

Vol 6, Num 02
Edição Julho – Dezembro 2015
ISSN: 2179-6033
<http://www.periodicos.ufop.br/pp/index.php/radio-leituras>

Como citar este artigo: AVILÉS RODILLA, Claudio Guillermo. La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana-MG, v. 06, n. 02, pp. 11-36, jul./dez. 2015.

La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

Claudio Guillermo Avilés Rodilla¹

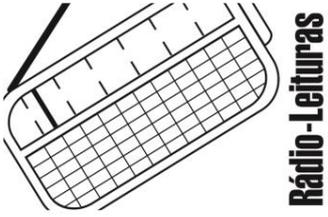
Recibido em: 10 de noviembre del 2015.
Aprobado em: 20 de diciembre del 2015.

Resumen

El escenario de digitalización y convergencia que posibilita Internet está obligando al periodismo a repensar sus roles, responsabilidades y estructuras narrativas. En dicho contexto, este trabajo analiza las estrategias de adaptación periodística de la radio estatal argentina al entorno de convergencia digital y mediante un recorrido por el sitio web de Radio Nacional se exploran diversas perspectivas: la estructura y actualización de la propuesta de noticias, los géneros periodísticos, la articulación multiplataforma, el aprovechamiento de la multimedialidad y la relación con el oyente-usuario.

Palabras clave: Radio pública; Periodismo; Convergencia; Internet

¹ Es Doctor en Comunicación por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata y Licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy (FHyCS-UNJu). Es docente efectivo en la Licenciatura en Comunicación Social de la FHyCS-UNJu. Es investigador de la Unidad de Investigación en Periodismo, Acción Colectiva y Esfera Pública (FHyCS-UNJu) y del Centro de Investigación en Comunicación “Luis Ramiro Beltrán” (UCSE-DASS). Es Coordinador de la Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy (EDIUNJu). Es autor de diversos trabajos científicos publicados en revistas de comunicación de alcance nacional e internacional. Email: claudiogaviles@yahoo.com.ar



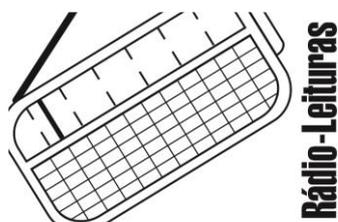
La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

Claudio Guillermo Avilés Rodilla

Desde hace algunos años, la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTICs), y en consecuencia el desarrollo de nuevos medios, han supuesto una importante convulsión para el periodismo en general. Los medios y el periodismo se encuentran insertos en un escenario en el que se ven obligados a redefinir sus roles ante la sociedad; pero también y de manera paradójica muchos de esos nuevos roles se desarrollan al margen de la voluntad y la conciencia de los propios medios.

De manera específica, la radios tradicionales se encuentran atravesadas y tensionadas por un proceso de cambios permanentes a partir del fenómeno de la digitalización y la vinculación con las NTICs; situación que las obliga a implementar diversas estrategias de adaptación en el ámbito organizacional, profesional y de producción de contenidos. En este escenario, las radios tradicionales adolecen de una crisis de identidad respecto a sus fundamentos elementales, sus funciones, sus formatos y su vinculación con las audiencias. En la propia esfera radiofónica y en los estudios que abordan a los medios y su relación con las NTICs se debate en torno a los fenómenos de digitalización y convergencia; dos conceptos que merecen una breve reflexión inicial.

El concepto de digitalización en radio (o de otros medios de comunicación) no puede ceñirse a un fenómeno exclusivamente tecnológico, ya que su injerencia atraviesa aspectos sociales, culturales, económicos y educativos. De igual manera, resulta erróneo vincular exclusivamente la digitalización de la radio con las transformaciones en el proceso de difusión o distribución. Por el contrario este proceso viene involucrando desde algunas décadas los trabajos de producción informativa, captura y edición de sonidos, almacenamiento y administración de datos y demás rutinas productivas (Bonet, 2007) que, a partir del uso de computadoras y recursos tecnológicos, fueron digitalizando los procesos previos a la difusión hertziana de programas de radio. Por otra parte, la digitalización de la distribución implica el

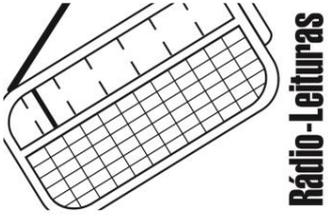


proceso de conversión de la señal analógica a una señal digital. Sin embargo, no existe un único estándar tecnológico para dicha conversión, ya que al menos se pueden mencionar cuatro grandes grupos: 1) el DAB europeo, y sus derivaciones y mejoras, 2) el IBOC de industria e impulso estadounidense, 3) el ISDB japonés y 4) el mundial DRM (Bonet, 2011). La decisión, política y económica, que gira en torno a la elección de una de dichas normas técnicas de distribución provoca frenos y tensiones importantes, ya que afectan intereses económicos de las posibles empresas prestadoras, como también efectos sociales y posibles derivaciones en tanto concentración de poder.

En Argentina todavía no se ha comenzado a desarrollar el proceso de digitalización de señales de radio (como sí ocurrió con la televisión), sin embargo en la región se está optando por la elección de un solo estándar: el IBOC, que no ofrece riesgos a los empresarios que ya cuentan con licencias de radio, ya que funciona con el mismo canal que hasta ahora vienen utilizando para afrontar la transición, brinda una mejor calidad de la señal y nuevos servicios asociados.

Ahora bien, al margen de la no digitalización de la radio vía hertziana, en Argentina la radio digital funciona y se distribuye principalmente a través de Internet; situación que paulatinamente impulsa a la radiofonía a insertarse en el fenómeno de la convergencia. Según explican Salaverría y García Avilés (2008), la convergencia implica un proceso multidimensional que, facilitado por la implementación de las tecnologías digitales de comunicación, afectan al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y de contenidos de los medios de comunicación, posibilitando y favoreciendo una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes que anteriormente estaban disgregados. De esta manera, los periodistas y productores radiofónicos, en el entorno de convergencia que posibilita Internet, pueden producir contenidos y distribuirlos a través de múltiples plataformas y múltiples lenguajes mediáticos desde los sitios web.

Este escenario de convergencia genera un amplio debate teórico respecto a la pertinencia de la utilización del concepto de “radio” para hacer referencia a las



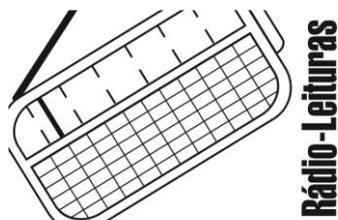
La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

Claudio Guillermo Avilés Rodilla

distintas formas de distribución y almacenamiento de audio que posibilitan las plataformas en Internet y su vinculación con otros lenguajes multimedia, ya que se considera inexacto el uso de categorizaciones convencionales para referir al fenómeno novedoso que imprime la web (Cebrián Herreros, 2001; Bonet, 2007). Sin embargo, desde otro ángulo analítico se valora positivamente el hecho de que Internet posibilite que la radio rompa con las limitaciones de cobertura de la señal de antena, brindándole cierta ubicuidad que le permite al oyente (ahora devenido usuario) escuchar la radio que prefiera desde cualquier lugar del mundo a partir de un dispositivo con conectividad web, pudiendo acceder a una amplia y diversa oferta de contenidos, formatos y servicios, sin las restricciones del tradicional receptor de radio (Franquet, 2003).

Desde el punto de vista informativo es posible evidenciar también cómo los escenarios de digitalización y convergencia están obligando al periodismo a repensar sus roles, responsabilidades, tareas y estructuras narrativas. El nuevo entorno impulsa a los periodistas a pensar su dimensión profesional desde una óptica multimedia, multitarea y multiplataforma (Salaverría, 2003). En particular, el periodismo de la radio en Internet está impulsado a adaptarse para no perder terreno frente a los otros medios y paulatinamente trata de desarrollar estrategias de aprovechamiento de las nuevas tecnologías para la investigación y la distribución informativa (López, 2011).

En este contexto, el presente trabajo se propone analizar las estrategias de adaptación periodística de la radio estatal argentina al entorno de convergencia digital que posibilita Internet. La elección de la radio estatal argentina como objeto de análisis parte de la pretensión de dar cuenta acerca del estado actual del proceso de adaptación a un nuevo estatus informativo de convergencia de un medio que, por su carácter estatal y público, no está necesariamente constreñido a las exigencias del mercado y a la opacidad de los intereses económicos; sin embargo, está obligado a desarrollar un uso eficiente de los recursos que la ciudadanía aporta al sistema a través de los impuestos.

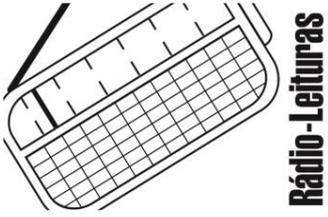


1. Internet, radio y periodismo en proceso de convergencia

Con el auge de Internet, los medios de comunicación tradicionales inicialmente optaron por trasladar sus contenidos habituales hacia el nuevo sistema web. Posteriormente, a partir de diversas adaptaciones, se fue configurando diferencialmente una nueva concepción de medios, con características y potencialidades propias. Conceptualmente se acuñó el término de cibermedios, con el objeto de definir a todos aquellos medios de comunicación que emplean el espacio de Internet para la difusión pública de informaciones periodísticas (Salaverría, 2005b) o cualquier tipo de contenidos, utilizando el lenguaje multimedia, hipertextual e interactivo (López y Otero, 2007) convergentes en un mismo sistema, Internet.

La multimedialidad posibilita la integración de todos los formatos de contenidos (texto, audio, video, gráficos, fotografías, animaciones) en un mismo soporte; permitiendo la convergencia de los diversos medios en Internet, pero también, siendo la principal responsable de la polémica respecto de la identidad de cada medio. El lenguaje hipertextual rompe con la linealidad o secuencialidad estructurante del discurso mediático tradicional y permite un modelo de construcción narrativa que aprovecha la distribución de la información en unidades discretas (nodos) y su articulación con otras informaciones disponibles en la web mediante órdenes de programación (enlaces). Finalmente, el modelo de interactividad constituye un sistema bilateral de intercambio informativo, tanto de distribución como de acceso y uso, dando lugar a que proveedores de contenidos y usuarios puedan intercambiar sus roles, a partir de la utilización del mismo soporte (Fontcuberta, 2006).

De esta manera, los cibermedios conservan determinados componentes de los medios tradicionales pero se actualizan, complejizan y potencializan a partir de la utilización de una variedad de recursos disponibles en el entorno de convergencia, adquiriendo a su vez una entidad diferencial.



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

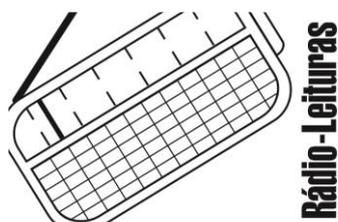
Claudio Guillermo Avilés Rodilla

1.1. La ciberradio

La radio atravesó un recorrido similar a los otros medios. En primera instancia, se consideró un movimiento que postulaba el desplazamiento de Internet hacia la radio, incorporando los aportes de la web en términos de información, música y otros documentos sonoros. En sentido inverso se habló de la radio por Internet, considerando al ciberespacio como un simple instrumento de distribución de los contenidos de la programación radiofónica de antena. Sin embargo, en el concepto de ciberradio se contempló una convergencia que supera el origen de ambas procedencias para la conformación de un nuevo medio que propone diversos cambios y exige otros planteamientos, nuevos aportes, contenidos y tratamientos (Cebrián Herreros, 2009).

El modelo de ciberradio rompe las limitaciones de distribución de las emisoras de ondas terrestres; supera el modelo de radio que ubica al medio como punto de proposición y distribución de contenidos y al destinatario como mero oyente, con oportunidades controladas para la participación. La ciberradio hace converger el modelo de radio de distribución al estilo tradicional con un sistema de almacenamiento informativo a disposición de los oyentes para su acceso irrestricto. De esta manera, minimiza la fugacidad y puede explorar el potencial de la memoria, de la base de datos y el acceso al contenido por segunda vez (López, 2011), habilitando así la facultad de re-escucha de contenidos, una capacidad de revisión antes limitada exclusivamente a los medios gráficos. De esta manera, la ciberradio aprovecha diversos recursos para la oferta y distribución de audio, entre los cuales se pueden destacar al menos cuatro que se podrían asociar con la búsqueda de una renovada identidad ciberradiofónica.

En primer lugar, la transmisión en vivo vía streaming resulta un recurso mediante el cual el sitio web de cualquier medio de comunicación permanece vinculado con la existencia previa del medio tradicional o analógico en cualquiera de

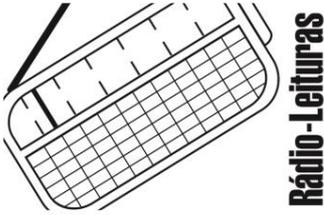


sus formatos. En la especificidad de la ciberradio, el streaming brinda la posibilidad de acceso a la retransmisión sonora en directo (modo sincrónico) de la emisora realizada por antena; logrando la coincidencia del momento de emisión con el de escucha.

Un segundo recurso es la posibilidad de ejecución de audio a la carta o bajo demanda, que brinda la posibilidad a la ciberradio de ofrecer noticias, entrevistas u otros contenidos de audio de manera fragmentada, en diferido y sin la necesidad de restringirse al aparato receptor de radio. A diferencia del streaming, resulta un modelo asincrónico en el que no coincide el momento de la emisión con el de la recepción, rompiendo con la unidireccionalidad, inmediatez y fugacidad del discurso radiofónico tradicional, ya que es el oyente-usuario quien decide qué contenido desea escuchar y cuándo hacerlo. Con este recurso, la ciberradio puede ofrecer contenidos sonoros complementarios, paralelos o totalmente distintos al de las emisiones de radio tradicional.

Un tercer recurso es el podcasting, creado principalmente para la descarga de contenidos sonoros a la computadora u otro dispositivo con acceso a Internet, mediante un enlace directo a la página que lo ofrece o desde una suscripción a un canal RSS. En su relación con la ciberradio, habilita la posibilidad de una escucha diferida, de consumo individual y de autoprogramación; y a diferencia del streaming y el sistema bajo demanda que requiere siempre la conexión a Internet, el podcasting, una vez bajado el archivo de audio, permite su escucha, uso y edición en cualquier lugar y con cualquier reproductor compatible (Cebrián Herreros, 2008).

Finalmente, la RSS (Really Simple Syndication) es un recurso de sindicación de contenidos que se basa en una herramienta de software a partir de la cual los oyentes-usuarios reciben en su computadora o dispositivo compatible información y documentos de audio actualizados previa suscripción a la fuente productora o almacenadora de tales recursos. Para esto, se necesita que la fuente emita un RSS y que el oyente-usuario instale en su computadora un agregador y lector de contenidos RSS (Cebrián Herreros, 2008). Este recurso permite que el oyente-usuario reciba



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

Claudio Guillermo Avilés Rodilla

contenidos de su propio interés y configure un micromedio personalizado a partir de contenidos que le serán enviados cada vez que se produzcan y actualicen.

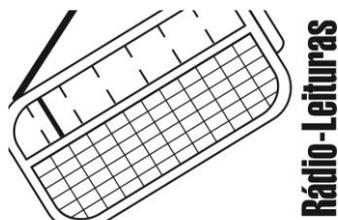
Ahora bien, el elemento más debatido en términos de identidad de la ciberradio resulta la posibilidad de incorporar los recursos multimedia a su narrativa. Sin embargo, como sugiere Débora López (2011), la radio, en su nuevo entorno de convergencia, debe combinar la narratividad multimedia para aumentar la eficacia de la información y ampliar las posibilidades de diálogo con el público, pero no debe abandonar su eje fundamental: el sonido. De esta manera, el lenguaje multimedia, hipertextual e interactivo debe servir de complemento y ampliación de la narratividad sonora de la ciberradio, en búsqueda de una profundización y densificación informativa para acercarse a un público rejuvenecido.

A su vez, la ciberradio puede ampliar las posibilidades de participación tradicionales de la audiencia pero también fomentar las relaciones de interactividad entre los propios oyentes (Cebrián Herreros, 2008). El desafío superador de la ciberradio es convertir a los oyentes tradicionales en oyentes-usuarios, brindándoles la facultad de poder ser los decisores del proceso comunicativo, posibilitándoles el acceso individualizado y en tiempos diferentes.

2.2. Periodismo ciberradiofónico

De manera similar a lo que ocurre con el resto de los cibermedios, el periodismo en la ciberradio atraviesa un proceso de revisión productiva y narrativa.

Desde el punto de vista profesional, la convergencia multimedia en la que está inmersa la ciberradio exige a los periodistas una actitud diferencial hacia la construcción de las noticias y su adaptación a las nuevas herramientas y recursos. El periodista ciberradiofónico debe adquirir progresivamente conocimientos que le permita trabajar no sólo con el audio, sino también en la producción de videos, textos,

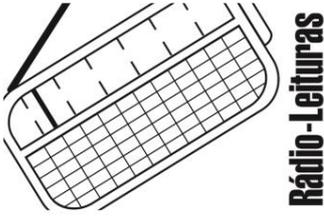


fotografías e infografías (López, 2011). Estas nuevas exigencias configuran la necesidad de un periodista multimedia, multitarea y multiplataforma, debiendo cumplir funciones de redacción, fotografía, edición y otras labores que antes estaban realizadas por distintas personas. El periodista deberá estar capacitado además para adaptar la construcción informativa para ser distribuida por diferentes canales (Salaverría, 2003).

Sin embargo, si bien el periodista de la ciberradio deberá manejar diferentes lenguajes multimedia, su desafío específico será mantener el enfoque en el audio, lo cual no implica una desatención de la narrativa multimedial, sino un aprovechamiento complementario de ella para potencializar el lenguaje sonoro (López, 2011); lo que devendrá en una forma central de no perder el elemento identitario de la ciberradio.

Desde la óptica del lenguaje periodístico ciberradiofónico, es posible evidenciar que el entorno de convergencia abrió nuevas posibilidades expresivas. Esta situación coloca a la ciberradio en el desafío de reconvertir sus formatos de programas y utilizar las nuevas herramientas para responder de manera innovadora a las necesidades informativas de la sociedad (Fernandez Bogado, 2005). Sin embargo, el lenguaje periodístico vigente hoy en Internet carga con la pesada herencia de los géneros y formatos que se han venido usando durante décadas en el soporte impreso. Los cibermedios en general, y la ciberradio en particular, tienen por delante un proceso de adaptación que reclama nuevas formas de presentar la información que aprovechen las potencialidades de la convergencia, lo que requiere creatividad por parte de los periodistas pero también inversión por parte de las empresas (Salaverría, 2003).

En la actualidad, las estrategias de adaptación en las ciberradios periodísticas resultan disímiles; mientras algunas emplean los mismos géneros utilizados en la radio tradicional sin cambios en la web, algunas otras enriquecen sus géneros tradicionales con la incorporación de la hipertextualidad y la multimedialidad, interactividad y variables de navegación, construyendo otra relación con los oyentes-usuarios.



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

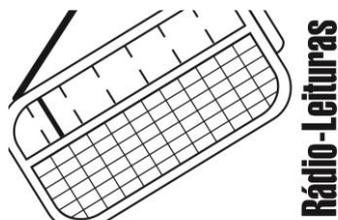
Claudio Guillermo Avilés Rodilla

El mayor o menor aprovechamiento de recursos depende de cada ciberradio periodística en particular. Por ello, en términos de investigación académica, resulta necesario reconocer la imposibilidad actual de arribar a conclusiones sólidas respecto a los procesos de adaptación de la radio al entorno de convergencia y mucho menos dar por concluida la construcción de herramientas metodológicas para dichas investigaciones. Sin embargo, este escenario demanda la necesidad de desarrollar una permanente tarea de observación y análisis de los contenidos informativos de los cybermedios periodísticos en general, y de la ciberradio en particular, a fin de no perder de vista las reestructuraciones e innovaciones que se desarrollan en el ámbito, como también sus consecuentes transformaciones en las prácticas productivas del periodismo y sus potenciales implicancias en las formas de consumo por parte de las audiencias. Precisamente, dicha necesidad de observación y análisis de las estrategias de adaptación de las ciberradios fundamenta el desarrollo de este trabajo, en el que se consideró necesario estudiar las particularidades de la radio de propiedad estatal en Argentina, fundamentalmente por la ausencia de estudios que la contemplen.

2. Radio Nacional Argentina: digitalización, periodismo y llegada a Internet

Radio Nacional Argentina es la emisora radiofónica del Estado argentino y depende institucionalmente de Radio y Televisión Argentina Sociedad del Estado, institución pública que administra los medios estatales. Su sede central se encuentra en la ciudad de Buenos Aires, transmite por antena en la frecuencia 870 khz. de amplitud modulada y es la cabecera de un sistema de 48 emisoras distribuidas por todo el país, que retransmiten parte de su programación intercalándola con contenidos de producción local.

Hasta fines de la década de 1990 Radio Nacional tuvo una programación orientada principalmente a la música popular, al folklore y al tango, en busca de



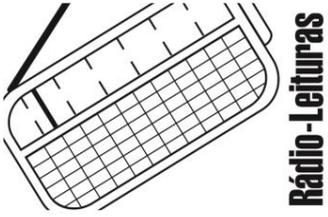
rescatar la cultura musical argentina; mientras que los contenidos periodísticos tenían muy escasa presencia. A nivel tecnológico, en dicha década comenzó a desarrollarse paulatinamente el proceso de digitalización de la producción y musicalización, a partir de la llegada de las computadoras y la popularización de la música en formato y soporte digital. En 1994 Radio Nacional anunció mediante una transmisión especial la incorporación de nueva tecnología y la remodelación de estudios y controles centrales (Ulanovsky, 2011).

Recién en el año 2000, a partir de un cambio de dirección en la emisora, Radio Nacional adquirió un perfil orientado al periodismo. La programación incluía una primera mañana informativa, con el despliegue de periodistas en unidades móviles, análisis y opinión de los acontecimientos del día y la participación periodística de las emisoras de todo el país. Se reforzó el servicio informativo, posibilitando la presencia de la noticia como elemento presente en toda la programación y se desarrolló un servicio periodístico desde Buenos Aires que distribuye información al resto de las emisoras de las provincias argentinas (Ulanovsky, 2011). También en 2000, se creó el servicio de noticias a través de Internet, el embrión del actual sitio web de Radio Nacional.

En el año 2001, comenzó una etapa importante en el proceso de recuperación, digitalización y almacenamiento de la producción sonora histórica de la radio. Este proceso permitió construir un archivo histórico de la radio, con fragmentos de audio que datan desde el momento de su fundación hasta la actualidad (Ulanovsky, 2011).

Durante toda la década de 2000 se consolidó el perfil periodístico en Radio Nacional, que se mantiene hasta la actualidad, con una programación con fuerte presencia informativa nacional e internacional de lunes a viernes, y con una impronta más cultural durante los fines de semana.

Por otra parte, la presencia de la radio pública argentina en Internet resultó básica durante casi toda esta primera década del siglo XXI, y recién en el año 2008 incorpora sus transmisiones vía streaming en el sitio www.radionacional.com.ar,



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

Claudio Guillermo Avilés Rodilla

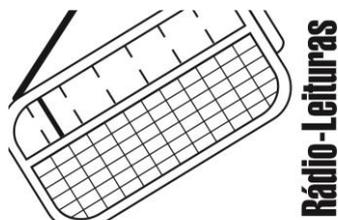
mientras que se comienzan a añadir paulatinamente diversos recursos propios de la web.

3. Consideraciones metodológicas

Como se adelantó inicialmente, este trabajo tiene por objetivo analizar las estrategias de adaptación periodística de la radio estatal argentina al entorno de convergencia que posibilita Internet. Si bien el sistema radiofónico estatal argentino cuenta con 48 emisoras, el análisis se realizó en el sitio web de la emisora cabecera, ya que el resto no contaba al momento de la investigación con sitios o producción informativa en Internet.

Para cumplir con dicho objetivo se aplicaron dos niveles de recopilación y análisis informativo: sincrónico y diacrónico. En el primer nivel, se recopiló información general del sitio web de Radio Nacional Argentina a partir de la consideración de cuatro categorías generales pensadas para el análisis de las ciberradios periodísticas: *contenidos informativos* (subdivididos en información-noticia, información-servicio, información ocio e información institucional); *servicios al oyente-usuario*; *áreas de participación de oyentes-usuarios*; y *recursos audiovisuales y multimedia*. La información fue volcada en grillas que contemplan un conjunto de variables adaptadas para el relevamiento empírico de datos y contenidos de las ciberradios periodísticas (Avilés Rodilla, 2011).

En el segundo nivel de recopilación y análisis, se desarrolló una estrategia diacrónica a partir de la cual se realizó un seguimiento diario del sitio web de Radio Nacional, la cuenta oficial de Twitter, el perfil de Facebook de la emisora y los boletines informativos horarios de la transmisión en vivo por antena. La recopilación se realizó durante 20 días (desde el 18 de junio al 2 de julio de 2012), en el horario de 8 a 12 horas, franja horaria en la que se concentra el mayor desarrollo informativo. En dicho relevamiento se recopiló información acerca de la cantidad de noticias, el ritmo



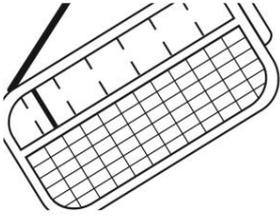
de actualización informativa, los temas abordados en las distintas plataformas y la vinculación existente entre ellas. Posteriormente, un análisis interpretativo integrado de las metodologías aplicadas permitió el desarrollo de las apreciaciones y conclusiones que se exponen a continuación.

4. Radio Nacional: análisis de las estrategias de adaptación periodística a la convergencia en Internet

El sitio web de Radio Nacional Argentina, tiene una estructura en la que se pueden diferenciar dos grandes dimensiones: institucional y periodística.

La dimensión institucional, se evidencia en el sitio web bajo tres secciones y ofrece información referente a cuestiones estructurales y organizativas de la emisora. Por una parte, en el enlace denominado “institucional” se detalla información vinculada a la fundación y dependencia legal de la emisora, un breve detalle de cuestiones históricas y un listado de los miembros directivos. Por otra parte, en la sección “emisoras” se puede visualizar el listado de las 48 emisoras radiofónicas que conforman el sistema de Radio Nacional Argentina; cada una con un enlace que despliega información institucional particular y, en casos limitados, acceso al sitio web de la emisora regional. Finalmente, la estructura organizativa de programas de la emisora cabecera está disponible en dos enlaces: “Programas” y “Grilla”. En el primero, se despliega una presentación gráfica y un breve resumen de los programas que destaca la emisora; mientras que en el segundo caso se brinda acceso a la grilla de programación completa de AM 870 Radio Nacional en su transmisión por antena hertziana, con información de los programas día por día, con detalle de horarios de emisión y nombres de los respectivos conductores.

Ahora bien, la dimensión periodística involucra todo el desarrollo expositivo vinculado principalmente con la noticia y otros géneros periodísticos. Esta dimensión



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

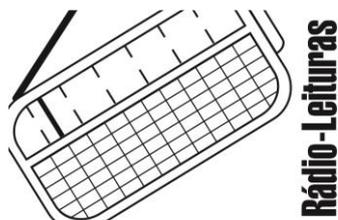
Claudio Guillermo Avilés Rodilla

periodística será abordada a continuación con la intención de dar cuenta y analizar las estrategias de adaptación al entorno de convergencia ciberradiofónico.

The screenshot displays the website for Radio Nacional, featuring a navigation menu with options like 'Inicio', 'Institucional', 'Emisoras', 'Programas', 'Grilla', 'Noticias', 'Mediateca', and 'Blogs'. The main content area is organized into several columns:

- Top Left:** A large image of two women, with the headline "La Presidenta se reúne con Mujica y Rousseff". Below it, a smaller article titled "Argentina pedirá visa a los dominicanos".
- Top Right:** A poll titled "Encuesta" asking if the user agrees with the primary school curriculum. Below it, a "Homenaje" section for Juan Alberto Badia.
- Middle Left:** "Fernando Lugo se reúne con sus colaboradores" and "Crisis en la Eurozona".
- Middle Right:** "Los factores del golpe en Paraguay" and "Historias de nuestra historia: John William Cooke".
- Bottom Left:** "El adiós a Juan Alberto Badia" and "No se analiza expulsar a un estado miembro".
- Bottom Middle:** "Cumbre Social del Mercosur" and "Crecimiento Económico".
- Bottom Right:** "Archivo" section with items like "Leopoldo Marechal" and "A 9 años de la reforma de la Corte Suprema".

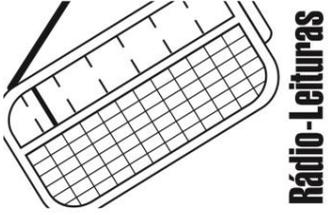
At the bottom, there is a large banner for a special music program "MARIKENA MONTI" and a "Comunidad" section with social media links for Facebook.



4.1. La propuesta de noticias en (ciber) Radio Nacional

La propuesta de noticias del sitio web de Radio Nacional se organiza de dos maneras. Por un lado, en la página principal de la emisora se presenta un conjunto cuantitativamente estable de 13 noticias; de las cuales 2 notas se destacan con titulares, fotografías y un copete proporcionalmente más grande que el resto. Luego, 8 noticias se organizan en dos columnas en el cuerpo de central de la página, presentadas con títulos y fotos de menor dimensión, y las tres noticias restantes se ubican en una chapa con fondo azul bajo denominación “todas las voces”, aunque esta organización no implica una sección especial. Este conjunto total de noticias de la página principal se actualiza durante todo el día, pero no sigue un ritmo estable ya que responde a la rutina de producción de la radio de antena. Por otra parte, es posible acceder al total de las informaciones desde la página principal mediante el link “noticias”, sección donde se expone un listado de las 12 noticias más actuales, presentadas con título y copete, pero también a todo el conjunto de noticias más antiguas en la parte inferior de dicha sección, mediante la selección de los títulos de las mismas.

En principio, es posible advertir que el contenido informativo del sitio web de Radio Nacional depende casi totalmente de la producción y ritmo de actualización de la emisora tradicional de antena. Sin embargo, a su vez, todas las noticias publicadas en el sitio web son adaptadas a un formato y estilo redaccional similar a la presentación de los diarios online: un titular, un copete con detalles o versión resumida de la nota y eventualmente una fotografía; a su vez el titular sirve de link para acceder a la noticia completa. Ahora bien, la principal diferencia con respecto a los diarios online se marca en el hecho de que la mayor parte de las notas periodísticas cuenta con la posibilidad de acceder a archivos de audio en los cuales se reproducen fragmentos de la transmisión en vivo de la emisora. La presentación de la información en audio se realiza con características propias del lenguaje radiofónico: crónica del acontecimiento, inclusión de fragmentos de entrevistas, formato resumido al estilo



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

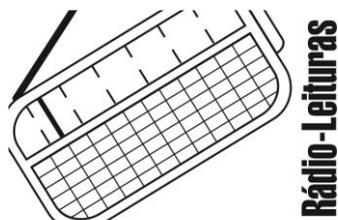
Claudio Guillermo Avilés Rodilla

boletín informativo, entre otros. Lo destacable en las noticias de (ciber)Radio Nacional es que logran una articulación entre la información en formato escrito y sonoro a partir de una relación de complementariedad que se establece entre ambos formatos, ya que abordan y resaltan datos diferentes del acontecimiento noticioso. Los fragmentos de audio pueden ejecutarse bajo demanda en el momento de lectura de la nota o descargarse con la alternativa de podcasting para una escucha diferida o en otro dispositivo de reproducción.

Es posible destacar también que no todas las noticias tienen una inclinación preponderante sobre el formato escrito, ya que se pueden encontrar artículos con cuerpo redaccional extenso, o bien de manera contraria, sólo un titular junto a una breve descripción del audio que se puede ejecutar o descargar. Este desbalance redaccional expresa particularmente la valoración que la emisora intenta brindar al componente sonoro en algunas notas, desvinculándolo del componente escrito e impulsando a que el oyente-usuario “escuche” la noticia.

Por otra parte, la presentación de noticias en formato escrito y/o en audio adolece de una importante debilidad: la ausencia de referencias temporales de la producción informativa. Ninguna noticia contiene fecha ni horario de publicación o producción; situación que deshistoriza la información al no poder situarla en el tiempo. Esta situación representa un retroceso respecto de la superación de la inmediatez y fugacidad radiofónica tradicional, ya que ante la ausencia de referencias temporales de la información presentada, al margen de poder ser recuperada para una escucha diferida, esta queda totalmente descontextualizada.

Asimismo, el sitio web de Radio Nacional no tematiza la información actualizada; siendo el único criterio de organización el orden cronológico en que se publican las noticias. En otras palabras, la radio no presenta secciones que agrupen y ordenen las noticias en áreas o segmentos discernibles, a partir de sistemas de concentración temática como puede ser lo político, lo económico, lo social, lo deportivo, etc. La única alternativa de tematización es la separación de secciones que



se presenta en el área de archivo denominada “mediateca”. De manera muy escueta, en esta sección la emisora organiza el archivo de algunas noticias separándolas en cuatro secciones temáticas: Política, Deportes, Derechos humanos y Cultura. Estas secciones dejan fuera de la organización temática a muchas otras noticias que se ubicarían en otros segmentos como por ejemplo, economía, policiales, internacionales, entre otros. Si bien es posible acceder al conjunto de noticias que no responden a los criterios temáticos demarcados, la búsqueda implica un esfuerzo para el oyente-usuario, ya que debe realizar un recorrido manual por el historial del archivo cronológico que presenta el sitio web en su sección “noticias”, sin ningún tipo de diferenciación temática.

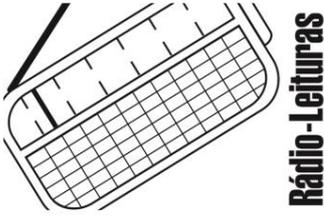
4.2. Otros géneros periodísticos utilizados

Por fuera de la noticia, la mayor parte de los géneros periodísticos presentes en el sitio web de Radio Nacional se recuperan sin modificación alguna de la transmisión de antena tradicional; con la única variante de la fragmentación de la continuidad del flujo de transmisión.

Ahora bien, los géneros periodísticos que se explicitan a partir de un enlace o sección en el sitio son: entrevista, opinión e informes especiales.

Las entrevistas, en tanto género, se identifican y se ordenan en una sección con la misma denominación. Este segmento del sitio agrupa a diversas entrevistas extraídas como fragmento de toda la programación de antena de la emisora. No tienen ningún criterio de organización salvo el de orden cronológico. Por otra parte, tampoco presentan ninguna adaptación especial para Internet, salvo la identificación con un titular, una breve descripción inicial y la fotografía de la persona entrevistada.

Por otra parte, el género de opinión se estructura en torno a la figura de tres periodistas de la radio. Cada periodista con su nombre propio identifica una sección especial, y en cada una se ofrece una recopilación de editoriales o columnas de análisis



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

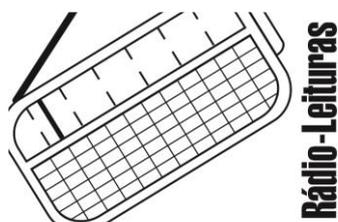
Claudio Guillermo Avilés Rodilla

y opinión sobre temáticas específicas asociadas a la especialidad del responsable. Al igual que ocurre con la entrevista, el género de opinión no recibe ninguna adaptación especial para el formato web, sólo se recupera el fragmento de audio de la transmisión de antena.

Finalmente, bajo la denominación de “especiales”, (ciber)Radio Nacional explora incipientemente un género poco definido conceptualmente. Sin pretensión de ser exhaustivo, el especial se podría describir como una propuesta radiofónica que se concentra en una temática particular, y la misma es abordada y construida a partir de diferentes modalidades discursivas, narrativas, descriptivas, informativas y/o argumentativas; como también, desde los recursos multimedia, hipertextuales e interactivos de la ciberradio.

Respetando esta concepción básica, (ciber)Radio Nacional ofrece un amplio conjunto de especiales en torno a diversas temáticas temporales y atemporales: sanción de la ley de medios, día del periodista, re-estatización de YPF, recordatorio de la guerra de Malvinas, homenajes a diversas personalidades, investigaciones periodísticas, entre muchos otros. Sin embargo, al margen de la diversidad temática, la estructura entre los especiales resulta similar ya que la mayoría ofrece una recopilación de diversos recursos y formatos sonoros que abordan la temática central: entrevistas, testimonios, archivos sonoros, fragmentos musicales, efectos de sonido, fragmentos de programas, documentales radiofónicos, entre otros. Estos archivos sonoros suelen estar acompañados por breves fragmentos textuales y fotografías e ilustraciones que cumplen un rol expresivo, decorativo o contextual de la temática abordada.

A diferencia de los otros géneros, los especiales producidos para la web se nutren no sólo con recursos sonoros de la propia emisora, sino que, aunque de manera incipiente, incorporan archivos de otros medios radiofónicos o de medios audiovisuales pertenecientes a Radio y Televisión Argentina S.E. Sin embargo, la tendencia a no aprovechar de manera óptima los recursos multimedia se repite y

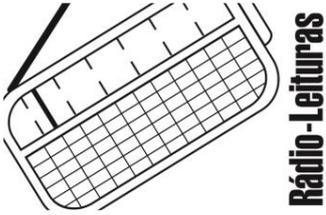


cobra notoriedad con este género, ya que la construcción multimedial de un especial de ciberradio permitiría que los oyentes-usuarios puedan acceder a un conjunto de documentos periodísticos o de archivo mediante un acercamiento multidimensional a la temática, tanto en contenidos como en lenguajes, permitiendo que los distintos formatos y secciones se complementen entre sí y a la vez sean autónomos, para que el acceso a los datos responda a las inquietudes y necesidades informativas del propio oyente/usuario.

4.3. La articulación multiplataforma

Como ya se mencionó anteriormente, el entorno de convergencia, a partir de posibilidades tecnológicas digitales, ha generado la necesidad de trabajar en un escenario multiplataforma, en el cual los contenidos informativos pueden ser distribuidos por diferentes canales y formatos. Hasta aquí destacamos que, desde su sitio web, Radio Nacional ofrece contenidos en formato escrito, por retransmisión en vivo vía streaming, en formato ejecutable bajo demanda y la opción de descarga al estilo podcast. A estos formatos hay que agregar la opción de distribución RSS, a partir de la cual (ciber)Radio Nacional envía la información que se actualiza en su sitio web a los usuarios que estén subscriptos al servicio de sindicación de contenidos.

Ahora bien, como otra estrategia de distribución multiplataforma de (ciber)Radio Nacional, se puede destacar también la distribución de contenidos informativos en el escenario de las redes sociales. Concretamente a través de Twitter y Facebook, Nacional actualiza información de último momento para compartirla con los “seguidores” y “amigos” de la emisora en dichas redes sociales.



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

Claudio Guillermo Avilés Rodilla

Inicio Conecta Descubre

Radio Nacional
@laradiopublica
<http://www.radionacional.com.ar>

Siguiendo
6.894 TWEETS
80 SIGUIENDO
19.631 SEGUIDORES

Tweet para Radio Nacional
@laradiopublica

Tweets

- Siguiendo
- Seguidores
- Favoritos
- Listas
- Imágenes recientes

Similar a Radio Nacional

- Canal 7 - TV Pública @canalsiete Seguir
- Los Andes @LosAndesOnLine Seguir
- El Tribuno @eltribuno Seguir

© 2012 Twitter Sobre nosotros Ayuda Condiciones Privacidad Blog Estado Aplicaciones Recursos Trabajos Publicidad Negocios Media Desarrolladores

Tweets

- Radio Nacional** @laradiopublica 58m
Argentina pedirá visa a los dominicanos: Desde agosto se aplicará la medida a ciudadanos de ese país. bit.ly/N1Ws8u
Abrir
- Radio Nacional** @laradiopublica 58m
Conflicto en Cerro Dragón: El gobernador vinculó la toma con sectores pro privatización, informa: Raúl Rivas. bit.ly/NWEFIF
Abrir
- Radio Nacional** @laradiopublica 58m
Fernando Lugo se reúne con sus colaboradores: El destituido Presidente de Paraguay seguirá las deliberaciones d... bit.ly/N1Wqxi
Abrir
- Radio Nacional** @laradiopublica 2h
Crisis en la Eurozona: Acordaron flexibilizar ayudas y recapitalizar bancos. bit.ly/NWlybi
Abrir
- Radio Nacional** @laradiopublica 2h
El adiós a Juan Alberto Badía: Se realizará una despedida íntima en un cementerio privado. bit.ly/Mc3XND
Abrir
- Radio Nacional** @laradiopublica 2h
Los Presidentes del Mercosur se reúnen en Mendoza: Los Jefes y Jefas de Estado del bloque regional sesionarán é... bit.ly/QyGJjr
Abrir
- Radio Nacional** @laradiopublica 11h
"Será una sesión muy interesante, e histórica": Con estas palabras Cristina Fernández de Kirchner recibió a los ... bit.ly/NiBRd7
Abrir

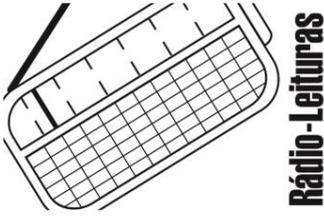
Sin embargo, según el relevamiento realizado, por una parte se pudo advertir que la actualización informativa en las redes sociales, como ya mencionamos que ocurre con el sitio web, está subordinada a la producción de noticias para los boletines informativos horarios y los programas que se transmiten por la señal de antena. Por otra parte, la actualización informativa que se publica en la red social Twitter tiene un ritmo promedio de publicación de entre 2 y 4 tweets cada hora y generalmente la información publicada coincide con adelantos o resúmenes, en 140 caracteres, de las noticias de los boletines informativos de cada hora, aunque la cantidad de noticias resulta cuantitativamente menor en Twitter. Finalmente, la plataforma Facebook funciona simplemente como un canal que replica la actualización informativa que se produce en el sitio web oficial de Radio Nacional.



Ahora bien, en relación a la estrategia de actualización y distribución informativa vía redes sociales es posible analizar dos cuestiones diferentes. Por una parte, con el objetivo de captar o no perder vínculo con oyentes-usuarios que tienen prácticas de consumo informativo multiplataforma, el fenómeno permite advertir cómo (ciber)Radio Nacional se ve en la necesidad de explorar otros ámbitos de comunicación digital que sobrepasan la propia plataforma institucional del cibermedio, incluso alejándose totalmente de la forma expresiva que la fundamenta: los sonidos, en el caso de la radio. Sin embargo, por ahora y al margen de la distribución multiplataforma, los contenidos informativos siguen siendo los mismos y sin mayores procesos de adaptación. Tanto el sitio web principal como las redes sociales se convierten en un conjunto de medios subordinados a la emisora tradicional de antena, tanto en producción informativa, estilo y agenda de contenidos.

4.4. Las ausencias: el oyente-usuario y la multimedialidad

La radio, entre los medios tradicionales, suele considerarse como el medio de comunicación que brinda mayor apertura a la participación de su audiencia; de manera directa -en el estudio o a través del teléfono- o indirectamente -a partir de la lectura



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

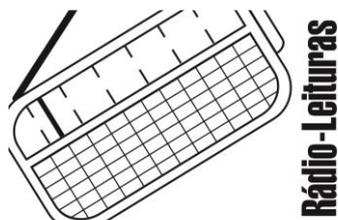
Claudio Guillermo Avilés Rodilla

de mensajes por un conductor- el oyente se convierte en un actor central dentro del escenario comunicativo radiofónico.

Ahora bien, luego de analizar el entorno ciberradiofónico de Nacional, se puede advertir una importante falta de contemplación del oyente-usuario, en contraposición con las amplias posibilidades y herramientas que posee Internet para fomentar intercambios. En este sentido, Radio Nacional pone al alcance de sus oyentes-usuarios sólo dos herramientas para la participación: una alternativa de contacto por correo electrónico y una encuesta que la emisora actualiza periódicamente, con una temática de actualidad, donde los oyentes-usuarios pueden votar las opciones propuestas y consultar los resultados. Asimismo, ofrece la herramienta para compartir contenidos a través de dos redes sociales, Twitter y Facebook.

Al margen de estas alternativas, la ausencia de contemplación del oyente se manifiesta en el desaprovechamiento de otras posibles herramientas de interactividad: personalización en la búsqueda de noticias, fomento de la participación en la construcción y relato informativo, posibilidad de dialogo o envío de correos a los productores y conductores de los programas, habilitación de herramientas para la inclusión de comentarios en torno a las noticias, herramientas para la inclusión de comentarios en audio de los oyentes-usuarios, opciones de votación o valoración de la producción informativa, apertura de foros de debate o chats, entre otras. La ausencia de estas alternativas propias del lenguaje de convergencia, brinda elementos para interpretar que (ciber)Radio Nacional todavía no adecuó la producción de sus contenidos para contemplar a un oyente-usuario con nuevas necesidades de participación y diálogo con la ciberradio.

Por otra parte, la otra gran ausencia se torna evidente en la escasa utilización de los recursos multimedia e hipertextuales. Por una parte, la integración de texto, imagen, fotografía, video y sonido como alternativa discursiva creativa para la presentación de noticias no es aprovechada. Si bien los elementos señalados tienen diferentes presencias en el sitio web, se utilizan de manera desvinculada. Por ejemplo,



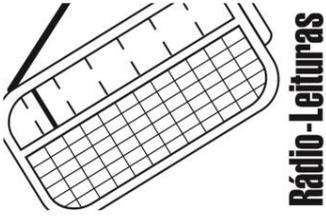
los contenidos en video no cuentan con una sección específica y su utilización resulta netamente circunstancial, eventualmente para el registro de programas especiales, visitas importantes en el estudio o entrevistas destacadas. La producción específica de contenidos multimedia está, por el momento, ausente en la oferta de contenidos de (ciber)Radio Nacional; y, consecuentemente, la utilización de la hipertextualidad adolece del mismo destino; la ausencia.

Consideraciones finales

Luego del análisis realizado, se podría considerar que el proceso de adaptación de (ciber)Radio Nacional y su discurso periodístico al entorno de convergencia se encuentra en una etapa embrionaria.

Por una parte, es posible destacar que el sitio web de Radio Nacional logró atravesar algunos trayectos adaptativos al entorno de convergencia ciberradiofónico. Inicialmente brindó una redifusión de su programación de antena vía streaming por Internet.

Posteriormente logró integrar nuevas herramientas de navegación y consumo de contenidos pensados para un nuevo oyente devenido usuario de cibermedios. En esta etapa, la programación informativa de antena cobró un nuevo status: se fragmentó en segmentos, se incorporó la redacción textual y la fotografía, la información se organizó en algunos géneros específicos o se tematizó en algunos segmentos, se incorporó la herramienta de archivos de audio para una consulta diferida, se ofreció al oyente-usuario la capacidad de decidir modalidades y tiempos de escucha; entre otros elementos destacados anteriormente. En definitiva, en esta etapa, (ciber)Radio Nacional logró avanzar en dos instancias interdependientes, la fragmentación y relativa autonomía de los contenidos informativos; y consecuentemente la ciberradio logró alejarse de la categoría de medio de comunicación inserto en el sector de la industria informativa de flujo, para desplazarse



La radio pública argentina y sus estrategias de adaptación al periodismo de convergencia en internet

Claudio Guillermo Avilés Rodilla

hacia la producción de contenidos que editorializan dicho flujo, ofreciendo catálogos de contenidos a los que el usuario accede según sus intereses.

Sin embargo, particularmente (ciber)Radio Nacional debe atravesar aún otras etapas de adaptación para alcanzar un óptimo aprovechamiento del entorno de convergencia que le posibilita Internet. Además de salvar debilidades de la etapa actual, como la falta de referencialidad temporal de las noticias, la tematización limitada, entre otras; (ciber)Radio Nacional deberá afrontar otros desafíos como el aprovechamiento óptimo de la integración multimedial e hipertextual, la creación de productos informativos específicos para la ciberradio que logren trabajar desde el sonido y complementarlo con el resto de los recursos disponibles y fundamentalmente explorar nuevas instancias de interrelación con sus audiencias a partir del aprovechamiento de los recursos de interactividad que habilita Internet.

Referencias bibliográficas

AVILÉS RODILLA, C. Radios informativas online. Categorías metodológicas para su estudio y posterior aplicación a los casos de Radio Nacional y Radio Continental Argentina. **Revista Razón y Palabra**, núm. 77, agosto-octubre, 2011.

BONET, M. Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico. **Revista Telos**, núm. 73, octubre-diciembre, 2007.

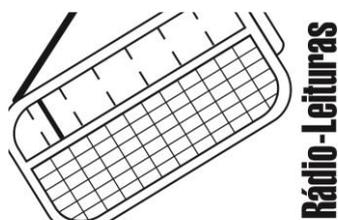
_____. La radio digital, estándares tecnológicos y plataformas de distribución. **Portal Comunicación.com**, núm. 29, 2011.

CEBRIÁN HERREROS, M. **La radio en la convergencia multimedia**. Barcelona: Editorial Gedisa, 2001.

_____. **La radio en Internet**. De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil. Buenos Aires: La Crujía, 2008.

_____. Expansión de la ciberradio. **Revista Enl@ce**, año 6, núm 1, 11-23, 2009.

FERNÁNDEZ BOGADO, B. La radio en los tiempos de la globalización y la digitalización. **Sala de Prensa**, año VII, vol. 03, 81-82, 2005.



FONTCUBERTA, M. y Borrat, H. **Periódicos**: sistemas complejos, narradores en interacción. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

FRANQUET, R. La radio ante la digitalización: renovarse en la incertidumbre. En Bustamante, E. (Ed.) **Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación**. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2003.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo Hipermediático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Livros LabCom, Covilhã, UBI, 2010.

_____. Radiojornalismo hipermediático: um estudo sobre a narrativa multimidiática e a convergência tecnológica na Rádio France Info. **Revista Libero**. Vol. 14, núm 27, 125-134, 2011.

LÓPEZ, X.; OTERO, M. Bitácoras. **La consolidación de la voz del ciudadano**. La Coruña: Netbiblo, 2007.

SALAVERRÍA, R. Convergencia de los medios. **Revista Chasqui**, núm. 81, 2003.

_____. **El impacto de Internet en los medios de comunicación en España**. Sevilla: Ed. Comunicación Social, 2005.

SALAVERRÍA, R. y García Avilés, J. La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. **Revista Trípodos**, núm. 23, 2008.

ULANOVSKY, C. La **Radio Nacional**. Voces de la historia 1937-2011. Buenos Aires: Editorial Colihue, 2011.