

Nuevos contenidos de audio en la radio musical

David Álvarez Panizo Dalvarezfm@gmail.com

Resumen

Introducción: En la segunda mitad del Siglo XX, la música irrumpe con fuerza como contenido radiofónico. En España, esto sirve para el desarrollo de las emisiones en Frecuencia Modulada. Sobre la FM, la radio musical es capaz de trascender a lo largo de décadas como la principal forma de hacer llegar música a los públicos. La prescripción de nuevas canciones, la información musical y otros contenidos forman parte de las programaciones. El éxito de la unión entre industrias musicales y radiofónicas, creó un mercado muy interesante al que poco a poco se fueron incorporando cada vez más competidores.

A comienzos del Siglo XXI en un contexto de población envejecida y menor venta de discos, la industria musical entra en crisis y las radios musicales, para mantener sus audiencias, se ven obligadas a adaptar sus programaciones. Menos palabra, menos prescripción musical y menos contenidos. La prioridad es poner muchas canciones seguidas, las cuales se seleccionan mediante el uso de técnicas de investigación.

En la actualidad, internet y las nuevas tecnologías han provocado una disrupción tanto en el sector radiofónico, como en el musical. Hay nuevas formas de consumir música y el universo digital le ofrece a la radio musical un nuevo panorama sobre el que reinventarse una vez más.

Objetivos: Conocer cómo se está adaptando la principal radio musical de España a esta nueva era de creación de contenidos de audio; Analizar qué tipo de contenidos, adaptados u originales, se están ofreciendo; Conocer la importancia o no de la prescripción y la información musical en este nuevo contexto.

Metodología: Tareas de documentación y observación aparte, abordaremos esta investigación mediante el método del estudio de casos, Estudiaremos las diferentes unidades de análisis mediante los siguientes ítems:

- Análisis cualitativo:
 - Análisis y descripción de diferentes contenidos de audio y podcast.
 - Análisis y descripción de la web, app y resto de plataformas mediante las cuales el contenido llega al usuario
- Análisis cuantitativo: Siempre que la información sea accesible, analizaremos los datos de audiencia o consumo.
- Entrevistas:

- De tipo semiestructurado, con el objetivo de recoger impresiones de los profesionales, manteniendo el entrevistador un margen de flexibilidad en la conversación.
- Los perfiles seleccionados tendrán que ver con la creación, realización y gestión de estos contenidos.

Resultados: A raíz de la pandemia provocada por la Covid-19, se ha producido un gran estímulo en la creación de contenidos de audio en la radio musical. LOS40, radio líder en música en España, lanzó en 2021, LOS40 podcast, plataforma donde ofrece diferentes contenidos originales en formato podcast y también sus mejores contenidos de antena adaptados para escuchar bajo demanda. La prescripción de nueva música, no forma parte de momento del catálogo de contenidos originales disponibles.

Conclusiones: El interés de radios musicales como LOS40 por la creación de este tipo de nuevos contenidos de audio es real, aunque posiblemente aún está en una fase muy temprana. A pesar de su naturaleza musical, radios como LOS40 se encuentran limitadas para crear contenidos de audio usando canciones, debido al problema con los derechos de autor. Se considera muy importante el llegar a algún tipo de solución en este sentido. Por ahora, los contenidos originales no superan a los adaptados de la emisión tradicional. Esto puede plantear dudas acerca del ritmo al que seguir creando, especialmente teniendo en cuenta que todavía no se ha consolidado la manera de hacer todo esto rentable.

Palabras clave: Música, Radio, Podcast.

New radio content on the music radio

Abstract

Introduction: In the second half of the 20th century, music bursts into force as radio content. In Spain, this is used for the development of FM broadcasts. On FM, music radio is able to transcend over decades as the main way of getting music to the public. The prescription of new songs, musical information and other content are part of the programming. The success of the union between music and radio industries created a very interesting market to which more and more competitors gradually joined.

At the beginning of the 21st century, in a context of an aging population and lower record sales, the music industry is in crisis and music radio stations, in order to maintain their audiences, are forced to adapt their programming. Less words, less musical prescription and less content. The priority is to play many songs in a row, which are selected by using research techniques. Currently, internet and new technologies have caused a disruption both in the radio sector and in the music sector. There are new ways of consuming music and the digital universe offers music radio a new scene on which to reinvent itself once again.

Objectives: Find out how the main music radio station in Spain is adapting to this new era of audio content creation. Analyze what type of content, adapted or original, is being offered. Know the importance or not of the prescription and musical information in this new context.

Methodology: Apart from documentation and observation tasks, we will approach this investigation through the case study method. We will study the different units of analysis through the following items:

Qualitative analysis:

- Analysis and description of different audio and podcast content.
- Analysis and description of the web, app and other platforms through which the content reaches the user.

Quantitative analysis: Whenever the information is accessible, we will analyze the audience or consumption data.

Interviews: Of a semi-structured type, with the aim of gathering impressions from the professionals, while the interviewer maintains a margin of flexibility in the conversation. The selected profiles will have to do with the creation, realization and management of these contents.

Results: As a result of the pandemic caused by Covid-19, there has been a great stimulus in the creation of audio content on music radio. LOS40, the leading music radio station in Spain, launched LOS40 podcast in 2021, a platform where it offers different original content in podcast format and also its best antenna content adapted to listen on demand. The prescription of new music is not currently part of the catalog of original content available.

Conclusions: The interest of music radio stations such as LOS40 in creating this type of new audio content is real, although it is possibly still at a very early stage. Despite their musical nature, radio stations like LOS40 are limited in creating audio content using songs due to copyright issues. It is considered very important to reach some kind of solution in this regard. Right now, the original contents do not exceed those adapted from the traditional broadcast. This may raise questions about the rate at which to continue creating, especially considering that the way to make all this profitable has not yet been established.

Keywords: Music, Radio, Podcast.