

LA RADIO AUDIOVISUAL EN BUENOS AIRES

Convergencia de lenguajes y formatos en Vorterix, Urbana Play y Radio Con Vos

María Cecilia Aguilar

Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica, Argentina

ceciaguilar@live.com.ar - <https://orcid.org/0009-0003-6289-9146>

Diego Andrés Dagá

Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica, Argentina

diegodaga99@gmail.com - <https://orcid.org/0009-0000-6607-6030>

Recibido: 12 de febrero de 2025

Aceptado: 25 de octubre de 2025

Identificadores permanentes

ARK: <https://id.caicyt.gov.ar/ark://ffpopasji>

DOI: <https://doi.org/10.62174/avatares.2025.10262>

Resumen

Este artículo¹ explora la emergencia de la “radio audiovisual” en Argentina, un fenómeno de hibridación que fusiona elementos sonoros y audiovisuales impulsando a las emisoras tradicionales a integrar plataformas digitales como YouTube y Twitch. El objetivo principal es describir cómo este proceso ha impactado la producción y circulación de la comunicación en estas plataformas entre 2022 y 2024, analizando sus implicaciones multidimensionales en la producción, la circulación de contenidos radiofónicos y los roles profesionales.

El enfoque teórico se enmarca en la Ecología de los Medios, adoptando los conceptos de hibridación, interfaz como “lugar de interacción”, mediamorfosis y los principios de

¹ La presente investigación surge de actividades realizadas en el marco de las materias Comunicación Integral I y II y Práctica Integral Profesional III y IV de la Especialización en Comunicación Convergente del Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER) de la Ciudad de Buenos Aires. El trabajo comenzó en el año 2022 y continuó en el 2024. Participaron dos cohortes de estudiantes: Florencia Alcón, Julián Di Lorenzo, Nicolás Gallardo, Mariana Gavicagoxeascoa, Laura Victoria Muñoz Grijalba y Eduardo Suárez, durante 2022; y Andrea Furgeri, Luciana Kulekdjian, María Eva Percincla y Damaris C. Romero, durante 2024.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



los nuevos medios. La metodología empleada es cualitativa, a través de un estudio de caso descriptivo centrado en las radios Vorterix, Urbana Play y Radio Con Vos de Buenos Aires. El análisis se realizó sobre dos programas representativos de cada una, utilizando una planilla de análisis de contenido y entrevistas en profundidad a profesionales de los medios.

Las categorías de análisis incluyeron la copresencia de elementos visuales y sonoros, plataformas de distribución audiovisual, cambios en prácticas profesionales, tecnología implementada y nuevas gramáticas narrativas híbridas como la “narrativa del backstage” y la “espontaneidad producida”. Las conclusiones demuestran que la radio audiovisual configura un nuevo lenguaje híbrido y una interfaz central para la interacción, transformando la producción y el consumo de contenidos.

La digitalización impulsa narrativas segmentadas y a demanda, fortaleciendo comunidades interactivas, especialmente entre jóvenes, y diversifica las narrativas mediáticas. La radio tradicional y la audiovisual coexisten, demostrando su capacidad de resiliencia, aunque la digitalización y las redes sociales plantean desafíos de sostenibilidad económica.

Palabras clave: radio audiovisual, convergencia mediática, hibridación, plataformas digitales, ecología de los medios, interacción con la audiencia

AUDIOVISUAL RADIO IN BUENOS AIRES

Convergence of languages and formats in Vorterix, Urbana Play, and Radio Con Vos

Abstract

This article explores the emergence of the "audiovisual radio" in Argentina, a phenomenon of hybridization that merges sound and audiovisual elements, prompting traditional broadcasters to integrate digital platforms such as YouTube and Twitch. The main objective is to describe how this process has impacted the production and circulation of communication on these platforms between 2022 and 2024, analyzing its multidimensional implications for the production, the circulation of radio content, and professional roles.

The theoretical framework is rooted in Media Ecology, adopting the concepts of hybridization, interface as a "place of interaction," mediamorphosis, and the principles of new media. The methodology employed is qualitative, through a descriptive case study focused on the radio stations Vorterix, Urbana Play, and Radio Con Vos in Buenos Aires. The analysis was conducted on two representative programs from each, using a content analysis spreadsheet and in-depth interviews with media professionals.

The categories of analysis included the co-presence of visual and auditory elements, audiovisual distribution platforms, changes in professional practices, implemented technology, and new hybrid narrative grammars such as the "backstage narrative" and "produced spontaneity." The conclusions demonstrate that audiovisual radio configures a new hybrid language and a central interface for interaction, transforming the



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

production and consumption of content. Digitization drives segmented and on-demand narratives, strengthening interactive communities, especially among young people, and diversifying media narratives. Traditional and audiovisual radio coexist, demonstrating their resilience, although digitalization and social media pose economic sustainability challenges.

Keywords: audiovisual radio, media convergence, hybridization, digital platforms, media ecology, audience interaction

Introducción

La incorporación del soporte audiovisual a la radio tradicional es un fenómeno que se consolidó después de 2019 (Milito y Espada, 2021), permitiendo ver lo que sucede dentro del estudio. En la actualidad, muchas radios mantienen sus equipos técnicos de emisión por AM y FM mientras agregan cámaras para lograr presencia en el *streaming* audiovisual, lo que suma nuevos perfiles profesionales, competencias y formas de producir, comunicar y circular contenidos.

Incorporar la gramática audiovisual al tradicional “lenguaje radiofónico” (Balsebre, 2004, p. 25) impulsa la gestación de un nuevo lenguaje híbrido, poniendo en tensión las prácticas de producción, distribución y consumo del medio y exigiendo nuevas gramáticas narrativas y mostrando la capacidad de resiliencia de un medio que superó los cien años de existencia.

En este proceso, jugó un papel decisivo la tecnología del streaming, para transmitir y reproducir audio o video en tiempo real. Plataformas como YouTube utilizan este sistema para ofrecer servicios de acceso inmediato y personalizado a contenidos digitales (Alberich Pascual y Roig, 2014).

El presente artículo surge de una experiencia pedagógica realizada con estudiantes de posgrado del Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica (ISER) de Buenos Aires. Los primeros relevamientos comenzaron en 2022 y el análisis de casos continuó durante 2024.

Problematización y objetivos

Como alguna vez anticipó Juan Alberto Badía desde la pantalla del canal de televisión estatal ATC a mediados de la década de 1980, la “Imagen de Radio” es una realidad que hoy se impone en el mercado comunicacional².

² Si bien el programa Imagen de Radio, conducido por Badía, era una recreación de la situación radiofónica en un estudio de televisión, en definitiva, se trataba de un programa televisivo y no radiofónico. Era emitido por un canal de TV. Pero anticipó lo que ocurriría cuarenta años después: la posibilidad de “ver” qué pasa en un estudio de radio mientras se emite un programa. Ver <https://www.archivorta.com.ar/programa/imagen-de-radio/> (última fecha de consulta: 8/12/2025).

Para el investigador argentino Agustín Espada (2021c), la presencia de cámaras de video en los estudios de radio abre un debate sobre si se le confiere una sobrevida al medio radiofónico en Internet. A menudo, las emisoras consideraban a YouTube sólo como soporte exclusivo para contenidos audiovisuales. Pero las evidencias indican que ya es una de las plataformas más utilizadas en Argentina para consumir música y producciones habladas (Ministerio de Cultura de la Nación, 2023)³.

La pandemia de COVID-19 aceleró el proceso de incorporación del soporte audiovisual transmitido vía digital en distintos medios. Leonardo García, desarrollador de En Directo Stream, que mide canales de *streaming*, señala que comenzaron a detectar “la proliferación de distintas personas que utilizaban diversas plataformas como YouTube, Kick, Twitch, sobre todo en ese momento donde concentraban una gran cantidad de público” (comunicación personal, 4 de octubre, 2024). Al observar este fenómeno, empezaron a tener en cuenta algunas homogeneidades como franja etaria, consumos y agrupamientos culturales y sociales.

Durante la pandemia también los profesionales de los medios empezaron a transmitir desde sus casas. Se incorporó el video y se naturalizó ver los entornos hogareños, se rompieron barreras de privacidad. Para ello se utilizaban distintas plataformas de videoconferencia; cuando estas imágenes de los programas se empezaron a emitir por YouTube esa cotidianidad se integra en nuevos usos y circulación de contenidos. Se ven en pantalla mascotas, familiares y diversas situaciones propias de las dinámicas privadas.

Para el técnico especializado en diseño y montaje de estudios, Julio Gorriti, las cámaras aparecieron en los estudios de radio en forma orgánica. La productora Cuarzo Entertainment en Argentina ya tenía un canal de TV y pensaron que la emisora Urbana Play (Urbana), que acababan de crear, tenía que salir por televisión, sumar una *app* para celulares y *streaming* de video. Concebida como una radio multiplataforma o multiformato, “la integración, esa sinergia entre audio, video, reportajes en vivo, ‘es la radio que se ve’, ese es el eslogan” (comunicación personal, 5 de noviembre, 2024).

“La radio que se ve” y no sólo se escucha, pasó a ser cada vez más parte de la cotidianeidad de los medios y las audiencias.

Este trabajo busca fundamentalmente describir el fenómeno de hibridación de lenguajes que se produce con la incorporación del soporte audiovisual en las radios *broadcast* tradicionales de la ciudad de Buenos Aires entre 2022 y 2024. Además, se propone

³ La Encuesta Nacional de Consumos Culturales (ENCC) 2013/2023 es el único relevamiento oficial sobre hábitos, consumos y preferencias culturales de la población argentina. Generaba información sobre diversos sectores de las industrias culturales, prácticas digitales, consumos masivos, uso de plataformas, etc. Específicamente sobre YouTube, la ENCC señala que es utilizada por el 73% de la población para escuchar música y por un 82% de la población como una de las redes sociales. YouTube tiene un uso masivo entre la población encuestada (personas de 13 años y más residentes en aglomerados urbanos de más de 30.000 habitantes). Sin embargo, aunque la ENCC caracteriza la muestra por grupos de edad (13 a 17 años, 18 a 29 años, 30 a 49 años, 50 a 64 años, 65 años o más) no proporciona un desglose específico del uso de YouTube por grupo de edad.

analizar las implicaciones multidimensionales de este proceso en las prácticas profesionales, así como en la producción y circulación de contenidos. Para lo cual será necesario: desarrollar conceptualizaciones que enriquezcan la comprensión de las nuevas maneras híbridas de narrar que emergen en este contexto; analizar cómo estas emisoras replican sus producciones a través de plataformas y redes sociales como YouTube y Twitch; examinar el impacto de la tecnología en la complejidad de las tareas dentro de las emisoras, incluyendo la distribución de responsabilidades editoriales y la gestión del acceso y circulación de contenidos.

Se partió de una “galaxia conceptual” (Scolari, 2008) que sirviera como base para abordar el análisis. Se construyó un corpus que identificara emisoras y programas, plataformas de soporte audiovisual utilizadas, tecnologías puestas en juego, que resultaran relevantes para estudiar y en particular la copresencia de elementos visuales y sonoros, que permitan definir la hibridación de lenguajes, las plataformas de soporte audiovisual utilizadas, las tecnologías puestas en juego y su impacto en las prácticas profesionales.

Contextualización y encuadre teórico

Mark Deuze señala en el prólogo a un trabajo de Carlos Scolari publicado recientemente que la tendencia en estudios de medios y comunicación en los últimos años apunta a “una creciente integración y fertilización cruzada de modelos, métodos y paradigmas en la teoría y la investigación” y recurre a conceptos como convergencia, integración e hibridez, que Scolari sintetiza “en el concepto general de evolución (mediática)” (Deuze en Scolari, 2024, p. 16).

El mismo autor analiza que las empresas del sector convergen y expanden sus producciones a través de múltiples canales y plataformas, remezclando y transformando formatos y convenciones de género generan “un entorno de medios híbridos que requiere formas igualmente híbridas de conocimiento” (*Ibid.*).

Scolari dice que “en menos de 10.000 días, el viejo sistema del broadcasting fue desplazado de su posición hegemónica por un nuevo paradigma basado en el networking, mientras nuevos actores, desde los prosumidores hasta los streamers, multiplicaban exponencialmente la producción de contenidos”, lo que da lugar a “nuevas estrategias narrativas colaborativas, como los relatos transmedia” que surgen en paralelo a este proceso (2024, p. 19). De esta manera, “la consolidación de experiencias innovadoras de producción, distribución y consumo introdujeron nuevas dinámicas en los ecosistemas mediáticos” por lo cual “los viejos medios ahora deben adaptarse a las nuevas condiciones del ecosistema si quieren sobrevivir” (*Ibid.*). En este nuevo escenario, Scolari retoma su trabajo de *Hipermediaciones* (2008), en el que busca sistematizar el campo de los estudios en Comunicación y lo engloba en la metáfora de *evolución*, refiriéndose a los medios:

En pocas palabras: la metáfora ecológica aplicada a los medios acepta al menos dos interpretaciones complementarias: la concepción ambiental considera a los medios como un entorno que envuelve a los sujetos y modela su sistema cognitivo

y perceptivo; la concepción intermedial apunta a las interacciones entre los medios y los analiza como si fueran “especies” dentro de un ecosistema. (Scolari, 2024, p. 79)

El concepto de hibridación, utilizado por la Media Ecology (Scolari, 2010), vincula la hipermedialidad como entorno donde convergen lenguajes y medios, transformando la producción y la recepción de contenidos. Al analizar este proceso, resulta útil el concepto de mediamorfosis de George Fidler, citado por Aguilar y Dagá:

La mediamorfosis requiere comprender que la definición de un medio no se da sólo por la dependencia inicial del nuevo con su predecesor. Un medio se define por adyacencia con el otro, como si una “membrana permeable” permitiera trasvasar características de uno a otro, mientras se van redefiniendo mutuamente en esa “intermedialidad” (2020, p. 144).

Lev Manovich (2006) reseña los principios para los nuevos medios: codificación numérica, estructura modular, automatización, variabilidad y transcodificación. Estas operaciones se realizan permanentemente en la radio audiovisual. Manovich describe este proceso como un “remix profundo” con “copresencia simultánea de múltiples medios” (2008, p. 2). La softwareización de la comunicación y la hipermediación posibilitan estos cambios (Manovich, 2008; Scolari, 2008).

Scolari (2008) señala que la hipermedialidad describe la interactividad y estructura no lineal de los entornos digitales. Es útil recuperar la interfaz como concepto clave (Scolari, 2018) para entender las transformaciones contemporáneas. Él considera a la interfaz como el “lugar de interacción” entre diversos actores humanos, tecnológicos e institucionales. Reconoce leyes que la definen: es el “lugar de la interacción”, “no son transparentes” ni “neutrales”, “conforman un ecosistema”, “evolucionan” y “coevolucionan con sus usuarios”, “no se extinguen” y “el diseño y uso son prácticas políticas” (*Ibid.*). Estas leyes serán herramientas conceptuales para analizar la hibridación en las radios estudiadas.

Marcelo Kischinhevsky (2017) alude a la radio expandida, pero más que expansión, la hibridación refiere al remix profundo de Manovich (2008). Para Vila (2019), la radio híbrida suma experiencias comunicativas entre periodismo escrito, streaming videográfico y lenguaje sonoro. Esta redefinición afecta el modelo de negocio, perfiles profesionales, modos de consumo y oferta de contenidos (Ortiz Sobrino, 2017; Espada, 2021c).

Se referirá a radio audiovisual para lograr especificidad conceptual. Siguiendo los principios de mediamorfosis de Fidler, las nuevas plataformas no desplazan totalmente a los antiguos medios, conviven y readaptan sus funcionalidades (Aguilar y Dagá, 2020).

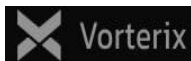
Metodología

Se parte de un enfoque cualitativo con el estudio de caso como herramienta metodológica. Yin (2014) define el caso descriptivo por su propósito de describir un fenómeno contemporáneo en su contexto real.

Se definieron como radios audiovisuales aquellas emisoras que mantienen equipos de emisión por AM y FM mientras agregan cámaras para streaming audiovisual. Se relevaron: soporte audiovisual, plataformas y redes sociales, cambios en prácticas profesionales, narrativas híbridas emergentes, tecnología utilizada y estrategias de acceso y circulación.

Para configurar el corpus, se consideró que Vorterix fue la primera en integrar lenguaje audiovisual vía YouTube (Espada, 2015); Urbana lidera mediciones en YouTube en el período analizado (Cairolí, 2024; Espada, 2021b) siendo la primera concebida integralmente como radio audiovisual; y Radio Con Vos (RCV) tuvo fuerte crecimiento recientemente en esta plataforma (Montagna, 2024).

Cuadro N° 1. “Corpus de análisis de radios y programas”

Emisora	Programa	Fecha
	Paren la mano https://www.youtube.com/watch?v=I2FXTK43Vxs	13/09/2024
	Maldición va a ser un día hermoso https://www.youtube.com/watch?v=Pp-bF2tQVi8	04/09/2024
	Vuelta y media https://www.youtube.com/playlist?list=PLXoU4ov_eJxZi22JdN8cqyt0R-Dv65oBI	04/09/2024
	Perros de la calle https://www.youtube.com/watch?v=xUa_ZfVCazA	04/09/2024
	Pasaron cosas https://www.youtube.com/playlist?list=PL7XkhLQB_I10TFcuAFmKI9Ij_9-wzydA7	19/08/2024
	El super pase https://www.youtube.com/watch?v=Kp9iC7CbTC8&list=PL7XkhLQB_I11f4b-l28E0ztXezGlo1HIj&index=11	19/08/2024

Fuente: elaboración propia.

En Vorterix, se analizaron “Paren la mano” (conducido por “Luquitas” Rodríguez) y “Maldición va a ser un día hermoso” (Mario Pergolini). En Urbana, “Perros de la calle” (Andy Kusnetzoff) y “Vuelta y media” (Sebastián Wainraich). En RCV, “El Super Pase” y “Pasaron cosas” (Alejandro Bercovich).

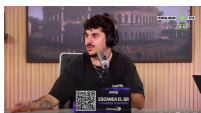
Se diseñó una planilla de análisis de contenido con el fin de identificar indicios de elementos audiovisuales y de diseño de pantallas y planos en cada programa del corpus. Posteriormente, esta información se utilizó para elaborar cuestionarios para entrevistas en profundidad que exploraran los contextos de producción.

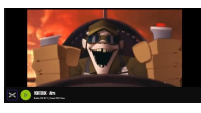
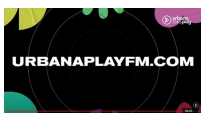
Análisis

a. La hibridación como proceso multidimensional

El relevamiento de escenas y planos permite ver lo que sucede dentro del estudio de radio. El tratamiento narrativo toma del cine y la televisión el uso de distintos planos: los generales para presentar al equipo y los medios para cuando habla el conductor. No hay primeros planos ni movimientos de cámara. Las transiciones son por corte. Los tres casos usan “pantalla partida” para varios interlocutores.

Cuadro N° 2. “Composición de pantalla y tipos de planos”

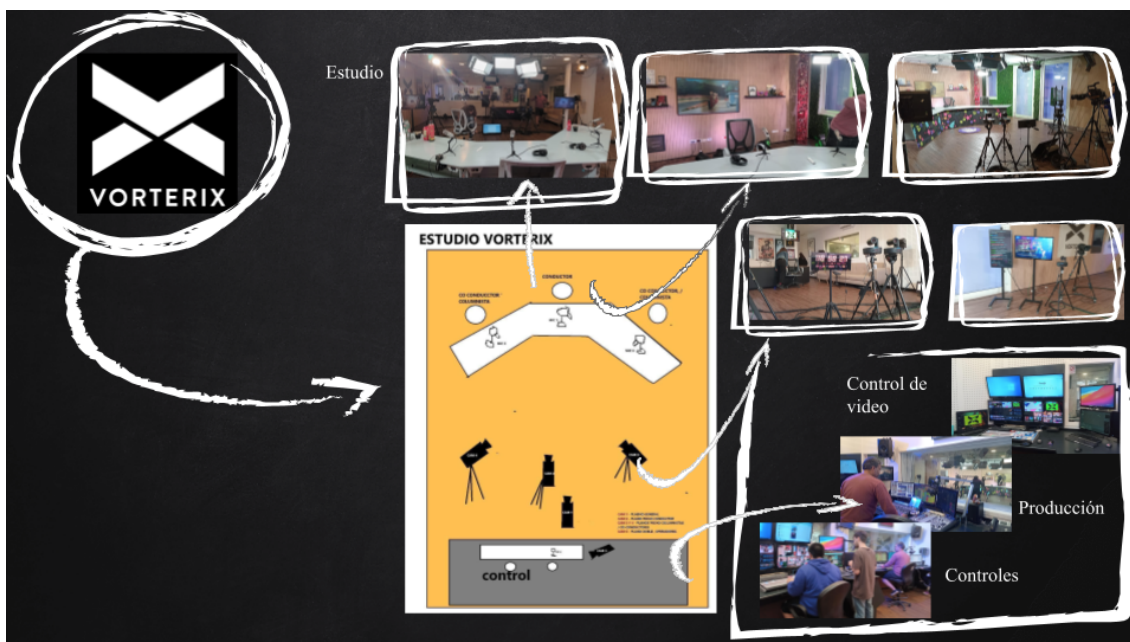
Segmento	Tipo de plano	Vorterix	urbana 104.3 play	RADIO CON VOS 89.9
Programa	Plano general		  	
	Plano medio			

Segmento	Tipo de plano			
				 
	Pantalla partida	 		  
Fuera de programación / Música / Espacio Publicitario	Sin fin animado	 	  	  

Fuente: elaboración propia a partir de capturas de pantalla según programas que configuran el corpus de análisis.

La escenificación mantiene la estética del estudio de radio y suman elementos de televisión y streaming: pantallas led, estantes, mesas que permiten verse entre sí y frontalidad ante cámaras. Hay una reestructuración de los espacios radiofónicos que impacta en la narrativa y las prácticas profesionales.

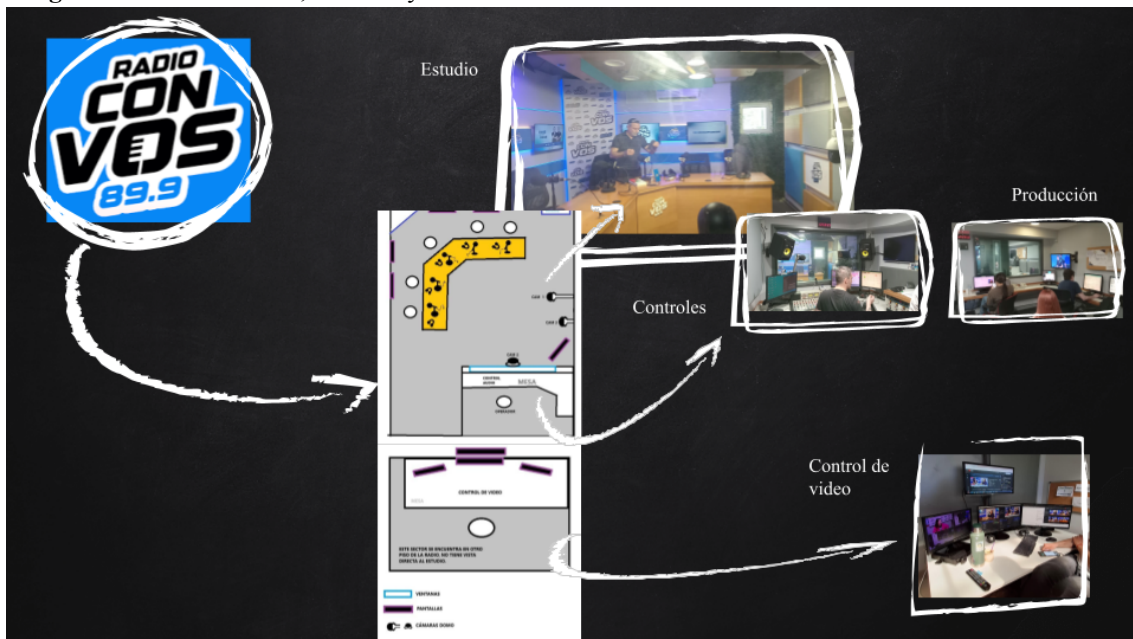
Imagen N° 1. “Vorterix. Planta, estudios y controles 2024”



Fuente: elaboración propia a partir de visita a las instalaciones de la emisora (octubre 2024).

Para Clara Szer, productora de RCV, al incorporarse cámaras su trabajo cambió: “pasamos de hablar solo con el operador de audio, a hablar con el operador de video para adelantarle de qué van a hablar” (comunicación personal, 17 de septiembre, 2024).

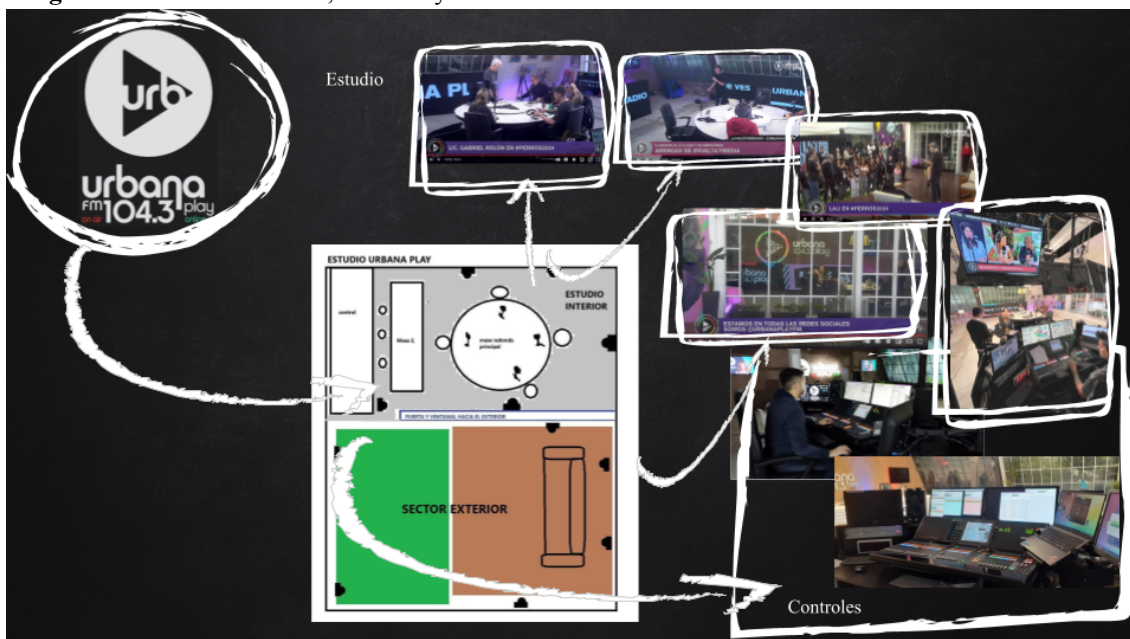
Imagen N° 2. “RCV. Planta, estudios y controles 2024”



Fuente: elaboración propia a partir de visita a las instalaciones de la emisora (octubre 2024).

Ezequiel Albornoz, productor de Vorterix, reconoce que no puede dejar de considerar la imagen: “en la radio convencional, uno podía hacer gestos... ahora hay que cuidarse un poco más” (comunicación personal, 12 de septiembre, 2024). Paula Cuitiño, operadora en Urbana, destaca que buscan no olvidar a quien sólo escucha (comunicación personal, 4 de septiembre 2024).

Imagen N° 3. “Urbana. Planta, estudios y controles 2024”



Fuente: elaboración propia a partir de visita a las instalaciones de la emisora (octubre 2024).

De la televisión se toman moscas identificatorias, zócalos para *videograph* con información sobre clima, hora y títulos de canciones. También códigos QR que convocan a la interacción.

b. El rol de la interfaz como locus de hibridación

Las leyes de la interfaz de Scolari (2018) permiten analizar las radios audiovisuales. Las tensiones entre lo visual, sonoro, prácticas profesionales y consumo remiten a que “las interfaces conforman un ecosistema” (*Ibid.*).

La presencia de elementos televisivos con nueva funcionalidad en streaming marca que las interfaces “no son transparentes” ni “neutrales” (*Ibid.*).

Espada señala que en Urbana “las cámaras no alcanzan los planos horizontales a los ojos de los protagonistas” (2021c, p. 179), lo que puede vincularse a una mirada voyeur hacia un lugar antes vedado.

Clara Szer señala detalles estéticos: “prefiero que se miren entre ellos, que tengan un diálogo, porque no deja de ser radio” (comunicación personal, 17 de septiembre, 2024). Ariel Cipolla, Jefe técnico de Urbana, dice que “ya parece más un canal de televisión que una radio y la mística de la radio se perdió” (comunicación personal, 19 de septiembre, 2024). Para Julio Gorriti: “Todo es prioritario, todo se tiene que ver bien y se tiene que escuchar el mejor sonido” (comunicación personal, 5 de noviembre, 2024).

Estas discrepancias expresan el sentido político del diseño y uso de la interfaz (Scolari, 2018), confirmando que “las interfaces coevolucionan con sus usuarios”.

Gorriti describe que en Urbana la conjunción de equipos configuró una radio audiovisual con nueva planta espacial: “Que se vea todo lo que hagamos. Si hay gente caminando detrás de cámara, también” (comunicación personal, 5 de noviembre, 2024).

Paula Cuitiño destaca que en Urbana hay dos equipos paralelos: sonido e imagen, con cuatro puestos: grafólogo, productor, switcher y director (comunicación personal, 4 de septiembre 2024).

Respecto a prolijidad versus espontaneidad, ésta pasa a ser un rasgo producido: “ahora que tenés la imagen no podés caretearla y tenés que salir de alguna forma” (E. Albornoz, comunicación personal, 12 de septiembre, 2024).

Según Gorriti, la radio tradicional alimenta a la audiovisual permitiendo una audiencia diversificada: “lo que el público quiere es estar en ese momento donde está pasando eso que está pasando” (comunicación personal, 5 de noviembre, 2024).

Clara Szer pide no olvidar a quien escucha sin ver: “seguimos haciendo radio, acompañada de imagen” (comunicación personal, 17 de septiembre, 2024).

La transición afecta la dimensión tecnológica. Las consolas digitales vinculadas por cables de red permiten mayor integración y calidad: “es muchísimo menos sensible a interferencia que el cable analógico” (A. Cipolla, comunicación personal, 19 de septiembre de 2024).

c. La mediamorfosis y redefinición de prácticas

En Urbana, la confluencia de personas, equipos y experiencias generó un producto híbrido. “Nace un paquete de audio-video muy importante”, dice Gorriti, “es trabajo en equipo” (comunicación personal, 5 de noviembre, 2024). El proyecto comunicacional se expresa arquitectónicamente en “La radio que se ve”.

Los cambios en la elaboración de contenidos alteran la rutina productiva y muestran “la ‘cocina’ de la radio” (Espada, 2021a). La reestructuración de estudios y polivalencia de roles indican cómo medios y plataformas se “redefinen mutuamente” en la mediamorfosis (Fidler, en Aguilar y Dagá 2020, p. 143).

d. Las nuevas gramáticas

El análisis confirma el surgimiento de gramáticas narrativas emergentes. Todos estos elementos y prácticas descritas comienzan a configurar nuevas formas de contar que se organizan en torno a narrativas híbridas que suceden en el locus de la interfaz.

La visibilidad del *backstage* impacta en prácticas laborales exponiendo a profesionales que antes no aparecían visibles. La *narrativa del backstage* se integra como parte del

relato, aunque todavía no abandona su carácter subalterno con respecto al centro de la escena que se ubica frente a las cámaras.

La incorporación de la espontaneidad como requisito narrativo, al punto de ser planificada como parte del relato, podría definirse como *narrativa de la espontaneidad producida o desprolijidad intencional*, a riesgo de ser considerado un oxímoron.

La utilización de imágenes de la calle o gráficos meteorológicos como referencia visual para la información sonora constituye una *narrativa visual de apoyo informativo*, heredada del lenguaje televisivo.

El acceso al contenido fragmentado y a demanda, rompiendo la linealidad broadcast, permite cruzar contenidos de diferentes soportes en plataformas como YouTube, generando por un lado una *remediación* (Manovich, 2008) y elaborar un mix según intereses personales, lo que genera una *narrativa segmentada y a demanda*.

La multiplataformización posibilita relatos alternativos consumidos asincrónicamente, componiendo en la cabeza de quienes arman su propio recorrido la experiencia transmedia (Jenkins, 2009).

Ezequiel Albornoz, de Vorterix, señala cambios en los consumos: “la gente deja YouTube de fondo, lo usa como radio... el efecto compañía está muy presente” (comunicación personal, 12 de septiembre, 2024).

Vorterix tiene “un equipo que clipea lo que se emite y lo sube a redes” (E. Albornoz, comunicación personal, 12 de septiembre, 2024). En Urbana “hay un trabajo conjunto entre Community Managers y productores para ver qué se sube” (P. Cuitiño, comunicación personal, 4 de septiembre de 2024).

Para constituir comunidad es fundamental la interacción (Jenkins, 2008). Albornoz destaca que Vorterix tiene una comunidad fiel en el chat de Twitch (comunicación personal, 12 de septiembre, 2024). En RCV el chat de YouTube permite seguir los intereses de la audiencia: “Lo seguimos como canal de información” (C. Szer, comunicación personal, 17 de septiembre, 2024), confirmando que “la interfaz es el lugar de la interacción” (Scolari, 2018).

Conclusiones

Resulta desafiante llegar al momento de las conclusiones de un trabajo que busca describir un proceso que está en curso. Cuando el objeto de análisis está en sí mismo en vías de mutación, quienes investigan están en un rol múltiple: mientras intentan avanzar en una síntesis teórica, se convierten en cronistas de su tiempo.

La radio se asentó como medio, con un lenguaje, una gramática y una narrativa propias, a partir de la articulación de los distintos elementos de su material signifiicante, el sonido. Se adaptó en distintos momentos históricos en los que siempre auguraban su fin. Y la radio reencontró su lugar.



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.

En este contexto, donde lo nuevo parece proponer un reemplazo implacable, recientemente, la adaptación audiovisual de la historieta original *El Eternauta*⁴ instaló la frase: “Lo viejo funciona, Juan”, pronunciada por el personaje Favalli (citado en *El Eternauta*, T1, E3, 2024). Allí es utilizada para destacar la confiabilidad de la tecnología analógica frente a la moderna en situaciones críticas (Vera, 2025). En condiciones de catástrofes ambientales, cuando otras redes dejan de funcionar, “cuando los satélites no alcancen”, como diría el cantautor argentino Fito Paez, cuando solo parece quedar nuestro corazón para ofrecer a nuestros congéneres la radio que utiliza las ondas hertzianas sigue cumpliendo un rol fundamental en vincular personas que se encuentran en estado de emergencia (Ortiz Sobrino, 2017 y Portella, 2024).

La digitalización expone a la radio *broadcast* a la aparición de las redes, el consumo a demanda y multiplataforma. Pero en cuanto a su discursividad, su gramática, la radio incorpora la que alguna vez fue presentada como su antítesis: la imagen.

Hasta ahora se abren frente al medio cuatro caminos que marchan más o menos en paralelo:

- Continúa la radio a través de las ondas radioeléctricas, pero en algunos casos replican la misma señal en *streaming de audio*.
- Aparece la *radio online*, que rompe con ciertas barreras tecnológicas de alcance y permite un nivel de interacción con la materialidad discursiva tradicional.
- La radio incorpora la imagen y elementos discursivos de una pariente recelosa como la televisión.
- Avanza rápidamente el *streaming* audiovisual, que está en desarrollo incipiente aún.

Son cuatro modalidades de un medio que permanece pero que paralelamente incorpora novedades y busca su subsistencia.

Esta convivencia entre distintas plataformas y tecnologías digitales y analógicas es aún más significativa en el estado de situación comunicacional de Argentina, donde se debe tener en cuenta también que aún existen desafíos importantes relacionados con la equidad en el acceso a Internet y la sostenibilidad de las iniciativas digitales comunitarias (Delfino, 2022; Gulman, 2025). Especialmente en regiones del norte y en zonas rurales del país, la cobertura sigue siendo insuficiente. En el mismo sentido, Segura *et al.* (2018) afirman: “es una región con niveles crecientes de acceso a Internet y asequibilidad, pero con grandes desigualdades persistentes en el acceso según la ubicación geográfica y la situación socioeconómica de la población”⁵. Por ello tiene

⁴ *El Eternauta* escrita por Héctor Germán Oesterheld y dibujada por Francisco Solano López (Oesterheld, 1997)

⁵ Entre 2019 y 2022 se registró un aumento de los accesos fijos a Internet fijos, que pasaron de 8,79 millones en 2019 a 11,21 millones en 2022. La tasa de penetración cada 100 habitantes pasó de 19,49 en

relevancia que la radio tradicional siga cubriendo necesidades informativas de sectores que de otra manera no tendrían acceso a los medios de comunicación.

Las cuatro modalidades descritas en las que hoy podemos reconocer a la radio refieren a un medio que permanece pero que paralelamente incorpora novedades. El sustrato, sigue siendo el mismo, más allá de los soportes y las plataformas: contarle algo a alguien con un fin determinado.

La radio audiovisual es un nuevo recurso narrativo para las emisoras tradicionales. Si bien no se puede establecer en este trabajo si se trata de un nuevo medio, todo parecería indicar que no, sí se presenta una nueva *interfaz* para acceder a contenidos que el soporte audiovisual redefine tanto las significaciones hacia la narrativa, como las relaciones profesionales en su producción y las formas en que los públicos se vinculan con los contenidos. Se genera un intercambio y retroalimentación de diferentes disciplinas donde se cruzan estéticamente y configuran un nuevo lenguaje, interactúan, mutan y hacen híbridos.

Hablar de *radio audiovisual* busca definir este proceso que constituye una gramática emergente propia, que la audiencia absorbe como parte de la experiencia. Sugiere distintas acciones posibles, se brindan diferentes informaciones y la pantalla es la “zona fronteriza entre el mundo real y el virtual”, para esta narrativa esencialmente polisémica (Scolari, 2018).

La *radio audiovisual* como *interfaz* incorpora al lenguaje radiofónico (Balsebre, 2004) el espacio de la pantalla, donde se juega la hibridación de lenguajes. En este hipermedio se combinan y pasan a interactuar conformando esta nueva narrativa. Una *interfaz híbrida*, con elementos del lenguaje y la gráfica televisiva, que suma elementos de los dominios de la informática y las redes sociales, y reproduce un ámbito al que la audiencia quiere acceder: el estudio, la mesa, los micrófonos, quienes conducen, las luces, etcétera. La radio es puesta en escena y se ofrece como un espacio disponible para ser incluido en la interacción de los usuarios digitales. En la pantalla el público se encuentra y se integra al acto comunicacional. Se lo invita a interactuar.

De esta manera también en el caso de las tres emisoras analizadas se corroboran los principios reseñados por Lev Manovich (2006) para los nuevos medios. La operación de *transcodificación* está en la adaptación de las producciones para cada plataforma y red, y en el *remix* que luego hace la comunidad cuando interviene en la significación. Por tanto, estas plataformas actúan como facilitadoras de este proceso de carácter más general de reconceptualización cultural, donde se reformulan los espacios de emisión y recepción y de significación en el proceso de comunicación.

Más allá de la historia particular de cada uno de los casos analizados, son proyectos comunicacionales que fueron pensados como propuestas multimedia. Los tres medios

2019 a 24,15 en 2022, y la tasa de penetración cada 100 hogares pasó de 62,92 a 77,21. En los accesos de fibra óptica en Argentina, se registró un incremento del 229,8% entre 2019 y 2022 (Delfino, 2022).

estudiados, Vorterix, Urbana y RCV, tienen licencias otorgada por el Estado argentino para transmitir en el espectro radioeléctrico. Pero también son casos paradigmáticos por el uso que hacen de la transmisión de imagen en vivo al mostrar en tiempo real lo que sucede en sus estudios. Aprovechan las posibilidades introducidas por la digitalización para unir diferentes materias significantes en un código común (Aguilar, 2021) y permiten nuevas formas de circulación y consumo de sus producciones echando mano de los avances tecnológicos en el campo mediático (Aguilar y Dagá, 2020, en Aguilar, 2021).

En las entrevistas realizadas, quienes trabajan en estos medios reconocen cambios en las maneras de generar contenidos y en cómo deben cuidar la calidad tanto del audio como de la imagen. Los productos finales que se distribuyen a través de redes y plataformas no sólo segmentan la linealidad del modo *broadcast* sino corroboran lo sostenido por diferentes investigadores sobre la confluencia de materialidades significantes. El trabajo en redes recurre a lo que sucede en el piso de los estudios como materia prima. Es allí donde está el germen del *nuevo lenguaje híbrido* de la *radio audiovisual*. Y el contenido en cada una de las redes adquiere una especificidad cada vez mayor. Por dos razones: es clave a la hora de constituir comunidad, y las métricas que generan esas interacciones colaboran en ajustar el modelo de negocios que permita la sustentabilidad del proyecto comunicacional.

Los testimonios recabados corroboran el planteo de Scolari (2018) sobre un público experto acostumbrado a la interactividad y las redes, con gran capacidad de adaptación a nuevos entornos de interacción. Con contenidos que apelan más a lo vincular con el objetivo de constituir comunidad. Comunidad que *significa* a partir de sus propios códigos, su historicidad y donde los fragmentos expanden una narrativa que efectiviza la *transmedialidad* en la cabeza y la experiencia de quienes la integran (Jenkins, 2008).

Ese contenido segmentado en las redes, además de consolidar la comunidad y mantenerla informada de lo que sucede en el medio, ancla el sentido en sus múltiples aspectos: en el de pertenencia, en el de identidad, en el de la mirada que tiene el medio sobre la realidad.

Quien investiga, no tiene por objeto juzgar. Sí describir, sí sintetizar, sí sacar conclusiones. Pero investiga desde un punto de vista, sobre los múltiples puntos de vista que pueden generar los múltiples aspectos de un mismo objeto. Y en el mismo proceso de conocer, también el objeto interpela a quien investiga. Y surgen preguntas. El gran motor generador de incógnitas, más allá de lo desconocido en general, es el futuro. Quien investiga, quien trabaja, quien imagina, se asoma al balcón del porvenir y trata de anticipar lo que vendrá. Pero ese anticipar, no puede sino surgir de lo conocido hasta ahora y de sus conjugaciones posibles.

La *mutación*, la *hibridación*, no llevan a la desaparición de un medio sino que permiten expandir públicos y narrativas. Como afirma el técnico Julio Gorriti la radio cambia permanentemente pero “no va a dejar de existir y la tele tampoco” (comunicación personal, 5 de noviembre, 2024).

La reconfiguración de espacios y roles en los casos de Vorterix, Urbana y RCV, demuestra que la “adyacencia” y “redefinición mutua” en la *mediamorfosis* permite la complementariedad de plataformas y discursividades y expandir públicos y narrativas. (Aguilar y Dagá, 2020, p. 144).

La *hibridación de lenguajes*, la aparición de nuevas gramáticas para los nuevos entornos discursivos evidencia la complejidad de la *radio audiovisual* como fenómeno discursivo. Requiere profundizar el estudio de lo que ocurre con las demandas de las audiencias en los entornos digitales ubicuos y donde se resignifican las “burbujas de ocio” (Igarza, 2009) y cómo esto se imbrica con las condiciones de producción y distribución que imponen las plataformas, sus algoritmos y métricas.

Si bien no es el objeto central de esta investigación, la contracara del proceso de *hibridación de lenguajes* es la complejización del trabajo de los profesionales. Complejización de tareas entendida como la integración de una serie de acciones simples en una más compleja. Puede darse por simultaneidad y diversificación, por secuencialidad en procesos que antes estaban a cargo de distintas personas y que, a través de herramientas tecnológicas, ahora pueden ser hechas por un solo individuo, o bien asumir tareas de mayor responsabilidad técnica o editorial. La mayor dificultad que se registró en las entrevistas fue que a menudo la situación descripta no redundaba en mejoras salariales. En el contexto socioeconómico de la Argentina cuando se adicionan tareas o el trabajo se torna más complejo, no es habitual que se considere una remuneración diferencial.

La radio siempre va a tener ese potencial evocador de lo sonoro. Las cámaras, hasta ahora, aportan contexto a quienes quieran acceder a la imagen de lo que sucede dentro del estudio. Pero, lo mágico sigue residiendo en la evocación, en ese poder de generar imágenes, aunque no se esté en presencia de una pantalla.

Y, entonces, ¿cuál es el camino que se abre? Como anticipa Gorriti, “el futuro es lo que vivimos hoy, multiplicado por mil: mucha definición de imagen, mucha definición de audio y cien por ciento creatividad” (comunicación personal, 5 de noviembre, 2024).

Cuando todavía no está asentada la *radio audiovisual* como formato en Argentina, casi en simultáneo, ya se consolidan con fuerza los canales de *streaming* audiovisual. En ambos casos, comparten plataformas, narrativas, recursos audiovisuales y el modelo de negocios que está en desarrollo.

En la dinámica de la *evolución* de un objeto que no permanece estático y de un conocimiento que requiere abordar distintos aspectos que hacen a su existencia, queda profundizar la vinculación entre la *hibridación de lenguajes*, la *expansión multiplataforma* y cómo conseguir la *sustentabilidad* económica. También resta explorar similitudes y diferencias entre los canales de *streaming* audiovisual y las *radios audiovisuales* en cuanto a la *hibridación de lenguajes* y la aparición de nuevas narrativas y gramáticas.

CRediT (Contributor Roles Taxonomy)

Aguilar: Conceptualización, Investigación, Metodología, Administración del proyecto, Supervisión, Visualización, Redacción-revisión y edición; **Dagá:** Conceptualización, Curación de datos, Análisis Formal, Adquisición de fondo, Investigación, Metodología, Administración del proyecto, Supervisión, Validación, Redacción-borrador original, Redacción-revisión y edición.

Referencias bibliográficas

- Aguilar, M. C. (2021). *El podcast como expansión de narrativas transmedia en medios digitales periodísticos de actualidad* [Manuscrito no publicado]. Proyecto de Tesis de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva, UNR.
- Aguilar, M. C. y Dagá, D. (2020). Mutaciones del sonido: la mediamorfosis del podcast y las adaptaciones de la radio. En L. Gonzales, V. Altamirano, N. Prata y C. Andrade-Martinez (Eds.), *Do ecossistema radiofônico à comunicação de mercado* (pp. 117-150). Ria Editorial.
- Alberich Pascual, J. y Roig, A. (2014). *Comunicación audiovisual digital: Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC.
- Balsebre, A. (2004). *El lenguaje radiofónico*. Cátedra.
- Cairolí, H. (2024). Alcance e Impacto de los Principales Canales de Streaming en YouTube Argentina. *Data Trip*.
<https://www.thedatatrip.com/post/alcance-e-impacto-de-los-principales-canales-de-streaming-en-youtube-argentina>
- Delfino, A. (2022). Plan Conectar 2020-2023: Prevén dar conexión a un total de 25.000 escuelas y 5.000 centros de salud. *Motor Económico*.
<https://motoreconomico.com.ar/plan-conectar-2020-2023-preven-dar-conexion-a-un-total-de-25-000-escuelas-y-5-000-centros-de-salud>
- Espada, A. (2015). Vorterix Rock: hacia la resignificación de los modelos de negocios radiofónicos en Argentina. *Comunicación y Medios*. N° 31.
- Espada, A. (2021a). El caso Metro-Urbana: ¿las audiencias siguen a los conductores o a las radios? *Tiempo Argentino*.
https://www.tiempoar.com.ar/ta_article/el-caso-metro-urbana-las-audiencias-siguen-a-los-conductores-o-a-las-radios/
- Espada, A. (2021b). Por qué Urbana le ganó a Metro. *Letra P*.
<https://www.lettrap.com.ar/nota/2021-7-5-14-58-0-por-que-urbana-le-gano-a-metro>
- Espada, A. (2021c). *El modelo de negocio radiofónico en la convergencia digital: un análisis de la producción, distribución, comercialización y organización productiva de los integrantes del Ecosistema Radiofónico Online argentino* (Tesis). Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales. Disponible en <https://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/4122>
- Gulman, A. (2025). Una red comunitaria de wifi para conectar a barrios marginados de Buenos Aires. *El*



Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional.



- País América.
<https://elpais.com/america-futura/2025-03-25/una-red-comunitaria-de-wifi-para-conectar-a-barrios-marginados-de-buenos-aires.html>
- Igarza, R. (2009). *Burbujas de ocio: Nuevas formas de consumo cultural*. La Crujía.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Paidós.
- Jenkins, H. (2009). The revenge of the origami unicorn: Seven principles of transmedia storytelling [Blog].
https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html
- Kischinhevsky, M. (2017). *Radio y medios sociales: Mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. UOC.
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje en los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Paidós.
- Manovich, L. (2008). Comprender los medios híbridos.
<https://ticsarteyeducacion.wordpress.com/2017/04/17/bibliografia-manovich-lev-comprender-los-medios-hibridos/> (Trad. Prof. Eva Noriega - Lic. Melissa Mutchinick - Revisión Técnica: Dr. Eduardo Russo - Cátedra Análisis y Crítica de la Carrera de Artes Audiovisuales de la Facultad de Bellas Artes - UNLP) (Obra original publicada en 2007
<https://manovich.net/index.php/projects/understanding-hybrid-media>).
- Milito, C. y Espada, A. (2021). Pandemia Existencia y destino de la radio argentina. *Question/Cuestión*, 3(70). <https://doi.org/10.24215/16696581e612>
- Ministerio de Cultura de la Nación (2023). Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2013/2023: Resultados provisorios. Ministerio de Cultura de la Nación.
https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/encc2023_informe_preiminar.pdf
- Montagna, P. (2024). Radio con Vos festeja el crecimiento, el aniversario de Nuevediarío y Karim González se afianza en el dial. *La Nación*.
<https://www.lanacion.com.ar/espectaculos/radio-con-vos-festeja-el-crecimiento-el-aniversario-de-nuevediarío-y-karim-gonzalez-se-afianza-en-el-nid02072024/>
- Ortiz Sobrino, M.A. (2017). De la post-radio convergente a la radio híbrida. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*. N° 4, vol. 7. pp. 1-5.
- Portella, N. (2024). Redes, radio y colaboración ciudadana, claves para encontrar a desaparecidos por la DANA. *ElNacional.cat*.
https://www.elnacional.cat/es/sociedad/redes-radio-colaboracion-ciudadana-claves-clavos-llaves-encontrar-desaparecidos-en-pais-valencia-para-por-dana_130922_102.html
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.

- Scolari, C. (2010). Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. *Quaderns del CAC*, 34, (XIII - 1), 17-25.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3265550/2.pdf>
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Gedisa.
- Scolari, C. (2024). *Sobre la evolución de los medios: emergencia, adaptación y supervivencia*. Ampersand.
- Segura, M. S.; Longo, V. B.; Hidalgo, A. L.; Traversaro, N. G.; Linares, A. F.; Vinelli, N. A.; Espada, A. E. (2018). Los públicos de medios comunitarios, populares y alternativos en América Latina. El caso argentino. *Commons. Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 7 (1), 5-45.
<http://dx.doi.org/10.25267/COMMONS.2018.v7.i1.01>
- Vera, R. M. (2025). El eternauta, “Lo viejo funciona Juan!”. *eju.tv*.
<https://eju.tv/2025/05/el-eternauta-lo-viejo-funciona-juan>
- Vila, M. A. (2019). Híbridos digitales: Convergencia de lenguajes en la práctica artística con medios electrónicos. [Ponencia]. *VIII Congreso Online Internacional sobre Arte y Sociedad: Bellas Artes y Cultura Digital*.
<https://www.eumed.net/actas/19/arte/13-hibridos-digitales-convergencia-de-lenguajes.pdf>
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods*. Sage.