

Operan 600 radiodifusoras por internet y han crecido 27 veces en 10 años

Compete la radio por el ciberauditorio

➤ Los usuarios de celulares también son radioescuchas potenciales

Verónica Gascón

Los radioescuchas mexicanos han dejado de ser pasivos.

Ante los cambios tecnológicos, los usuarios se han creado hábitos que obligan a los medios, en este caso a la radio, a hacer frente a nuevas tendencias.

Además de la elección de su estándar para la digitalización, la entrega de frecuencias de FM a operadores de AM y la expansión del iPod y otros reproducidores de música, que le hacen la competencia, su futuro también está en internet.

En la última década, la radio en la red creció 27 veces.

Mientras en 1998 había sólo 22 estaciones en internet, hoy ya son 600 radiodifusoras que transmiten en tiempo real, a través del ciberespacio, según Gabriel Sosa Plata, especialista en medios y profesor de la UAM.

La mayor presencia de las emisoras en la red reflejan la preferencia de los usuarios hacia una radio más versátil, que les permite interactuar a través del correo electrónico, "chat" y "blogs".

Por ejemplo, Grupo Radio Centro ofrece la posibilidad de escuchar todas sus estaciones en vivo por internet y tiene un top ten donde enlista lo más popular en temas musicales para que el auditorio pueda escucharlos e incluso ver el video.

Grupo Fórmula también incluye transmisiones en tiempo real en la red, con "podcast" (transmisiones de artículos no vedados), donde los internautas pueden volver a escuchar parte de la programación, y una sección de estaciones musicales.

La página de W Radio, de Televisa, ofrece "podcast" de los resúmenes informativos y tiene ar-



➤ Los usuarios jóvenes buscan una mayor versatilidad que les permita interactuar a través del correo electrónico, "chats" y "blogs".

chivos de la programación del día que se pueden llevar a "blogs". En la página de "Los 40 principales", que es otra estación musical de este grupo, se pueden crear comunidades de radioescuchas y hay transmisiones en directo.

De acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), los usuarios de la red pasan 9 por ciento de su tiempo escuchando radio por el ciberespacio y esta tendencia va en aumento conforme crecen las conexiones de banda ancha o alta velocidad.

En México, hay 18 millones de computadoras con posibilidades de acceder a internet y las que ya tienen conexión de este tipo son 11 millones, según la AMIPCI.

Las tasas de crecimiento anuales son de 27 a 30 por ciento y se espera que al cierre de 2009 prácticamente todas las conexiones a la red sean de banda ancha.

"Escuchar radio por internet se ha incrementado por la venta-

ja que tiene el usuario de contar con una conexión de banda ancha. Hay programas grabados que se ofertan en 'podcast', que es una pequeña grabación, que no necesariamente son repeticiones, sino grabaciones alternas a un evento o noticia en particular, esto se puede considerar una forma alterna de escuchar noticias o partes de éstas que han salido por la radio.

"La ventaja que tiene el usuario, a través del formato 'podcast' es que puede descargarlo a su PC", dijo Pedro Menéndez, vicepresidente del Comité de Investigación de la AMIPCI.

Esta asociación reporta que 34 por ciento de los internautas conocen los "podcast" o están suscritos a uno, y 16 por ciento prefieren esta forma de entretenimiento sobre otras.

Los dueños de la radio también reconocen la ventaja de subir sus contenidos a la red, ya que sus estaciones locales alcanzan una mayor cobertura, pues internet no tiene límites geográficos.

Otro aspecto es que ven como potenciales radioescuchas a todo aquel usuario celular cuyo aparato tenga la capacidad de conectarse a la red.

A nivel internacional, emisoras de radio como la estadounidense CBS Radio empiezan a realizar sinergias con firmas como AOL para llevar contenidos de la radio a la red.

CBS aportará 150 emisoras "on line" y AOL 200 canales para vender, en forma conjunta, sus servicios de audio en internet.

Otro convenio que firmó fue con Yahoo! Music, para distribuir música, noticias y deportes a los usuarios de la red.

Un estudio de Bridge Rating indica que en Estados Unidos 80 millones de estadounidenses escuchan radio por internet. En contraste, en México, sólo 0.6 por ciento son asiduos a ésto.

En Europa 3 de cada 10 personas escucha radio por internet, una de cada 5 lo oye en MP3 y 1 de cada 8 por teléfono móvil.

Siempre portátil

El reto para que la radio mexicana entre a otros mercados, como internet o reproductores de música, está en los contenidos.

La radio, señalaron expertos, no debe olvidar su larga tradición y ventaja, que por muchos años tuvo sobre la televisión y otros medios de entretenimiento, por su portabilidad.

"La radio tiene una gran tradición, una enorme aceptación y una fortaleza en contenidos."

"Pero también está estancada en diversidad, oferta y pluralidad. Numéricamente poco ha crecido, lo que favorece a los grupos radiofónicos tradicionales", alertó Gabriel Sosa Plata, académico de la UAM.

Poco se arriesga, dijo, en nuevos formatos y géneros, ya que hay una reiteración en programaciones de música y, desde hace años, en programación hablada; algunos de poca calidad.

"Es aquí donde la radio se coloca en desventaja frente a lo que hacen otros países", advirtió el académico.

Verónica Gascón