

Esto ya ha pasado: desafíos y transformaciones del medio radiofónico en la sociedad reticular

Roberto Arnau Roselló
Universitat Jaume I

Con frecuencia, cuando nos referimos a las radicales transformaciones generadas por la velocísima evolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, cometemos un error de ubicación. Usamos el tiempo verbal del presente para hacer referencia a una acción que tiene lugar en el momento en que se habla, cuando, si nos esforzásemos en ser precisos, debiéramos usar el pretérito perfecto, para hacer referencia a una acción pasada (o acabada), aunque cercana en el tiempo. Esto es, cabría afirmar (con más propiedad) que las mutaciones derivadas de la creciente presencia de los dispositivos tecnológicos y el papel revolucionario de Internet 2.0 no *se están* produciendo, sino que ya *se han producido*, poco a poco y sin avisar, o bruscamente, según los casos, situándonos frente a un panorama incierto, en el que el profesional de los medios se ha visto abocado a adaptarse a los nuevos procesos y contextos en permanente (re)definición, sin apenas formación, asumiendo funciones lejanas al ejercicio del periodismo que, en muchas ocasiones, han repercutido en la calidad final de las informaciones elaboradas.

La digitalización de los medios informativos ha supuesto, pues, un punto de inflexión que ha sido aprovechado por la mayoría de las empresas para imponer unas condiciones laborales determinadas (generalmente más restrictivas) en busca de una redefinición de sus respectivos modelos de negocio. En el ámbito de la radio este proceso ha sido especialmente transformador. La nueva radio digital online responde a nuevos usos (como las descargas de *podcasts*, etc.), se nutre de nuevos contenidos cuyo desarrollo no se acaba de completar, se expone

DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.15>

a un nuevo tipo de usuario, funciona con nuevos métodos y dispositivos técnicos, pero conserva su calidez, cercanía e inmediatez intactas.

En esta sección Tribuna del número 5 de la revista *adComunica* se incluyen cinco trabajos de profesionales de muy diversa procedencia, que se ocupan de analizar diferentes fenómenos específicos del medio radiofónico. A pesar de esta diversidad, los autores nos muestran en sus textos numerosos puntos de conexión entre ellos: comparten puntos de vista críticos, aunque esperanzados, sobre la evolución del sector, al tiempo que construyen, cada uno a su modo, una reflexión sobre el papel determinante del periodista en todo este proceso; se interrogan sobre el impacto de Twitter y las redes sociales en los medios, y cuestionan el incierto futuro que les espera a los profesionales en un momento especialmente crítico para el medio.

En primer lugar, Antonio Fernández Cuesta plantea una reivindicación de la radio de onda corta, acercándose al caso de Radio Exterior de España, de Radio Nacional de España, a través del que propone un uso racional de Internet como medio para ampliar la difusión de la radio y no como pretexto para suprimir emisiones de onda corta que cumplen con garantías su función informativa, destinadas a oyentes con acceso limitado a red, por cualquier motivo. Un punto de vista sobre el consumo de radio en Internet como un agente potenciador de la radio tradicional, con sus propias virtudes y defectos.

A continuación, Juan Magraner plantea un lúcido análisis del contexto particularmente delicado en que se encuentra el medio radiofónico en la convergencia con Internet y las redes sociales. Su defensa de la necesidad de una renovación del medio, asociada a un anquilosamiento de las estructuras que apuntalaban la radio hasta casi la primera década del siglo XXI, pasa por la reflexión sobre el proceso de webdependencia que vive el modelo actual de radio abierta 2.0, que extiende su radio de acción a plataformas como Twitter o Facebook con absoluta precariedad de medios, haciendo aumentar las obligaciones del periodista mientras su nómina se retrae.

Por su parte, Ignacio Marimón se acerca a la realidad de las sinergias entre el medio radiofónico y el televisivo, como elementos propios de las estructuras empresariales que han superado el proceso de digitalización y han adaptado sus contenidos a la configuración reticular de la información en la actualidad. Su punto de vista tiene un carácter dual, apostando por el papel determinante que desempeñarán los profesionales en este futuro por definir. Por un lado, repasa algunos puntos fuertes de la colaboración efectiva y eficiente entre profesionales que implica el uso de las sinergias desde una perspectiva constructiva y, por otro, en advertir de los peligros que suponen estas sinergias tal y como se están implementando desde las direcciones de algunos medios de comunicación públicos, reunificando funciones en un solo trabajador que antes correspondían a varios, etc. con la consecuencia del deterioro efectivo del producto informativo y la calidad del servicio.

Por otro lado, Pilar Lluch repasa el proceso de digitalización iniciado en las radios comerciales generalistas en la década de los 90 del siglo pasado, deteniéndose en algunas evoluciones propias de las emisoras que vivieron la adaptación progresiva a las nuevas herramientas digitales. Su planteamiento desvela la evolución desde las webs radiofónicas iniciales que sólo eran una extensión comercial en la web del dial de la cadena, hasta la situación actual en la que las webs radiofónicas han absorbido los elementos de la web 2.0 y han elevado a Twitter a un Olimpo informativo más que discutible, a pesar de haberse enriquecido con sus elementos específicos. Su propuesta concluye con una interrogación acerca del camino por el que discurrirá el medio en los próximos años, lo que es seguro, afirma, es que construirá una nueva arquitectura, para una radio diferente.

Finalmente, Nuria Monfort, completa la sección con un artículo en el que se acerca al impacto generado por la aparición y consolidación de Internet como medio hegemónico de comunicación en relación al ámbito particular de la agencias de noticias.

A pesar de la situación de emergencia y crisis económica que azota el sector, contar con todos estos puntos de vista demuestra que pese a que la profesión está prácticamente estrangulada por la indeterminación y precariedad del contexto, se muestra más viva que nunca. Frente a este complejo horizonte plagado de indeterminaciones, sólo nos queda sumarnos a los autores por la reivindicación del papel del periodista como agente catalizador de un cambio que ya se ha producido, pero cuyos potenciales desarrollos están todavía por explorar. Quizás las empresas radiofónicas debieran valorar más la opinión sus propios profesionales.

Referencia de este artículo

Arnau Roselló, Robert (2013). Esto ya ha pasado: desafíos y transformaciones del medio radiofónico en la sociedad reticular. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº5. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 247-249. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.15>.