

# Radio, interactividad y creatividad. ¿Hacia un nuevo modelo?

POR **MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA**



*La radio en Internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*  
Mariano Cebrián Herreros  
La Crujía Ediciones  
Buenos Aires, 2008. 294 p.  
ISBN: 978-987-601-063-4

*La creatividad en los informativos radiofónicos. Pautas para elaborar informaciones atractivas*  
Silvia Jiménez Martín  
Editorial Fragua. Madrid, 2008. 240 p.  
ISBN: 978-84-7074-257-6

Cuando hace aproximadamente un siglo -debates estériles sobre fechas y paternidades aparte- se iniciaron las emisiones regulares de radio en buena parte del mundo occidental, pocos podían imaginar el fascinante camino que el medio emprendería. Sin embargo, entonces como ahora, su futuro se jugaba en la configuración y desarrollo de un modelo comunicativo propio y distintivo.

Las obras aquí reseñadas, *La radio en Internet* y *La creatividad en los informativos radiofónicos*, aportan claves para entender los desafíos de la radio actual y las opciones del mañana, poniendo el acento en dos de los pilares aún en construcción: la interactividad y la creatividad.

En el primer caso, nos enfrentamos a la última aportación de Cebrián Herreros destinada a problematizar, a partir de la convergencia de la radio con Internet, la ya clásica distinción entre modelos de radio generalista y temática. Su propuesta supone caracterizar, bajo el rótulo de ciberradio, las nuevas alternativas que cuestionan y redefinen la comunicación radiofónica tradicional. De forma más delimitada, el libro de Jiménez Martín defiende y

justifica la importancia de vincular la radio informativa con la creatividad, para aspirar a la elaboración de informativos radiofónicos más creativos.

## La radio interactiva

Con *La radio en la convergencia multimedia* (Gedisa, 2001) y, muy especialmente, *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones* (Fragua, 2007) como antecedentes concretos inexcusables, *La radio en Internet* recupera la línea argumental en ellos desarrollada para plantear, a partir de una descripción pormenorizada, la existencia de lo que Cebrián denomina ciberradio. Una nueva modalidad comunicativa sonora caracterizada por sus posibilidades interactivas, cuyo análisis, parafraseando al autor, resucita la discusión sobre si mucho de lo que escuchamos hoy puede y/o debe seguir encuadrándose en el concepto de radio o si estamos ante modalidades sonoras distintas.

Organizado en doce capítulos que conforman dos grandes partes, prologadas por una introducción comprensiva, el libro se dedica en primer lugar a definir la ciberradio a partir de la entrada y desarrollo de la radio en Internet, así como a analizar su sistema expresivo -sonoro pero también multimedia- en términos de géneros, programas y programación. Ello permite, en un segundo momento, examinar sus manifestaciones y extensiones concretas al adentrarse en el amplio abanico de modalidades e interrogantes que las redes sociales sonoras, la sindicación e intercambio de audios, los audio/ radioblogs, el consumo a la carta o la radio en movilidad presentan.

Las tendencias pero también incógnitas que recoge el último apartado, a modo de conclusión, dimensionan en su justa medida un análisis que enfrenta el desafío de nombrar y clasificar nuevas realidades sonoras. En la mayoría de los casos, con un desarrollo tan incipiente que las manifestaciones técnicas deben aun concretarse tanto en su dimensión expresiva como económica (modelos de negocio). A pesar de, o tal vez, gracias a ello, *La radio en Internet* es una propuesta sugerente, de interés no sólo para aquellos que se incorporan al estudio del medio radiofónico, sino también para quienes hace tiempo se preguntan por estas transformaciones que difícilmente tengan marcha atrás.

Leída a la luz de aquellos pares opuestos que recorren la obra (unidireccionalidad/interactividad, generalista/especializado, comunicación abierta-directa/opciones dirigistas- mediaciones, difusión tradicional/ multimedia...), la abundante información que su exposición detallada aporta, numerosísimos ejemplos de gran actualidad incluidos, da cuenta de los importantes desafíos pero también oportunidades que el medio tiene ante sí. Al respecto, la comparación que se establece de modo más o menos sistemático con otros sectores de la industria cultural (especialmente la prensa) es uno de sus aciertos, junto con la elaboración de una serie de tipologías que permiten una mejor comprensión de sus planteamientos (niveles de expresividad, tipos de interactividad, clasificación de nuevos formatos, principales cambios en la programación y el consumo...).

Desde un punto de vista conceptual, sin embargo, al lector avezado puede echar en falta mayor profundización en la distinción entre interactividad y participación; sobre todo porque esta última, en su más completa dimensión, supera ampliamente los marcos impuestos por

el emisor y conecta de manera directa con la noción de acceso y los planteamientos democratizadores de la comunicación. Podría agregarse que algo similar ocurre con algunos asuntos trascendentales que el autor sólo menciona tangencialmente (la alusión a las nuevas mediaciones/controles que aparecen junto con los fenómenos que se describen, la mención a la explotación digital del espectro radioeléctrico, el señalamiento de las brechas y desigualdades que permiten o no disfrutar de la ciberradio). Aunque es evidente, en cualquier caso, que su tratamiento excede los objetivos del trabajo.

## La radio creativa

En lo que a *La creatividad en los informativos radiofónicos* respecta, sus dos primeros capítulos conforman la base teórica del libro al definir qué es la creatividad y qué caracteriza a la comunicación radiofónica creativa, para dar paso, en los dos siguientes, al nudo del análisis: el tratamiento y montaje creativos de la información en radio. Más específicamente, en su manifestación en programas informativos.

Obra sin lugar a dudas necesaria e interesante, en tanto que mirada sobre aspectos teóricos ya clásicos -como el tratamiento de la información en radio- desde la perspectiva de la innovación y la creación, su exhaustiva fundamentación y minuciosa revisión de los elementos del lenguaje radiofónico y los géneros informativos la colocan a caballo entre la lógica del manual y la reflexión profesional. Tal vez por ello, las conclusiones explícitamente generales que aportan el quinto y último capítulo presenten poco más que una perfecta síntesis.

Ello no es óbice para que la autora apunte a lo largo del libro, en su defensa de la incorporación de una mayor expresividad en los informativos radiofónicos, reflexiones cruciales que tienen que ver con la relación entre creatividad y pensamiento autónomo, desarrollo individual y educación, así como suficientes argumentos como para desmontar aquellos discursos que sostienen que la creatividad está reñida con los criterios de objetividad y veracidad y aquellas prácticas relacionadas con la actualidad e inmediatez. Y aunque sus apreciaciones generales sobre la falta de ideas en la radio actual por momentos pierden una necesaria referencia concreta a las emisiones generalistas comerciales de alcance estatal, las escasas pero acertadísimas alusiones a las emisoras sin ánimo de lucro y la realidad latinoamericana, la redimen de cualquier acusación de estrechez de miras.

En definitiva, Jiménez propone un texto bien organizado y de fácil lectura, acompañado por tablas recurrentes que sistematizan y presentan la información de modo claro y ameno, que conecta paso a paso las características de la información radiofónica con aquellas que definen a la comunicación creativa. Al hacerlo, ofrece una útil caracterización del “radiofonista creativo” y presenta su propia teoría sobre el montaje creativo, en la cual, fluidez y flexibilidad se presentan de modo pertinente como elementos claves.

## ¿Hacia la (ciber) radio (digital) creativa?

Tal y como señalara el propio Cebrián en un artículo cobijado por el Cuaderno central del número 60 de TELOS: «La radio digital y la ciberradio al impulsar la comunicación interactiva

abren la vía a la creatividad» (p. 60). Así pues, la lectura combinada de las dos obras aquí reseñadas puede permitir vislumbrar de forma bastante certera y, afortunadamente provocadora, los contornos del modelo comunicativo que definirán la radio (digital) del futuro. Una radio que si se plantea con eje en sus dimensiones social y pública, entendemos debería ser creciente y necesariamente interactiva y, de manera deseable e irrenunciable, rabiosamente creativa.

