

**RESEÑA DE RADIONAUTAS: EL LENGUAJE
SONORO EN LA NARRATIVA TRANSMEDIA**

JOSÉ ANTONIO ABREU COLOMBRI
UNIVERSIDADE DE ALCALÁ
ALCALÁ DE HENARES, ESPANHA
ABREUCOLOMBRI@GMAIL.COM

HOLGADO, Andrea. (2019). *Radionautas: el lenguaje sonoro en la narrativa transmedia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Grupo Editorial Parmenia. 144 páginas, ISBN: 978-978-4168-24-5

La radiodifusión ha experimentado en todo el mundo una gran cantidad de transformaciones morfológicas, metodológicas, comerciales y técnicas, desde la generalización de Internet a finales de la década de 1990. A pesar de que dichas transformaciones han acontecido a diferentes ritmos, con motivo de la generalización social de los nuevos usos digitales y de la instalación de infraestructuras para el desarrollo de las telecomunicaciones, Internet ha cambiado la forma de producir, comercializar y consumir radio de manera global. No todas las empresas han acogido de buen grado esta vorágine de adaptaciones de soporte tecnológico y de requerimientos de mercado, pero, antes o después, dichas empresas han tenido que adaptarse al nuevo contexto digital, para evitar quedarse fuera de los nuevos circuitos de la comunicación radiofónica.

*Radionautas: el lenguaje sonoro en la narrativa transmedia*¹ es un libro clave para poder comprender los efectos de las nuevas tecnologías sobre el panorama de la comunicación social. La parte inicial y el cuerpo del texto se componen de la introducción y seis capítulos. La parte final contiene un epílogo general, un apéndice y un apartado de fuentes bibliográficas. Desde una perspectiva de experimentación y búsqueda, Andrea Ximena Holgado² reflexiona sobre el uso de los nuevos formatos radiofónicos y la accesibilidad de las audiencias al plano digital. Desde el mismo momento de su publicación, la obra ha alcanzado una gran repercusión entre los investigadores del mundo de la comunicación y la información periodística, porque las

1 La primera edición salió al mercado en julio de 2019 (Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina). El sello Crujía es una ramificación del Grupo Editorial Parmenia, especializado en temáticas relacionadas con el mundo de la comunicación, las ciencias de la educación y los estudios culturales. Crujía está dirigida por Vanesa Hernández y es un auténtico referente académico en Argentina, sus colecciones alcanzan unos niveles de difusión muy importante entre la comunidad universitaria hispanoamericana.

2 Forma parte del personal docente e investigador de la Universidad Nacional de La Plata (Facultad de Periodismo y Comunicación Social). Posee varias titulaciones: Licenciatura en Comunicación Social, Posgrado en Comunicación Radiofónica y Doctorado en Comunicación. Los conceptos teóricos de 'identidad sonora' y 'radio expandida' fueron han sido promocionados en las obras de la profesora Holgado, ambas interpretaciones han tenido una gran repercusión en la comunidad investigadora de toda la región hispanoamericana.

grandes transformaciones acontecidas durante la Era Digital requieren de una renovación constante en los planteamientos de investigación.

En el apartado introductorio, se alinean los diferentes escenarios que se abren para el desempeño de las funciones de los profesionales de la comunicación en la actualidad; los objetivos empresariales para construir un relato periodístico como estrategia de control; la necesidad de una legislación regulatoria que garantice los derechos de las audiencias y los consensos democráticos; una especie de interacción teórica para el desempeño de la empresa comunicativa en la actualidad: tecnología, vida digital y comunicación. En palabras de la autora: “[...] La cultura de la conectividad nos lleva a repensar el concepto de audiencias y usuarios de las tecnologías, en los que los límites donde comienza lo tecno y termina lo humano, y viceversa, son muy difíciles de dilucidar y, quizá, sea imposible porque la interacción desdibuja dichos límites. [...] En el proceso de producción, realización y circulación comunicacional, periodística o de otro tipo, las interfaces [...] son materia significativa [...]” (véanse páginas 9 y 10). En definitiva, se habla en estas páginas de un intento de repensar las tecnologías y la comunicación desde una perspectiva de experimentación del uso mediático, los cauces comunicativos y el impacto informativo.

El título del primer capítulo contiene una pregunta retórica que está muy en boga: “¿Nuevos medios? Reconfiguraciones tecnológicas y nuevas mediaciones”. La vigencia de los nuevos aportes tecnológicos es efímera y los manuales de teoría de la comunicación se quedan desfasados “de un día para otro”, por los impresionantes ritmos de sucesión de avances, implementación de aplicaciones y generalización de hábitos de consumo. Lo que hasta hace poco tiempo era nuevo en el mundo de la radiodifusión, en relativamente poco tiempo se puede quedar obsoleto, por lo que los ciclos de experimentación se acortan y se vuelven una necesidad de supervivencia para el medio radiofónico y para el profesional de la comunicación. Desde las décadas centrales del siglo pasado, se ha considerado que la radio era un medio secundario y arcaizante en los grandes grupos de comunicación, pero lo cierto es que es un sector muy dinámico y con audiencias consolidadas. Los escenarios de tránsito para los formatos radiofónicos siempre han sido considerados de manera muy pesimista, pero el medio radiofónico a través de varias vías siempre ha conseguido salir adelante. La autora plantea varios casos de estudio sobre radio de autor y edición artesanal, dando especial importancia a los conceptos de “ritualidad sonora”, “imagen sonora” y “so-

noridad lingüística”, en un contexto de especialización informativa y programación temática.

“De lo local a lo global; la radio, internet y la configuración de audiencias deslocalizadas” (segundo capítulo) es un espacio muy novedoso, en el que se abordan las tradicionales estrategias de los medios de comunicación (proyectadas sobre ámbitos regionales) y, de forma superpuesta, las innovadoras estrategias de búsqueda de nuevas parcelas de audiencia (planteadas desde el supuesto de la deslocalización). En este sentido, en estas páginas se estudia el resultado de un proceso simbiótico en el mundo de la radiodifusión, surgido de la cohabitación de las estrategias de proyección regional (planteadas por estaciones de emisión analógica) y de las estrategias generales para audiencias globalizadas (proyectadas por las producciones digitales). La multidifusión, como fenómeno de expansión radiofónica, suele construir un discurso de identidad, una imagen de marca, una plataforma de difusión y un sistema de interacción con las audiencias. La “hipermediación”, como proceso de intercambio *per se*, tiende a construir redes múltiples (con diferentes funcionalidades) que construyen contextos comunicativos compuestos por diferentes sujetos, medios y lenguajes (interconectados tecnológicamente). En este sentido, el proceso de comunicación se complejiza, las posibilidades de difusión se multiplican sustancialmente y el impacto de los mensajes propende a intensificarse socio-culturalmente.

El capítulo tercero, “Qué mantenemos, qué deseamos, qué resignificamos y qué de nuevo”, se centra en cuestiones relacionadas con la edición de contenidos radiofónicos, el diseño de relatos transmedia y la modificación estratégica en función de la difusión y el impacto de la programación. La autora hace una introducción histórica de la presencia social de la radiodifusión y sus efectos sobre la producción cultural, para entrar de lleno en cuestiones relacionadas con las nuevas tendencias de redacción de guiones, de ensamblaje de relatos y piezas sonoras, con el *role* de los sujetos comunicativos y con la interacción del oyente durante la creación de contenidos radiofónicos (tanto en el plano de la radio *on line* como en el plano del *podcast*). Los mapas conceptuales y los esquemas teóricos contenidos en este capítulo constituyen un recurso muy interesante para cualquier investigador novel del ámbito del periodismo radiofónico, también para cualquier lector especializado en las temáticas de la comunicación digital. Todo el capítulo desprende, al igual que el resto de la obra, una secuencia argumental basada en marcos de análisis cultural. El capítulo da comienzo con dos citas

singulares: un diálogo entre los personajes Ilsa y Rick de la película *Casablanca* (1942) y un fragmento de la canción “Amo tanto la vida” de Ismael Serrano (2001).

A finales de la década de 1990 y principios de los años 2000, la ciberradio o radio *on line* era vista como la nueva frontera digital de la radiodifusión, *grosso modo*, era concebida como la evolución natural de las emisiones analógicas. En esa misma década, el fenómeno del *podcasting* surgió como un recurso utilísimo para el almacenamiento de contenidos hemerográficos y de programas radiofónicos recientes ya emitidos. El crecimiento de plataformas como *podcast* o *ivoox* fue muy importante, hasta el punto de que las emisiones analógicas y de radio *on line* perdieron su posición hegemónica. El consumo de radio ha aumentado considerablemente en las últimas dos décadas, los programas tienen unas pujantes audiencias que demandan contenidos en directo, pero la reproducción de contenidos almacenados supera en gran medida a todos sus formatos previos (de emisión y reproducción). El fenómeno del *podcasting* es el claro dominador del mercado radiofónico por las oportunidades que ofrece la emisión atemporal de los contenidos. El capítulo cuarto lleva por título: “El *podcast* como formato transmedia”, aquí se tratan cuestiones clave como la producción y la edición, la “propagabilidad” y la “prosumición”, el efecto de multiplicación de relatos, medios y canales y, en la parte final, la concepción del *podcast* como microprograma radial.

El capítulo quinto, “Los recursos expresivos. Las dualidades en la producción de sentido”, concentra las cuestiones más interpretativas y multidisciplinarias de la publicación. La autora despliega una serie muy original de técnicas y condicionantes del proceso de producción sonora, que rompe los moldes clásicos de análisis radiofónico: previsibilidad y sorpresa, lo ambiguo y lo diáfano, tiempo y espacio, ritmo y velocidad, credibilidad y verosimilitud, realismo mágico, uso de metáforas, la gramática sonora, la iconicidad del sonido, escenario radiofónico, atmósfera del sonido y sonidos en situación. Estos epígrafes entroncan con la idea, mencionada anteriormente, de radio de autor y producción artesanal. Estas páginas contienen unos argumentos que suelen resultar muy estimulantes para los investigadores y consumidores que consideran a la emisión radiofónica como una herramienta mágica (de producción cultural y expresión artística) y un vehículo de elementos sugestivos. En algunos momentos, dichos argumentos intentan describir las percepciones inefables que desencadenan los mensajes sonoros en buena

parte de las audiencias.

En el mundo anglosajón, en los años dorados de la radiodifusión se editaron multitud de contenidos de entretenimiento, basados en relatos de ficción, obras literarias, representaciones teatrales y narraciones lineales de personalidades relevantes. Durante las décadas centrales del siglo pasado, en muchos países del mundo, esos contenidos de entretenimiento siguieron teniendo mucha vigencia. Después de muchas décadas se produjo un abandono generalizado de la narrativa radiofónica, el fenómeno del *podcasting* ha traído de vuelta este tipo de programación. “Construir la ficción en radio: la loca de la casa” (capítulo sexto) desarrolla una serie de apartados temáticos sobre la narrativa radiofónica en la Era Digital: la ficción transmedia, el deseo como eje estructurado en los relatos, la secuencia del relato radiofónico, los ciclos de producción de contenidos narrativos, la redacción de guiones narrativos, la construcción de personajes de ficción, la modulación lingüística como herramienta inclusiva y los recursos literarios para transmitir con claridad descriptiva. Básicamente, estas páginas describen modelos y actúan como un manual de producción de contenidos radiofónicos.

En definitiva, el libro es un trabajo que delimita muy bien todos los agentes y factores que convergen en los modelos de radiodifusión actual. En palabras de la autora: “[...] Las radios digitales nos deslocalizan no solo en tiempo, sino en espacio; podemos emitir para todo el planeta desde un pueblo, una ciudad, desde lugares remotos para quien recepciona y escucha. Sin embargo, hay una relocalización a partir de la cultura, las identidades, los tonos... La radio está donde se encuentra el oyente, sea radio de antena, digital, *podcast* o cualquier soporte para la voz y el sonido en general. [...]” (véase página 132).

José Antonio Abreu Colombri

Graduado nos programas de História (2008, Universidade Complutense de Madrid) e Jornalismo (2010, Universidade Rey Juan Carlos). Doutorado no programa de Estudos Norte-Americanos. Ciências Sociais e Jurídicas (2016, Universidade de Alcalá). Fez estadias de pesquisa em vários centros universitários no México e em Portugal.

E-mail: abreucolombri@gmail.com