese sentido, Berry (2006, como se citó en Hernández et al., 2013), manifiesta que no se trata de un medio que “vincula audio, web y dispositivos portátiles, sino que estamos ante una tecnología disruptiva que ha forzado al negocio de la radio a cambiar

y reconsiderar determinadas prácticas preconcebidas sobre las audiencias, los modos de consumo, la producción y la distribución” (p. 56).

Así tenemos estudios sociales que avalan lo afirmado:

La 3ª Ola del EGM [Resumen general de resultados Estudio General de Medios – de España] desde el 6 de septiembre al 14 de noviembre de 2017 confirma que el streaming supera a la onda media en la escucha de radio (AIMC, 2017). La radio tradicional, sintonizada en AM o FM es cada vez una realidad que se reserva a momentos muy puntuales, ya que la escucha tiene lugar de forma más habitual en el PC o el teléfono móvil. (...) la escucha de la radio tradicional solo se produce en situaciones muy concretas (principalmente en el coche) y como fuente de información de acontecimientos de actualidad. Escuchamos las noticias de camino al trabajo o a la salida de este, o música cuando viajamos en el automóvil (López, 2019, p. 335).

Pero ¿qué específicamente es lo que ofrece el podcast en comparación a la radio?

La diferencia fundamental con la radio (y otros medios tradicionales en general), manifiestan Hernández et al. (2013), es que la primera se basa “en un modelo de distribución de la información de pocos a muchos, mientras que el *podcasting* se basa en un modelo de comunicación de muchos a muchos” (p. 53). Este flujo podría ser entendido como la democratización de la participación de emisores en el que las mayorías (profesionales o no profesionales) disponen de un canal que les permite convertirse en creadores y difusores de contenido. Un punto a favor del *podcast*,

precisamente, es el bajo costo de producción, que no significa perder los efectos comunicacionales ni sacrificar el formato.

Por otro lado, desde la perspectiva del oyente, Uribe (2021) indica que “no hay una acción imperativa de por medio, ya que el oyente no es sometido a la programación como ocurre en la radio; como resultado se tiene otro tipo de oyente quien posee el poder de elección” (p.14). El oyente tiene el control eligiendo qué escuchar, dónde y en qué orden. Incluso, se podría decir que es el que determina la línea editorial.

Jorge Heili, periodista y estratega de medios, asegura que desde hace ya un tiempo los usuarios están en el centro de las operaciones digitales. Ya pasó con los vídeos y *YouTube*, y con el contenido ‘*on demand*’ en *Netflix*. Ahora con los *podcasts* queda en evidencia, una vez más, que los usuarios son los que deciden qué escuchar (Rivera y Rivera, 2019).

Lo que el podcast agrega, señala González (2018), “es la capacidad para llegar a audiencias que no tenían la costumbre de sintonizar la radio a la misma hora todos los días o cada semana” (p. 86) y también potencia en la audiencia identificación, ya que, en comparación a la radio, su contenido y profundización es de nicho. Es decir, se dirige a un público objetivo bastante segmentado, usando una temática particular y exclusiva para determinado tipo de personas. Esta segmentación potencia la percepción de pertenencia a un grupo.

El podcast, agrega Chuquipoma (2019) “se permite un lenguaje verbal más explícito donde puede narrar la información tal y como es, no tiene límite de palabras” (p.9). Ramos (2020) comparte esta posición y advierte que “además de sintetizar, también permite profundizar en un suceso con menos restricciones y con mayor libertad de tiempo de gestión del contenido” (p. 4) en comparación a la radio.

Con respecto a la publicidad, sostiene Gallego (2010) el *podcast* es mejor soporte publicitario. Esto debido a que a través de la lectura de algoritmos de internet podemos conocer exactamente cuántas personas lo escuchan, desde dónde lo hacen, desde qué página, etc., consiguiendo así la producción de publicidad personalizada para cada oyente, algo imposible en la radio tradicional.

Sin embargo, autores como Zumaeta (s.f., como se citó en Gonzáles, 2018), sostienen que *podcast* y radio son primos hermanos, pues “beben de las mismas fuentes: palabra, música, efectos especiales y silencio” (p. 87). Sin embargo, resalta que antes que escoger un podcast nadie lo elige por ‘lo bien que suena’, sino por lo que cuenta.

Un reciente análisis de los podcasts de audios más populares en iTunes en España subraya como el perfil del *podcasting* –al menos, el de los casos más exitosos y con mayor tirón de audiencia– se caracteriza “por la apuesta de grupos de comunicación por la producción de contenidos de ficción, pensados específicamente para esta forma de distribución, con contenidos bien guionizados y con una cuidada edición de audio. Por su parte, las redes de *podcast* independientes tienden, en general, a presentar contenidos de tipología diversificada, que acuden al encuentro de tipos de públicos variopintos” (Gonzáles, 2018, p. 88).

Algo que no se puede discutir es que pese a estas pequeñas discrepancias y similitudes con la radio, el *podcast* mantiene a la narrativa radiofónica más viva que nunca. Esto es porque desde siempre se ha nutrido de la radio para su desarrollo. La narrativa, por otra parte, trasciende el medio y prevalece frente a los avances tecnológicos. Es más, se fortalece con estos, evoluciona. Y lo que no se puede negar es que tanto, radio como *podcast* van hacia una misma dirección que es generar el hábito de escucha.

Capítulo IV

Conclusiones

1. La radio es un medio de reconocida influencia social, que desarrolló un lenguaje propio que responde a formas de sensibilidad sonoras, y construye un mundo diferente a los instalados por los medios audiovisuales.
2. El lenguaje radiofónico es un conjunto de recursos expresivos que se vale de la palabra, la música, los efectos sonoros y el silencio para desarrollar el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los receptores.
3. La narrativa radiofónica es un constructo basado en criterios preconcebidos para vincular estrechamente al receptor con la realidad que se comunica, buscando impactar en la esfera emocional, a través del desarrollo de historias.
4. En los últimos años la aparición de nuevas tecnologías de difusión ha modificado el paradigma de transmisión y recepción de la radio. El internet solo inició el proceso de cambio.
5. En la actualidad hablamos de prosumidores (otrora consumidores) que tienen la capacidad compartir roles comunicacionales en las redes frente al protagonismo y la hegemonía discursiva que ostentaba la radio antaño.
6. El podcast ha cambiado los hábitos de consumo y la interacción de los oyentes haciendo que se trate de un formato más abierto, económico, sin restricciones.

7. El podcast emplea la narrativa radiofónica por herencia de la radio. La narrativa, por otra parte, trasciende el medio y prevalece frente a los avances tecnológicos. Es más, se fortalece con estos, evoluciona. Y tanto, radio como podcast van hacia una misma dirección que es generar el hábito de escucha.

Capítulo V

Sugerencias

1. Se sugiere a los *podcasters* capacitarse constantemente respecto a temas técnicos referentes al lenguaje radiofónico, a efectos de potenciar su narrativa radiofónica logrando un producto de calidad.
2. A las universidades que cuentan con Escuelas de Comunicación Social brindar las herramientas necesarias a los futuros egresados para emprender un canal, el cual también podría ser parte de la evaluación de un curso académico.
3. A los estudiantes que sientan curiosidad por adentrarse en el mundo de *podcast*, estudiar la narrativa radiofónica otrora usada en radio, estudiar el contenido de los espacios más exitosos a nivel mundial y plasmar sus ideas en un proyecto, que sea factible.
4. A los medios de comunicación que crean contenido alterno potenciar la interacción con los usuarios (prosumidores), así también mantener el espíritu de prensa libre que es la esencia de los *podcasts*.
5. A las agrupaciones profesionales o Colegio de Periodistas, denunciar cualquier forma de censura que pueda surgir a través de las redes sociales, a fin de garantizar una sociedad más justa y libre.

Bibliografía

Alfaro, R.M., Gogin, G., Pinilla, H., y Téllez, R. (s.f.). *Cultura de Masas y Cultura Popular en la Radio Peruana*. Diagnóstico para construir una alternativa radial. Calandria.

Antón, E. R. (2008). Publicidad en radio: Publicidad, sí, pero no radiofónica. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, (20), 1-16.

Aragón-Martínez, G. (2017). La música y sentido musical en la radio, una búsqueda y reflexión sobre los autores y sus trabajos. *Razón y Palabra*, 21(2_97), 201-228.

Balsebre, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Editorial Cátedra.

Barrios Rubio, A. (2013). *La radio en la era de la sociedad digital*.
<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.4>

Bustamante, E. (2016). *La radio en el Perú*. Universidad de Lima, Fondo Editorial.

Camacho, L. y Cristlieb, F. (1999). *La imagen radiofónica*. McGraw-Hill Interamericana.

Cancino Peña, J. (2017). Textos narrativos. Fundación Universitaria del Área Andina, Bogotá. Recuperado de:

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1421/Textos%20narrativos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cardona, M. y Vaca, Y. (2019). *Tendencias de la radio online como apoyo a la construcción de estrategias propias para el medio*. Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación. Vol. 17, N°. 34, 2019 (Ejemplar dedicado a: January-June), págs. 177-201

Carram, M., Soria, G., Llimós, G., Borrastero, C., y Cuevas, N. G. (2006). *La Radio en la escuela. Razón y palabra*, 49.

Cervantes, I. (s.f.) *¿Qué Es Un Podcast? Tipos de Podcast. Episodio 86*. Comunica y emprende. <https://www.comunicayemprende.com/tipos-de-podcast/>

Chuquipoma Bravo, E.S. (2019). *Análisis del lenguaje radiofónico en noticias locales de un podcast en una plataforma virtual*. [Tesis para obtener el grado de licenciado en Ciencias de la Comunicación]. Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/74168>

Colantti, A. (2018). *La diégesis en relatos de no ficción: los universos narrativos de Fargo y Jorge Lanata*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y

tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Universidad Nacional de
Villa María:

http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num.php?explnum_id=2066

Condor, J. (21 de mayo de 2019). Perú: 20% de usuarios de audio digital ya escucha podcast. *Gestión*. <https://gestion.pe/tendencias/20-usuarios-audio-digital-peru-escucha-podcast-267545-noticia/>

Cuesta, O. (2012) Los axiomas de la radio, tecnología y periodismo radiofónico. *Razón y Palabra*, 17(81), 1-22. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524426048.pdf>

De Pouplana, T. (7 de octubre de 2020). *¿Qué es un podcast? Material, tipos y cómo montar uno*. Cyberclick. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-podcast-material-tipos-y-como-montar-uno>

Fernández Cuesta, A. (2013). “Onda corta vs. Radio online”. *Radio exterior De España en la era digital*. Recuperado de <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/66676/114-250-1-PB.pdf?sequence=1>

Fevrier, Susana (s.f.). *El documental radiofónico*. Recuperado de: https://www.academia.edu/11903804/El_documental_radiof%C3%B3nico_Susana_Fevrier

Gallego, J. (2010). Podcasting: nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros. *Podcasting*, 0-0. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/11205/>

García, A. (2013): De la radio interactiva a la radio transmedia: nuevas perspectivas para los profesionales del medio, *Icono 14*, volumen 11 (2), pp. 251-267. doi: 10.7195/ri14.v11i2.567

García González, A. (2012). *Radio digital e interactiva. Formatos y prácticas sociales. Revista ICONO 14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 8(1), 133-146. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i1.285>

García, F. y Rajas, M. (Ed.). (2011). *Narrativas Audiovisuales: el relato*. Madrid: Icono14.

Gargurévich, J. (1987). *Prensa, radio y tv: historia crítica*. Lima. Editorial Horizonte.

Gómez Infante, A. (2017). La entrevista radiofónica como género informativo en la comunicación. [Memoria para optar el grado de doctora. Universidad Complutense de Madrid]. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/41933/1/T38576.pdf>

González, J. (2018). El auge del pódcast como nueva narrativa periodística. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, (37), 85-99.

Gordillo Álvarez, I. (2008). El cine de senderos bifurcados: propuesta metodológica para el análisis narrativo del discurso de historias múltiples. *Guiónactualidad*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11441/25513>

Guarinos, V. (2009). *Manual de narrativa radiofónica*. Editorial Síntesis. Madrid.

Gutiérrez Porlán, I., y Rodríguez Cifuentes, M. (2010). Haciendo historia del podcast. Referencias sobre su origen y evolución. Recuperado de: https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37469/1/capitulo2_historia_podcasts.pdf

Hernández, M. B., Rivero, A. J. L., Antón, E. R., y de Colsa, L. E. C. (2013). Evolución del conocimiento y consumo de podcasts en España e Iberoamérica. *Blanquerna School of Communication and International Relations*, (33).

Herrera Damas, S. (2007). El reportaje en radio: Anatomía de un género. Repositorio Institucional de la Universidad Carlos III de Madrid. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10016/10508>

- Karbaum, G. (2018). *Narrativas social media y el prosumidor mediático. Correspondencias & Analisis*, (8), 219+. <https://link.gale.com/apps/doc/A578157711/IFME?u=anon~9fd92980&sid=googleScholar&xid=9667c3e0>
- Leiva, M. T. G. (2012). *Sintonizando el futuro: radio y producción sonora en el siglo XXI*. Instituto Rtve.
- Loor, L. D. (1995). *La radio: aquellos primeros años. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (52), 32-35.
- López, P. (2019). Estudio de casos de la ficción sonora en la radio pública, Rne, y en la plataforma de podcast del Grupo Prisa en España. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 12(2), 65-78. Doi: <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.6547>
- López Vidales, N., Gómez Rubio, L., Gómez Rubio, L., Redondo García, M., y Redondo García, M. (2015). La radio de las nuevas generaciones de jóvenes españoles: Hacia un consumo on line de música y entretenimiento. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 19(37). <https://doi.org/10.1387/zer.13516>

Marín, C. (2006). *Periodismo audiovisual: información, entretenimiento y tecnologías multimedia*. Editorial Gedisa. Barcelona.

Martínez Costa, M.P. (2002): “El proceso de escritura de la información radiofónica”, en
Martínez Costa, M.P. (coord.): *Información radiofónica. Cómo contar noticias en la radio hoy*, Barcelona, Ariel, pp. 97-119.

Martínez-Costa Pérez, María del Pilar y Herrera Damas, Susana (2004). “Los géneros radiofónicos en la teoría de la redacción periodística en España Luces y sombras de los estudios realizados hasta la actualidad.” *Comunicación y sociedad*. vol. XVII, núm.1, p.115-143.

Martínez-Costa, María del Pilar, y Herrera Damas, Susana (2007). *La crónica radiofónica: entre las rutinas profesionales y la calidad informativa*. *Comunicación y Hombre*, (3),69-79. [fecha de Consulta 8 de Abril de 2022].
ISSN: 1885-365X. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129412635006>

Martínez, M., Moreno, E., y Amoedo, A. (2012). *La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional*. Anagramas, vol. 10, N° 20 pp. 165-180.

Martínez Costa, M. del P., Moreno, E., y Amoedo, A. (2014). *La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional* . Anagramas Rumbos

Y Sentidos De La Comunicación, 10(20).
<https://doi.org/10.22395/angr.v10n20a11>

Mata, M. C. (1998). *Saber sobre la radio. Signo y pensamiento*, 17(33), 91-98.

McHugh, S. (2020). Gran angular: El podcast, la radio reinventada. *El Correo de la UNESCO*, 2020(1), 6-9. Recuperado de: <https://www.un-ilibrary.org/content/journals/22202315/2020/1/1/read>

Moreno Cazalla, Lourdes. Podium podcast, cuando el podcasting tiene acento.
Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820012.pdf>

Muñoz, J. y Gil, C. (2000). *La radio teoría y práctica*. Madrid. IORTV.

Prieto de Ramos, Iris y Durante Rincón, Esther. *La evolución de la radio y las implicaciones tecno-socio-culturales en la audiencia: De oyente a usuario en la recepción del mensaje*. *Espacio Abierto*. 2007;16(2):313-329.[fecha de Consulta 26 de Enero de 2022]. ISSN: 1315-0006. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216208>

Quintana-Guerrero, B., Parra-Duque, C., y Riaño-Peña, J. P. (2017). El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación

universitarios. *Anagramas-Rumbos y sentidos de la comunicación-*, 15(30), 81-100.

Ramírez Moreno, Deli. (2005). *Creatividad Publicitaria en Radio* [Trabajo monográfico para obtener el título profesional de Lic. En Comunicación Social]. Universidad Nacional del Santa.

Ramos, L. (2020). *Podcast y su impacto en la producción de contenido periodístico*. [Tesis para obtener el grado de Maestría en Artes de la Comunicación con especialidad en Periodismo digital.] Universidad del Sagrado Corazón. https://www.academia.edu/45591433/EL_PODCAST_Y_SU_IMPACTO_EN_LA_PRODUCCI%C3%93N_DE_CONTENIDO_PERIOD%C3%8DSTICO_EN_PUERTO_RICO?email_work_card=view-paper

Ramos-Ruiz, Á. (2015). *Radio hertziana vs. radio en Internet: Un análisis comparativo*. *Opción*, 31(4), 758-774.

Ribes, J. P. (2015). La presencia del narratario en el relato audiovisual. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, (24), 463-478.

Rivera, A. y Rivera, M. (21 Agosto 2019). *¿Qué tipos de podcast existen?*. Vía Podcast. <https://viapodcast.fm/que-tipos-de-podcasts-existen/>

- Rixe Tarazona, O. (2018). *El periodismo radial y las habilidades comunicativas de los alumnos de la Institución Educativa Cipriano Proaño 35001 de Cerro de Pasco – 2016*. [Tesis para optar el título profesional de licenciado en Educación Primaria]. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/820/1/T026_04059369_T.pdf
- Rodero, E. (2004). Clasificación y caracterización de los géneros radiofónicos de ficción: los contenidos olvidados. In *La comunicación: nuevos discursos y perspectivas* (pp. 145-156). Edipo.
- Silveira, L. (25 de marzo 2020). *¿Cuáles son las diferencias entre una radio online y una radio tradicional?* Brlogic. <https://blog.brlogic.com/es/cuales-son-las-diferencias-entre-una-radio-online-y-una-radio-tradicional/>
- Solano Fernández, I. M., y Sánchez Vera, M. D. M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 2010,(36): 125-139.
- Song, H. (2007). *La configuración retórica de la comunicación radiofónica - Presupuestos para una elocuencia perfecta de la comunicación oral desde la perspectiva de la Retórica* [Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Madrid]. <http://hdl.handle.net/10486/2255>

Universidad Xunta de Galicia. (s.f.). Las secuencias textuales.

<http://www.edu.xunta.gal/centros/ieslauroolmo/system/files/secuencias.pdf>

Uribe López, P.R.M. (2021). La tía te enseña podcast. [Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de Licenciado en Comunicación]. Universidad de Lima.

https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/15103/Uribe_Lopez-La%20Tia-Ense%C3%B1a.pdf?sequence=1&isAllowed=y