

Formatos sonoros radiofónicos

López Villafranca, Paloma. (2021). *Formatos sonoros radiofónicos*. Salamanca: Comunicación Social. 204 páginas. ISBN: 9788417600365



Que los medios tradicionales han complejizado sus sistemas de trabajo, transmisión y gestión es una verdad casi sin discusión. La radio de siempre hoy es multimedia, llega a los ahora usuarios por distintos canales y enfrenta el desafío de diversificar sus modelos de negocios, mirando las oportunidades digitales.

En este escenario *Formatos sonoros radiofónicos*, de Paloma López Villafranca, es una respuesta y actualización al mismo tiempo. Definida como un “manual”, esta obra es la continuación en una línea de pensamiento que alimentaron destacados autores, también españoles, como Mariano Cebrián Herreros, Armand Balsebre, María del Pilar Martínez-Costa, Emma Rodero o Miguel Ángel Ortiz, quienes seguramente encuentran su raíz común en el recordado Ángel

Faus Belaus y su clásico *La radio: introducción al estudio de un medio desconocido* (1974).

La obra de Paloma López se sitúa dentro de este universo y reconoce además una inspiración en ellos, pero su propuesta viene dada por una triple apuesta: la historia, la revisión de estudios anteriores y, sobre todo, la actualización a partir de los cambios que el entorno digital ha traído a la producción radial. En esta línea, la autora sostiene que el material busca ser no solo un manual de radio, sino uno que explore también otras narrativas sonoras, resultantes de la convergencia y de la disponibilidad de nuevos soportes.

Virtualmente el texto se divide en dos partes: los tres primeros capítulos destinados a conocer los ingredientes con los que se arma cualquier relato sonoro y los siete restantes nos describen la forma en que se pueden combinar estos ingredientes para generar distintos productos radiales. En concreto, el primer capítulo entrega una necesaria mirada histórica para comprender cómo hemos llegado al punto actual de medios convergentes teniendo a la vista la forma en que los avances tecnológicos han permitido la evolución del medio. Sin embargo, antes del viaje al pasado, la obra establece un par de definiciones que permiten conocer el rumbo que vamos a tomar. López adscribe a lo dicho por García Lastra: “La radio es un producto multimedia basado en el audio que se transporta por cualquier canal y se consume en cualquier dispositivo” (2012) definición que termina siendo una carta de navegación para el resto del texto. Así, en el segundo capítulo, destinado al análisis de los tradicionales elementos del lenguaje radiofónico —es decir, palabra, música, efectos y silencio— la autora aporta matices que enriquecen los conceptos a partir del carácter multimedial de la radio actual, pero siempre con la claridad que el sonido es el centro.

La segunda parte del libro desarrolla sucesivos capítulos destinados a ejes temáticos: la información de actualidad, entretenimiento y *magazine*, la ficción sonora, el deporte, la música y las radio-fórmulas, los formatos publicitarios y un capítulo final destinado, específicamente, a los formatos híbridos, emergentes de la interacción de radio e Internet. En cada uno de estos apartados “temáticos” se aprecia la mencionada propuesta de valor, partiendo por la evolución que dichos ejes han tenido en la historia de la radiodifusión española. En cada capítulo encontramos una actualización de las definiciones, basada en los cambios que el entorno digital genera en la producción sonora. Pero, para proponer esta actualización, es necesario desarrollar una tercera arista, que corresponde a una siempre exhaustiva revisión de lo que ya han señalado otros autores a la hora de ensayar categorizaciones. Y es en este punto donde radica uno de los más valiosos aportes: la autora distingue los conceptos de género y formato y separa estos, a su vez, de la noción de programas. Ya antes, Mario Alcudia (2008) propuso una mirada que buscaba esta amplitud en sus *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*, texto en el que sostiene que los tradicionales reportaje, crónica y entrevista, son insuficientes para mirar el total de la oferta radial y por ello es necesario hacer *zoom back* y analizar lo que llamó “macrogéneros” o áreas temáticas que contienen a distintos “tipos” de programas. López va en esta línea, señalando que los géneros responden a “*formas específicas* de organizar el contenido”, mientras que los formatos son las “*formas generales* que organizan el conjunto de programas y géneros de una misma emisora”.

Informar, acompañar y entretener son los verbos que siguen conjugando hoy la mayor parte de las emisoras del mundo. Respecto del primero de ellos, la radio es un actor central dentro de la industria de medios. En

Chile es consistente su aparición no solo como el medio más confiable, sino también como una de las instituciones más creíbles para la ciudadanía, solo detrás de las universidades y la policía civil, según la encuesta CEP (2022). Buena parte de esta confianza se basa en la cercanía que la radio puede construir con sus auditores, pero también en la credibilidad que sus productos informativos pueden generar. Es por ello que resulta necesario revisar las opciones de la radio para distribuir noticias.

En ese sentido, el cuarto capítulo del texto resulta especialmente valioso al proponerse, bajo el rótulo de géneros, una caracterización de las más tradicionales estructuras que nos permiten informar a la audiencia. Si bien la realidad española descrita presenta espacios que no coinciden con la oferta latinoamericana, los conceptos aquí definidos operan como un principio ordenador. La allí denominada "noticia" puede tomar en las radios chilenas y latinoamericanas distintas características, aunque la que más se le aproxima es aquella que en emisoras nacionales denominamos "despacho", un género que se caracteriza por la inmediatez de la entrega, casi siempre con el periodista en terreno. Estos rasgos son los que, a la larga, permiten sostener la confianza antes descrita. Junto al trabajo de categorización y nomenclatura, la autora no pierde oportunidad de entregar acotaciones que actualizan la vigencia de géneros como el documental, una pieza que por años se ha visto relegada en las radios comerciales tradicionales dado su presunto alto costo, pero que se ha revitalizado con las posibilidades de distribución que ofrecen diversas plataformas de podcasts, donde los formatos narrativos tienen precisamente al documental como uno de sus productos estrella.

Tal vez en los programas informativos es donde la radio se ve hoy en-

frentada a sus mayores desafíos en materia de contenidos. En estos espacios ha debido resolver, de forma concreta, el hecho que medios diversos cuentan hoy con la inmediatez que antes era capital exclusivo de la empresa radial. En otras palabras, ya no basta con el dato, pues este puede llegar a la audiencia antes en forma de *tuit*. Así, los formatos noticiosos han debido actualizar su catálogo de géneros garantizando la presencia de componentes de opinión o interpretación.

Los contenidos informativos, al menos en su soporte sonoro original, no son los más propensos a adquirir una segunda vida, precisamente por la naturaleza de sus asuntos. En cambio, la radio orientada a la entretenimiento sí cuenta con más oportunidades de ser escuchada en horarios distintos a los dispuestos por la programación lineal de la radio tradicional, gracias a su publicación en la web de la emisora. Por esto resulta valiosa, al inicio del capítulo sobre *magazine* y otros formatos de entretenimiento, la reflexión en torno al concepto de programa y la manera en que esta noción se complejiza en sus dimensiones temporales con la existencia de la denominada "radio a la carta".

La ficción sonora, producto estrella en la mitad del siglo pasado, se ha visto revitalizada gracias a la opción de consumo atemporal. López nos ofrece una minuciosa revisión de los tipos de ficciones sonoras clasificadas según sus objetivos, sus temáticas o sus periodicidades y apoyada en abundantes ejemplos vigentes.

Y si hablamos de nuevas especies sonoras, el *podcast* es la estrella. Nombrado así en 2004, pero en auge desde 2013, cualquier intento de clasificación de productos sonoros que prescindiera de ellos es una revisión incompleta. Pero, por otro lado, los intentos actuales por etiquetarlos y categorizarlos corren el riesgo de verse superados por el vértigo de la innovación en tiempo breve. Por esto mismo resulta

valiosa, para cualquiera que pretenda estudiar el mundo del podcast, la categorización que ensaya López: como en el resto de la obra el barrido por otros autores es minucioso y ofrece diversos criterios para entender que el podcast no es un formato sino muchos, donde cada uno cuenta con sus propias reglas de producción.

La masificación de Internet abrió nuevas posibilidades para la creación de contenidos sonoros. No es necesario disponer de una antena y costosos equipos para crear productos y llevarlos a una audiencia. Hoy cualquiera puede hacer un *podcast* o una radio entera en formato *on line*, pero si el objetivo es hacer un buen *podcast*, una buena radio *on line* o incluso un buen programa de radio, es necesario adquirir referencias como *Formatos sonoros radiofónicos*, que es un manual de enorme utilidad para todos, también para profesionales e investigadores, particularmente, por su valiosa capacidad de compilar y de actualizar.

Carlos Montenegro Armijo

Pontificia Universidad
Católica de Chile
cmontene@uc.cl

Referencias

Alcudia, M. (2008). *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*. Fragua.

Centro de Estudios Públicos (CEP) (2022). *Encuesta Nacional de Opinión Pública, Encuesta CEP 86, abril-mayo*. <https://bit.ly/3EpVxkM>

García-Lastra, J.M. (2012).

Del modelo productivo de la era analógica al de la radio multicanal. En Gallegos, I., *Sintonizando el futuro, radio y producción sonora en el siglo XXI*. RTVE.